

ÍNDICE

EXPEDIENTE

Founder

Marcela Zaidem

Community Manager

Giulia Paulino Sampaio Costa

Conselho editorial

Equipe Aika

Revisão

Carla Sacrato

Projeto Gráfico e diagramação

Jéssica Wendy

Fotografia de capa

Alessandro Kawan

As matérias assinadas não representam a opinião da THM Magazine. Todo o conteúdo é de responsabilidade de suas autoras.

As imagens das autoras foram fornecidas diretamente por elas ou cedidas para fins de divulgação.

Fica expressamente proibida a reprodução total ou parcial dos conteúdos publicados sem a prévia autorização da revista.



AIKA EDITORA LTDA.

Todos os direitos reservados.

Avenida Gonçalves Magalhães, 560

Vila Trujillo - Sorocaba - SP - Brasil

CEP: 18060-240

contato@aikaeditora.com.br

www.aikaeditora.com.br

4

**THM
MAGAZINE**

Toda comunidade chega a um ponto em que conversar já não basta é preciso registrar

7

**MARCELA
ZAIDEM**

A autoridade que não pede permissão: o verdadeiro peso da liderança feminina

11

**ALEJANDRA
AGUILERA**

Ser reconhecida é diferente de ser famosa

12

**ALINE
LOPES**

Onde o turismo encontra estratégia

14

**AMANDA
CASTRO**

Onde ninguém está olhando

15

**BRUNA DE
BRITTO**

Na saúde, títulos não entregam performance: gestão, vendas e execução transformam conhecimento em resultado

17

**AMANDA
RANGEL**

Ser empresário: a profissão das profissões

18

**CAROLINE
ROSA**

Autonomia financeira. Não é sobre dinheiro

21

**DANIELA
PESCIO**

A vida acontece nas experiências

22

**DANIELA DE
MOURA SIMÕES**

SOLUTE: recuperamos muito mais do que créditos

23

**FERNANDA
BERLATO**

Liderança de alta performance: resultados extraordinários começam pelas pessoas

25

**EVELYN
CARVALHO**

O Poder do posicionamento na construção de marcas desejadas: o papel da imagem, da consistência e da experiência na criação de marcas de alto valor percebido

26

**FRANCINE
BEZERRA**

Você já experimentou se demitir?

27

**JAQUELINE
MUNDIM**

O maior risco da sua empresa está dentro dela



A REVISTA PARA QUEM ESCOLHEU NÃO TOMAR ATALHOS.

29 GRACIANA ARNÚS

O olhar que se transforma em presença

31 ISABELLA CRUZ

Performance cognitiva não se compra. Constrói-se 1% por dia

32 JESSICA KUCAR

RH: Custo ou Despesa? Onde aparece o RH no DRE de um negócio?

34 JULIETH MELLO

A arte de multiplicar oportunidades: a diferença entre aproveitar oportunidades e construir prosperidade

37 MARCELA BELLO

Quando mulheres ocupam espaços que não foram desenhados para elas

39 MARCELAH CAETANO

A IA não vai salvar a sua operação. Vai revelá-la

40 MARCELE LOPES DE ALMEIDA

Quando a IA bate à porta do seu fornecedor: governança, risco e o novo jogo das compras corporativas

41 MARCIA SANTOS

O maior patrimônio que construímos foi a confiança

43 MARIANA NASSAR

O que 48 leis do poder não te ensinam, mas deveria

44 MAYSÁ REZENDE

O que ninguém te conta sobre desenhar uma viagem do zero

45 MELISSA GRANDOLFO

Quando a experiência deixa de ser currículo e se torna legado

46 MILENA SAKAMOTO

A economia da experiência: o ativo estratégico que muitas empresas ainda subestimam

47 MIRNA ABOU RAFÉE

Uma voz que já é sua: por que vendem às mulheres um déficit que os números não confirmam

48 MÔNICA HAUCK

O fim do mundo como conhecemos? O desafio da liderança na era da inteligência artificial

51 **NYCOLLE SOARES**

O seu maior custo é o jurídico que você não tem

53 **PAOLA PASSOS**

UniHER – Cuidar das mulheres para transformar empresas

55 **PATRICIA REBEL**

Os bastidores financeiros do crescimento: o erro financeiro silencioso que trava empresas lucrativas

56 **PAULA YOUNG**

A marca que entra para a história

58 **PAULA GALANTE**

Responda seus porquês

59 **PRISCILLA MONTEIRO**

O futuro as empresas qualidade de seus líderes

60 **PRISCILLA WHITAKER**

Identidade é a sua marca mais valiosa

61 **ROSSANA LUDWIG**

Maison de La Musique

62 **TAMIRIS DE SOUZA**

Relacionamento que gera resultados: a força por trás das construção de parcerias duradouras

63 **TATIANA OLIVEIRA**

Confiança, o ativo que nenhum algoritmo entrega

64 **THAWANE LARISSA SILVA**

A arquitetura do poder

65 **THAYS DIAS**

A conversa que muitas famílias adiam: patrimônio, legado e continuidade começam muito antes de qualquer documento

66 **LAYLLA FERNANDA E MARIANA MIRANDA**

O crescimento não cria a cultura de uma empresa: ela revela o que ela sempre foi

69 **SANDY LOANE TOKUDA**

Empreender também é gestar

70 **NATHALIA AUDREY**

Networking, inovação e a construção de uma nova potência da beleza

the BRAVE MODE

Toda comunidade chega a um ponto em que conversar já não basta É PRECISO REGISTRAR

A THM Magazine nasce desse lugar: da vontade de transformar encontros, repertórios, provocações e trajetórias em pensamento publicado. Não como lembrança de um evento. Não como vitrine de presenças bonitas. Mas como uma plataforma editorial para mulheres que têm algo a dizer — e lastro para sustentar o que dizem.

O *The Hard Mode* nasceu sobre três pilares: autodesenvolvimento, empreendedorismo e alto desempenho.

- Autodesenvolvimento, porque ocupar espaço começa antes da exposição.
- Empreendedorismo, porque ideia sem construção continua sendo intenção.
- Alto desempenho, porque autoridade não se sustenta apenas com narrativa.

Agora, a THM Magazine inaugura uma nova camada dessa construção: **o pilar da autoridade**.

Porque não basta se desenvolver.

Não basta construir.

Não basta performar em alto nível.

Em algum momento, é preciso ser reconhecida pelo que se sabe, pelo que se sustenta e pelo território que se ocupa.

*Autoridade
não é visibilidade.*
É associação.

É quando um nome passa a carregar uma ideia. É quando uma mulher deixa de ser lembrada apenas pela presença e passa a ser chamada pela contribuição que só ela consegue fazer.

A revista nasce como continuidade natural do THM: um espaço para transformar experiência em pensamento, pensamento em posicionamento e posicionamento em autoridade.

No THM, estar presente importa.

E deixar seu pensamento publicado é uma forma de permanecer.



Esta revista é um convite para que cada membra ocupe a página como quem ocupa uma sala importante: com clareza, repertório e intenção.

Usamos “membra” porque a palavra nos interessa não apenas pela gramática, mas pelo símbolo. Ela existe, está registrada, mas ainda causa estranhamento. Há quem queira corrigir. Há quem escute e sinta que algo está fora do lugar.

Talvez esse seja justamente o ponto.

*Nem tudo o que parece fora do lugar
está errado. Às vezes, o ambiente
ainda não aprendeu a reconhecer.*

Ao longo das edições, a THM Magazine será um espaço para aprofundar **Territórios de Autoridade**. Não como seção fixa, mas como princípio editorial: cada mulher deve ser percebida pelo campo que construiu, pelo assunto que domina, pela conversa em que sua ausência empobrece o debate.

Território não é apenas tema.

É espaço conquistado com estudo, prática, decisão, erro, resultado e consistência. É onde a opinião deixa de ser impressão e passa a ter lastro.

Por isso, a THM Magazine não é apenas uma revista sobre mulheres.

É sobre o que mulheres constroem quando deixam de ser tratadas como exceção e passam a ser lidas como referência.

*Visibilidade faz
alguém olhar.
Posicionamento faz
alguém lembrar.
Autoridade faz
alguém chamar.*

A THM Magazine nasce quando a presença já não basta, quando a trajetória vira pensamento, e quando o pensamento circula com a força de quem tem algo próprio a dizer.

É o início do quarto pilar do THM.

Autoridade. *Não como título.* **Como território.**





A autoridade que não pede permissão: **O VERDADEIRO PESO DA LIDERANÇA FEMININA**

Eu tenho uma certa resistência quando alguém me chama para falar de liderança feminina. Não porque o tema não importe. Importa.

- Importa porque as condições ainda não são iguais.
- Importa porque a ambição de uma mulher ainda costuma ser interpretada de um jeito diferente.
- Importa porque a firmeza, quando vem de uma mulher, muitas vezes precisa ser explicada, suavizada ou justificada.
- Importa porque, em muitas salas, a autoridade feminina ainda é aceita com mais facilidade quando vem acompanhada de simpatia, cuidado e permissão.

Então, sim, existe uma experiência específica em liderar sendo mulher.

Mas o meu incômodo começa quando essa experiência vira a moldura inteira.

Porque, nesse momento, a liderança deixa de ser tratada como exercício de direção, poder, decisão e consequência, e passa a ser tratada como uma categoria à parte. Quase um tema paralelo. Como se houvesse a liderança “normal” e, ao lado dela, uma versão feminina, inspiradora, sensível e aceitável. **Eu não quero essa prateleira.**



Existe uma diferença entre ocupar uma posição e ter legitimidade dentro dela.

*O cargo coloca uma
pessoa na sala.*

*A legitimidade faz com
que a sala escute.*

*A autoridade faz com
que a decisão sobreviva
depois que a pessoa sai.*

E, para muitas mulheres, o desafio nunca foi apenas conquistar a cadeira. Foi sustentar a própria voz sem precisar negociar o tempo inteiro a forma como essa voz seria recebida.

Não quero falar de liderança como quem pede licença para entrar no assunto principal. Quero falar de liderança como ela é:

**a capacidade de
sustentar uma direção
quando existe
pressão, conflito,
ambiguidade, vaidade,
risco e gente envolvida.**

Liderança não é uma identidade que se anuncia.
É uma responsabilidade que se prova.

Quando uma mulher lidera, ela não está apenas ocupando um cargo. Ela está disputando leitura.

- Disputando se sua segurança será vista como arrogância ou clareza.
- Se sua exigência será vista como dureza ou padrão.
- Se sua ambição será vista como excesso ou visão.
- Se sua presença será lembrada pela imagem que projetou ou pela decisão que sustentou.

Há um custo silencioso em precisar traduzir a própria liderança o tempo todo. Explicar que firmeza não é grosseria. Que ambição não é vaidade. Que clareza não é frieza. Que exigência não é falta de empatia.

Enquanto uma parte da energia deveria estar na decisão, ela é consumida na gestão da percepção. E isso também é uma forma de desigualdade: quando uma liderança precisa provar a própria intenção antes mesmo de ter sua decisão analisada.

É por isso que o rótulo pode ser perigoso. Ele abre uma porta, mas também pode controlar o tamanho da sala. “Mulher forte.” “Mulher inspiradora.” “Liderança feminina.”

Eu entendo o elogio. Mas não quero que a admiração seja uma forma mais elegante de reduzir a complexidade da entrega. Porque liderar, para mim, nunca foi sobre parecer forte.

*Foi sobre decidir mesmo
quando a decisão custava.*

*Foi sobre formar gente sem
terceirizar padrão.*

*Foi sobre crescer
sem perder critério.*

Foi sobre construir cultura quando era mais fácil chamar tudo de alinhamento.

Foi sobre sustentar resultado sem transformar pessoas em discurso bonito.

O problema do rótulo não é ele existir. O problema é quando ele passa a organizar toda a leitura. Quando a pergunta deixa de ser “qual é a tese dela?” e vira “qual é a história dela como mulher?”. Quando a entrega vira inspiração antes de ser reconhecida como competência. Quando a trajetória vira exemplo antes de virar referência.

Inspiração é importante. Mas, sozinha, ela ainda coloca a mulher em um lugar de contemplação. Autoridade exige outro lugar: o da escuta, da decisão e da influência real sobre o rumo das coisas.

Foi desse incômodo que nasceu o **The Hard Mode**. Não como um espaço para proteger mulheres da dificuldade, mas para reunir mulheres que escolheram não fugir dela.

Porque o difícil não é apenas empreender, liderar, crescer ou ocupar espaços onde antes não havia tantas mulheres. O difícil é fazer tudo isso sem aceitar ser diminuída pela forma mais fácil de te explicar. É construir uma autoridade que não dependa de ser exceção. É sustentar uma presença que não precise ser suavizada. É transformar experiência em repertório, repertório em posição e posição em influência.

Não para reunir mulheres em torno de uma narrativa confortável sobre pertencimento. Mas para fortalecer mulheres que querem ser reconhecidas pela densidade do que constroem.

Eu quero que uma membra seja chamada para uma conversa não porque representa uma categoria, mas porque carrega uma leitura que muda a qualidade da decisão.



O feminino nos reúne. Mas liderança é o que cada uma faz com o poder, a responsabilidade e o espaço que conquista.

CADIVEU

PROFESSIONAL

Me. Just better.



O PODER DO ÓLEO DE ROSA MOSQUETA

para deixar os cabelos
sem frizz, brilhantes e
super macios.

APROVEITE O

CUPOM: **CAD15**



Ser reconhecida É DIFERENTE DE SER FAMOSA

Olho para trás e vejo uma jornada cheia de reviravoltas. Nasci em Bogotá, na Colômbia, em 1992. Meus pais se separaram quando eu tinha dois anos e, aos sete, minha mãe decidiu se mudar para o Brasil em busca de recomeço e de reunir a família. Foi aqui que aprendi cedo que a vida é feita de surpresas — e que resiliência não é um talento, é uma escolha diária.

Aos 15 anos comecei a trabalhar para ajudar nas despesas de casa. Aquela necessidade me ensinou o valor do trabalho duro, mas fez mais do que isso: acendeu em mim a paixão que viraria o eixo da minha vida — conectar pessoas e negócios a partir de princípios sólidos de lealdade, coragem e integridade.



Hoje essa paixão tem nome: atuo na logística internacional, transformando sonhos em realidade e conectando pessoas pelo mundo. Gosto de me ver como uma ponte. E ponte não foi feita para ser admirada — foi feita para que algo importante atravessasse com segurança até o outro lado.

Talvez por isso eu acredite que ser reconhecida é diferente de ser famosa. A fama pode surgir da noite para o dia; o reconhecimento se constrói com o tempo. Quantas de nós já desejou os holofotes instantâneos? Eu também já quis — até perceber que reputação sólida não se compra nem viraliza. Ela se constrói com dedicação, consistência e autenticidade.

*Fama mede quantos olham para você.
Reconhecimento mede quantas
vidas você tocou no caminho.*

Uma depende da plateia; a outra depende de quem você é quando ninguém está aplaudindo. E é essa diferença que decide se o seu nome será lembrado por um momento ou respeitado por uma trajetória.

Por isso, minha escolha é clara: prefiro ser fiel a mim mesma e às pessoas a perseguir números. O verdadeiro valor não está na quantidade de seguidores, mas na marca que deixamos na vida de quem cruza o nosso caminho.

Se você está construindo algo — um negócio, uma carreira, um nome —, não tenha pressa de ser vista. Tenha coragem de ser verdadeira. Seja ponte. O reconhecimento que nasce disso dura muito mais do que qualquer holofote.



Empresária no setor de logística internacional. Nascida na Colômbia e criada no Brasil, é movida por lealdade, coragem e integridade. Atua como uma ponte que conecta pessoas e negócios pelo mundo, transformando sonhos em realidade e inspirando outras a realizarem os seus.

@iam.alejandraaguilera
@kombibrazilteam
<https://kombibrazil.com/>

Onde o turismo encontra ESTRATÉGIA

Há um trabalho no turismo que quase nunca aparece nas fotografias. Não está nas paisagens, nos aeroportos lotados, nem nos grandes eventos. Acontece antes. Muito antes. É o trabalho de construir consensos, aproximar interesses, organizar agendas e transformar demandas de um setor inteiro em propostas capazes de orientar decisões públicas e privadas.

É nesse ambiente que Aline Lopes construiu sua carreira.

Ao longo dos últimos anos, seu nome passou a circular com frequência entre empresários, representantes do poder público, entidades nacionais e especialistas que discutem os rumos do turismo brasileiro. Não por acaso. Sua atuação ocupa um espaço pouco visível para quem observa apenas o resultado final, mas decisivo para quem compreende como políticas, investimentos e iniciativas estruturantes começam a tomar forma.

Aline costuma tratar o turismo menos como uma atividade de lazer e mais como um instrumento de desenvolvimento. Na sua visão, quando planejado de forma estratégica, o setor:

- Movimenta economias locais
- Amplia oportunidades para pequenos empreendedores
- Fortalece cadeias produtivas
- Gera empregos
- Valoriza a identidade dos territórios

Essa compreensão explica boa parte das escolhas que marcaram sua trajetória.

Sua formação profissional começou em um ambiente conhecido pelo rigor técnico. Na EY (Ernst & Young), uma das maiores empresas de auditoria e consultoria do mundo. Ela se desenvolveu profissionalmente nos 10 anos de experiência em que trabalhou nas áreas de auditoria e consultoria, governança, planejamento, gestão de riscos e processos corporativos. Atuou à frente da Coordenação do Conselho Fiscal do Serviço Social do Comércio (Sesc Nacional), que é o principal órgão interno de fiscalização financeira e governança. Sua função era garantir a transparência e a legalidade na gestão dos recursos da entidade. Essa experiência consolidou uma característica que permaneceria presente em toda a sua carreira:

Tomar decisões a partir de análise, dados e planejamento, sem perder de vista as pessoas envolvidas em cada processo.



Executiva com trajetória em estratégia, governança e desenvolvimento do turismo. Gerente do Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade da CNC, lidera iniciativas que conectam setor público e privado, promovendo inovação, competitividade e políticas para o turismo brasileiro.

@alinellpss
@sistemacnc

Com essa base, passou a atuar na Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), onde liderou por anos as áreas de Planejamento, Processos, Projetos e Orçamento até assumir a Gerência do Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur/CNC). Sua nomeação teve um significado histórico. Pela primeira vez, em mais de sessenta anos de existência do Conselho, uma mulher passou a ocupar a função.

O simbolismo, porém, nunca foi o centro da história. O desafio era outro: contribuir para aproximar empresários, entidades representativas e governos em torno de uma agenda comum para o turismo brasileiro.

É nesse contexto que iniciativas como o movimento *Vai Turismo* ganharam relevância. Reunindo estudos, diagnósticos e propostas elaboradas em conjunto com representantes do setor, o projeto passou a oferecer uma base técnica para discutir competitividade, qualificação, sustentabilidade, inovação e desenvolvimento regional. Mais do que produzir documentos, a iniciativa busca transformar conhecimento em ações capazes de fortalecer o turismo como política de desenvolvimento.

Ao mesmo tempo, Aline passou a representar o setor em fóruns técnicos, grupos de trabalho e debates sobre temas que vão da inteligência de mercado à padronização internacional, sempre defendendo uma visão integrada do turismo, em que infraestrutura, ambiente de negócios, formação profissional e preservação dos territórios caminham na mesma direção.

Quem acompanha sua atuação costuma destacar uma habilidade que não aparece em currículos: a capacidade de construir convergências. Em um setor formado por interesses diversos, essa talvez seja uma de suas maiores contribuições. Em vez de acentuar diferenças, procura identificar objetivos comuns e criar caminhos para que instituições, empresas e gestores públicos trabalhem de forma coordenada.

Nos últimos anos, outra pauta passou a ganhar espaço em sua agenda: a ampliação da presença feminina nos ambientes de decisão do turismo. Mais do que defender essa transformação em discursos, Aline tornou-se parte dela.

Sua própria trajetória demonstra que espaços historicamente ocupados por homens podem ser redefinidos quando competência técnica, preparo e capacidade de articulação caminham juntos.

Talvez seja essa a principal marca de sua carreira.

Em vez de buscar protagonismo pessoal, escolheu atuar em um lugar onde os resultados costumam aparecer antes dos holofotes.

Enquanto o turista vê destinos, experiências e paisagens, existe uma rede de profissionais trabalhando para que tudo isso aconteça de forma organizada, sustentável e economicamente viável.

Aline Lopes faz parte desse grupo. Seu trabalho ajuda a mostrar que: o futuro do turismo brasileiro não será definido apenas pela beleza dos destinos ou pelo crescimento dos números, mas pela qualidade das decisões que começam muito antes da viagem.

E é justamente nesse espaço, onde estratégia, diálogo e visão de longo prazo se encontram, que ela vem construindo uma trajetória que hoje se tornou referência para o setor.

Onde ninguém ESTÁ OLHANDO

Construir autoridade em territórios ignorados é a forma mais poderosa de criar relevância, propósito e legado.

Existe uma tendência quase intuitiva de acreditar que as melhores oportunidades estão nos lugares mais visíveis. Buscamos os mercados em evidência, aqueles que recebem investimento, atenção e reconhecimento. A experiência, porém, ensina algo diferente: muitas das maiores oportunidades estão justamente onde poucos escolhem olhar.

Ao longo da minha trajetória, descobri que alguns dos setores mais relevantes da economia permanecem praticamente invisíveis. Não porque sejam pequenos, mas porque são tão essenciais que só são lembrados quando algo dá errado. O setor funerário é um deles.

Falamos sobre nascimento, educação, patrimônio e longevidade, mas evitamos discutir a única experiência universal da condição humana: a morte. Esse silêncio não reduz sua importância; apenas dificulta compreender seus impactos sociais, econômicos e jurídicos.

Foi nesse cenário que encontrei uma das maiores lições da minha carreira. Enquanto muitos disputam espaço nos mesmos mercados, existe um enorme potencial em desenvolver profundidade onde ainda faltam especialistas, pesquisas e referências.

Minha formação em Direito me ensinou a interpretar normas. O empreendedorismo me ensinou algo igualmente importante:

Autoridade não é concedida, é construída. Competência técnica é indispensável, mas dificilmente fala sozinha. É preciso comunicar valor, compartilhar conhecimento e ocupar espaços de relevância.

O que começou como atuação profissional transformou-se em pesquisa, produção de conteúdo e propósito. Ao me dedicar ao Direito Funerário, encontrei um segmento economicamente relevante,

juridicamente complexo e socialmente indispensável, mas que ainda precisava de mais estudo, visibilidade e profissionalização.

Hoje percebo que a principal lição dessa trajetória vai além do setor funerário. A diferenciação raramente nasce da tentativa de fazer melhor aquilo que todos já fazem. Ela surge da coragem de construir autoridade em territórios onde ainda há espaço para criar referências.

Há uma frase que me acompanha há anos:

*Trabalhe até que
seja impossível falar
sobre o seu nicho sem
mencionar o seu nome.*

Hoje entendo que ela não fala sobre notoriedade, mas sobre legado. Porque, no fim, os territórios mais valiosos nem sempre são os mais disputados. São aqueles que aguardam alguém disposto a enxergar o que a maioria ainda não percebeu.



Advogada, mestre em Direito e especialista em Direito Funerário. Atua há quase 10 anos assessorando empresas do setor funerário em compliance, gestão de riscos, relações trabalhistas, licitações e expansão empresarial. Advogada do SEFERJ.

@advamandacastro
<https://direitofunerario.com.br/>

Na saúde, títulos **NÃO ENTREGAM PERFORMANCE**

Gestão, vendas e execução transformam conhecimento em resultado.

A formação na saúde ensina a buscar excelência técnica. Durante anos, a lógica parece simples: estudar mais, especializar-se mais e acumular títulos. Afinal, eles representam conhecimento, dedicação e autoridade profissional.

Essa lógica, porém, encontra um limite quando o profissional decide empreender. Uma clínica deixa de ser apenas um espaço de atendimento e passa a ser uma empresa. E empresas exigem competências que raramente fazem parte da formação acadêmica: gestão, liderança, estratégia, vendas e desenvolvimento de pessoas.

Foi justamente nessa transição que surgiu uma verdade desconfortável. Sou profissional da saúde, fiz residência, mestrado e MBA, e a educação sempre fez parte da minha trajetória. Ainda assim, ficou evidente que os títulos não entregam performance.

Eles comprovam conhecimento, fortalecem a autoridade e ampliam repertório, mas não garantem agenda saudável, equipe produtiva, boa conversão ou uma empresa lucrativa. Somos preparados para cuidar de pessoas, mas, ao abrir uma clínica, passamos a liderar um negócio sem termos sido preparados para isso.

Durante muito tempo, acreditamos que o próximo curso resolveria o que não funcionava. Mais uma especialização, outra técnica, outro certificado. Enquanto isso, profissionais brilhantes continuavam enfrentando equipes desalinhadas, dificuldade de vender, processos frágeis e empresas totalmente

dependentes do dono. Não por falta de conhecimento, mas pela distância entre saber e transformar esse conhecimento em resultado.

Essa mudança também fez parte da minha trajetória. Foi preciso aprender gestão, vendas, liderança, processos e estratégia. A partir desse momento, o foco deixou de estar apenas no que eu sabia e passou a estar na capacidade de executar.

É dessa convicção que nasce o MedHub. Mais do que um ambiente de desenvolvimento, somos um ecossistema de implementação empresarial para profissionais da saúde. Conhecimento precisa virar decisão, processo, equipe alinhada, venda e resultado.

Convivendo diariamente com médicos, aprendemos que o maior desafio, muitas vezes, não é descobrir o que fazer, mas encontrar tempo, estrutura e pessoas para fazer acontecer. Por isso, não entregamos apenas conteúdo para uma rotina já sobrecarregada. Ajudamos a implementar, acompanhar e transformar estratégias em prática. A formação constrói repertório. A execução constrói empresas.

Se a sua clínica parece não acompanhar o potencial que você tem, talvez o próximo passo não seja conquistar outro título, mas contar com quem transforme conhecimento em ação. É para isso que o MedHub existe.



Cirurgiã-Dentista formada pela UPE, com Residência em Odontopediatria/OPNE pelo IMIP. Mestre em Cuidado Intensivo e MBA em Gestão de Negócios da Saúde. Possui especializações em Inteligência Emocional, Customer Experience, Business Fundamentals e Growth. Atua na gestão e estruturação de clínicas, com foco em processos e crescimento.

@brunadebritto_vendasnasaude
@medhub5g
<https://medhub5g.com.br>



LIMPEZA · PORTARIA · ZELADORIA · JARDINAGEM

Excelência em serviços *é excelência em servir.*

Terceirização de mão de obra especializada em facilities para empresas que valorizam resultado, qualidade e confiança.

www.jgmservicos.com.br · (21) 3073-7064

Ser empresário: A PROFISSÃO DAS PROFISSÕES

O Brasil é um país empreendedor. Muitos abrem negócios porque enxergam oportunidades para além do tradicional, querem mais autonomia na vida ou acreditam que podem resolver um problema melhor que o mercado. Mas existe uma questão: **nenhum desses empreendedores foi preparado para ser empresário.** Isso porque costumamos enxergar profissão como algo técnico: médico, advogado, engenheiro. Mas raramente pensamos que empresário também é uma profissão. E talvez uma das mais complexas de todas. E, pasmem, não é porque alguém possui um negócio que se tornou empresário.

Ser empresário é, na minha humilde opinião, a mais importante, difícil e complexa profissão do mundo. O especialista domina sua técnica. O empresário precisa dominar pessoas, finanças, estratégia, operações, vendas, posicionamento e tomada de decisão, além da técnica! Se vocês acrescentarem o papel de empresário a qualquer uma das três profissões que pontuei acima temos um cenário potencialmente gerador de “burnouts”: o empresário dorme e acorda pensando no negócio e nos próximos passos. O empresário precisa entender do negócio em todas as suas dimensões. É aquela máxima das nossas mães, se bem me lembro, algo como: **para saber mandar é preciso saber fazer?**

Ser empresário é se sentar sozinho, às 23h de uma sexta feira pré carnaval, com uma taça de vinho, (ou uma garrafa, e aqui é experiência pessoal) e agradecer por que tem um feriado inteiro

para revisar os números e entender porque a conta não tá fechando no final do mês mas ainda assim, honrou com todos os seus compromissos.

Senhores, ser empresário é, sem dúvida, trocar a roda enquanto o carro anda, enxugar gelo, ser pai e mãe de uma criança sem suporte. Talvez a grande diferença esteja aí:

**O empreendedor
cria oportunidades;
*o empresário constrói estruturas
para transformá-las em resultados.***

Curiosamente, a maioria dos empresários estudou durante anos para exercer sua atividade técnica, mas nunca recebeu qualquer formação para exercer a profissão de empresário. Espera-se que aprendam liderança, finanças, estratégia, vendas e gestão no improviso, muitas vezes enquanto o negócio já está em funcionamento.

A boa notícia é que, se empresário é uma profissão, ela também pode ser aprendida. E é justamente sobre essa jornada, e sobre as competências que transformam empreendedores e especialistas em empresários, que conversaremos nos próximos artigos.



Advogada, empresária e estrategista de negócios. Depois de anos atuando na liderança executiva de empresas, hoje ajudo especialistas que se tornaram empresários a desenvolver gestão, estratégia e governança para construir negócios sólidos, lucrativos e preparados para crescer.

@amandaescrangel

Autonomia financeira NÃO É SOBRE DINHEIRO

Existe uma contradição que me acompanha há anos. Conheço mulheres que lideram empresas, equipes e projetos complexos. Mulheres que tomam decisões difíceis diariamente. Que são procuradas porque transmitem segurança, clareza e direção. Mas que, quando o assunto é a própria vida, continuam adiando decisões importantes. Não apenas sobre dinheiro... Sobre liberdade... Sobre futuro... Sobre a vida que desejam construir.

Ao longo dos meus mais de 15 anos no mercado financeiro, aprendi que competência e autonomia não são sinônimos. Uma mulher pode ser extremamente competente e, ainda assim, continuar entregando a terceiros decisões que impactam diretamente a sua vida. Pode ser admirada profissionalmente e continuar esperando o momento certo para começar algo importante. Pode ocupar uma posição de liderança e, ainda assim, sentir que determinadas escolhas continuam sendo conduzidas pelas circunstâncias.

Durante muito tempo, atribuímos isso à falta de informação. Mas essa explicação já não me convence. Segundo dados da OCDE, mulheres frequentemente apresentam níveis menores de confiança em relação às próprias decisões financeiras, mesmo quando possuem conhecimento semelhante ao dos homens em diversos aspectos da educação financeira.

O dado me interessa menos pela questão financeira e mais pelo que ele revela sobre comportamento. Porque ele sugere que saber nem sempre é o

problema. Muitas vezes, o desafio está na relação que construímos com a responsabilidade de decidir.

**Existe uma
diferença
importante
entre conhecer
um caminho e
percorrê-lo.**

É nessa distância que muitas mulheres permanecem por anos. Não porque lhes falte inteligência. Nem porque lhes falte capacidade. Mas porque aprenderam a esperar. Esperar sentir mais confiança. Esperar ter mais clareza. Esperar o cenário ideal. Esperar ter certeza. Só que a vida raramente muda quando a certeza chega. Ela muda quando o compromisso chega primeiro.



Sócia e Superintendente de Inteligência de Mercado da Genial Investimentos, atua há mais de 15 anos no mercado financeiro, transformando informação em decisão. Acredita que o avanço depende da capacidade de assumir escolhas e defende a autonomia financeira como caminho para liberdade, protagonismo e autorresponsabilidade.

@carolinefrosa
@genialinvestimentos
@genialmercado

CALMA: uma estrutura para entender o processo de decidir

Foi observando esse padrão que comecei a organizar uma reflexão que hoje carrego comigo sob a sigla CALMA.

- **Constância.** Porque quase tudo o que realmente importa é construído na repetição.
- **Autoconfiança.** Porque a confiança raramente antecede a ação. Ela costuma ser consequência dela.
- **Liderança.** Porque a liderança mais importante não é aquela exercida sobre equipes. É aquela exercida sobre nós mesmas.
- **Mulheres.** Porque seria injusto ignorar que fomos educadas em contextos diferentes. Muitas de nós cresceram vendo homens ocuparem naturalmente os espaços de decisão financeira dentro de casa. Mas reconhecer esse contexto não significa permanecer limitada por ele.
- **Autonomia.** Porque chega um momento em que a pergunta deixa de ser quem pode decidir por mim e passa a ser por que eu ainda não estou decidindo.

Talvez seja por isso que a autonomia financeira me interesse tanto. Não pelo dinheiro em si. O dinheiro é apenas uma das formas pelas quais exercemos poder de decisão. O que realmente me interessa é a capacidade de conduzir a própria vida.

Porque existem escolhas que não podem ser terceirizadas.

Nem para o mercado. Nem para um parceiro. Nem para a família. Nem para o tempo.

Recentemente tomei uma decisão que me tirou completamente da zona de conforto: correr minha

primeira maratona. Não me sentia pronta. Não tinha certeza de que conseguiria. Mas percebi que continuar esperando confiança para começar era apenas uma forma socialmente aceita de adiar uma decisão.

Meses depois, entendi que a maratona nunca foi sobre corrida. Foi sobre compromisso. A linha de chegada não foi construída no dia da prova. Ela foi construída nas manhãs em que ninguém estava olhando. Nos treinos que poderiam ter sido adiados. Nas escolhas pequenas que pareciam irrelevantes quando foram feitas.

Hoje vejo que a autonomia segue exatamente a mesma lógica. Ela não nasce em um grande momento de coragem. Ela nasce quando assumimos responsabilidade por pequenas decisões, repetidas vezes.

A pergunta que importa

Por isso, talvez a pergunta mais importante não seja quanto dinheiro você tem. Talvez a pergunta mais importante seja:

Quem está conduzindo as decisões que determinarão a vida que você terá daqui a dez anos?

Porque algumas escolhas transformam resultados. Outras transformam identidades. E as mais importantes costumam fazer as duas coisas ao mesmo tempo.

Quais decisões sobre o seu futuro ainda estão sendo conduzidas pelo tempo, pelo medo ou pelas circunstâncias? As circunstâncias importam. Mas raramente são elas que definem o destino. São as decisões que escolhemos assumir — ou adiar — todos os dias.

HOSPITALIDADE COMO ESTRATÉGIA

Como transformar experiências em conexões, memórias e resultados.

Há mais de 20 anos atuo na interseção entre hospitalidade, experiências e relacionamentos, conectando pessoas, marcas e oportunidades por meio de estratégias que geram valor, confiança e resultados.



20+

Anos de experiência



1.000+

Clientes e parceiros atendidos



200+

Stakeholders globais conectados



GLOBAL

Mercado de atuação

PALESTRAS

Hospitalidade como Estratégia
Experiência do Cliente (CX)
Vendas Humanizadas

Liderança e Conexão Humana
O Poder das Experiências
Resultados

CONSULTORIAS

Nos idiomas português e inglês



DANIELA PESCIO
@danypescio



+55 11 96575-5151



@danypescio



linkedin.com/in/daniela-pescio-9bb59211

A vida acontece NAS EXPERIÊNCIAS

Antes de eu começar a dissertar sobre essa ideia, deixa eu me apresentar. Há mais de duas décadas trabalho na indústria da hospitalidade de luxo, um universo onde a palavra “experiência” é utilizada diariamente. Resorts paradisíacos, hotéis icônicos, jantares memoráveis, viagens dos sonhos. Durante muitos anos, tive o privilégio de testemunhar momentos extraordinários vividos por milhares de pessoas ao redor do mundo.

Mas hoje quero falar de outro tipo de experiência. Quando ouvimos essa palavra, é comum imaginarmos algo grandioso, sofisticado ou até inacessível. Sim, experiências extraordinárias existem e são maravilhosas. Sempre que tenho a oportunidade de vivenciá-las, agradeço profundamente por isso.

Mas a verdade é que experiências não moram apenas na caixinha da ostentação. Todos nós vivemos experiências o tempo todo. Na conversa inesperada que muda o rumo de um dia. No café compartilhado com alguém querido. Na viagem simples ou nos detalhes de uma super viagem. No desafio profissional. Na ligação que traz uma boa notícia. Ou até naquela situação difícil que nos obriga a crescer.

**Experiência é tudo
aquilo que nos faz
sentir, refletir, aprender
ou transformar.**

Recentemente li uma frase que dizia algo como: “Experiência não é sobre impressionar. É sobre fazer alguém sentir algo.” Talvez por isso algumas experiências extremamente caras

sejam esquecíveis, enquanto pequenos gestos permanecem conosco para sempre.

No universo profissional em que atuo, costumamos associar experiências a momentos felizes e memoráveis. E, de fato, trabalhamos diariamente para criar exatamente isso. Mas existe também um lado menos visível dessa história: os bastidores. Existe um enorme esforço para evitar frustrações, resolver problemas, antecipar necessidades e transformar situações potencialmente negativas em algo positivo. Porque, no final das contas, tudo gera uma experiência, seja ela boa ou ruim.

E talvez esteja aí uma das maiores lições da vida. Não podemos controlar tudo o que acontece conosco, mas podemos escolher como vivemos cada situação. Podemos enxergar valor nas conexões que construímos, nos aprendizados que adquirimos e nas histórias que colecionamos ao longo do caminho.

A felicidade pode ser encontrada nas experiências de hoje. Porque a vida não acontece quando chegamos ao destino. Ela acontece durante a jornada. **Viva o extraordinário, sempre!**



Especialista em vendas e desenvolvimento de mercado no segmento de hospitalidade de luxo há mais de 20 anos, desde 2013 represento a Four Seasons Hotels and Resorts na América do Sul.

@danypescio
@chezdandela

SOLUTE:

Recuperamos muito mais do que créditos

Toda empresa nasce para resolver um problema. A SOLUTE nasceu para transformar uma realidade.

Ao longo da nossa trajetória, percebemos que a inadimplência não representa apenas números em aberto. Por trás de cada título existe uma história, uma empresa, pessoas e relacionamentos que, quando tratados da maneira certa, podem ser reconstruídos.

Foi com esse propósito que criamos a SOLUTE Soluções Inteligentes: unir inteligência, tecnologia e atendimento humanizado para mudar a forma como o mercado enxerga a recuperação de crédito. Mais do que cobrar, escolhemos conectar.

Mais do que recuperar valores financeiros, decidimos recuperar clientes, confiança e oportunidades. Nossa metodologia é baseada na compreensão de que a negociação é uma ponte entre empresas e pessoas. Cada contato é uma oportunidade de preservar relações comerciais, fortalecer marcas e contribuir para a sustentabilidade dos negócios.

Essa visão também se reflete fora do ambiente corporativo. Acreditamos que empresas têm a responsabilidade de gerar impacto positivo na sociedade.

Por isso, criamos o projeto social “Eu Abro Mão”, um movimento que convida pessoas e organizações a renunciarem voluntariamente a algo em benefício de quem mais precisa. Mais do que uma ação solidária, o projeto representa um estilo de vida pautado pela empatia, generosidade e compromisso com a transformação social.

Na SOLUTE, entendemos que crescimento só faz sentido quando gera valor para todos. Recuperar créditos é parte do nosso trabalho. Recuperar clientes é o nosso propósito. Transformar vidas é o nosso legado.

Seguimos acreditando que os melhores resultados são construídos juntos, com ética, inteligência e relações de confiança. Porque, quando recuperamos um cliente, recuperamos também oportunidades, negócios e o futuro de muitas empresas.



Daniela de Moura Simões Tavares De Melo e Maria Carolina Leitão D'amorim Sócias da SOLUTE Soluções Inteligentes, dedicam-se a compartilhar experiências, tendências e estratégias que apoiam empresários na redução de perdas, na preservação de relações comerciais e na tomada de decisões assertivas. Defende que recuperar crédito é uma ferramenta de sustentabilidade financeira e fortalecimento entre empresas.

@solutessolucoesinteligentes
<https://www.solutessolucoes.com/>



Recuperamos
muito mais
do que créditos



Site
www.solutessolucoes.com



Instagram
[@solutessolucoesinteligentes](https://www.instagram.com/solutessolucoesinteligentes)



Central de Atendimento
0800 2022 019



WhatsApp
(81) 98892 7890



E-mail
contato@solutessolucoes.com

Liderança de alta PERFORMANCE:

resultados extraordinários
começam pelas pessoas

Vivemos uma era em que metas mudam rapidamente, mercados se transformam e a pressão por resultados nunca foi tão intensa. Nesse cenário, a verdadeira vantagem competitiva deixou de ser apenas um bom produto ou uma estratégia comercial eficiente. Ela está na capacidade de formar equipes que performam de maneira consistente.

Durante muito tempo acreditou-se que liderar era cobrar indicadores e acompanhar números. Hoje, tenho convicção de que isso é apenas parte da equação.

A alta performance nasce quando estratégia, disciplina e desenvolvimento humano caminham juntos.

Um líder não constrói resultados sozinho. Ele cria um ambiente onde pessoas comuns conseguem entregar resultados extraordinários. Isso exige:

- Clareza de propósito
- Processos bem definidos
- Acompanhamento constante
- Confiança (o principal deles)

Equipes vencedoras não dependem de motivação momentânea. Elas dependem de cultura. Uma

cultura em que cada profissional entende seu papel, conhece seus indicadores, recebe *feedbacks* frequentes e sabe que evoluir faz parte da rotina.

Outro ponto essencial é abandonar o modelo do líder centralizador. Os melhores líderes são aqueles que desenvolvem novos líderes. Compartilham conhecimento, delegam responsabilidades e transformam autonomia em compromisso.

Alta performance também não significa trabalhar mais. Significa trabalhar melhor.

É eliminar desperdícios, priorizar o que gera impacto e criar processos que permitam crescimento sustentável.

No fim, liderança não é sobre controlar pessoas, mas sobre potencializar talentos. Empresas que compreendem isso deixam de depender de heróis e passam a construir times capazes de superar desafios continuamente.

A pergunta que todo líder deveria fazer não é “como cobro mais resultados?”, mas sim: “o que estou fazendo hoje para que minha equipe seja melhor amanhã?”. Porque resultados passam. A cultura permanece. E é ela que sustenta a alta performance ao longo do tempo.



Profissional com sólida experiência em liderança comercial, desenvolvimento de negócios, estruturação de processos e gestão de equipes de alta performance. Atua na formação de times, implementação de indicadores, estratégias de crescimento e fortalecimento de marcas em mercados competitivos.

@feberlato
@pmd
@gtfix

A woman with long, wavy brown hair is posing against a textured, brown wall. She is wearing a strapless, floor-length gold sequined dress with a high slit on the left side. She is holding a small, rectangular gold clutch bag in her left hand. Her right arm is raised, with her hand resting on the wall. She has a small tattoo on her right upper arm and a larger tattoo on her left upper arm. The background is a textured, brown wall.

VESTIDOS DE FESTA

UNIVERSIDADE DOS VESTIDOS

LOJA DE ALUGUEL DE VESTIDOS
DO RIO DE JANEIRO

Aluguel de vestidos de festa com
qualidade superior e variedade
infinita. Bordados exclusivos,
tecidos nobres e atendimento que
transforma sua experiência.

**VISITE NOSSA LOJA E VIVA
ESSA EXPERIÊNCIA:**

R. DAS MARGARIDAS, 462 -
CENTER 2 - VALQUEIRE, RIO DE
JANEIRO - RJ, 21330-530

Contato: (21) 98163-8309

Instagram: @universidadedosvestidos

O PODER DO POSICIONAMENTO

na construção de marcas desejadas

O papel da imagem, da consistência e da experiência na criação de marcas de alto valor percebido.



Fundadora da Universidade dos Vestidos. Formação em Experiência do Cliente, Gestão Tática e Growth pela G4 Educação, além de especialização em Desenvolvimento Humano e Liderança pelo Instituto Nacional de Excelência Humana (INEX).

@evelyn.uv
@universidadedosvestidos

Em mercados cada vez mais competitivos, qualidade deixou de ser um diferencial. Bons produtos e serviços existem em praticamente todos os segmentos. O que realmente diferencia uma empresa é a forma como ela é percebida. É por isso que posicionamento não deve ser visto apenas como uma estratégia de marketing, mas como uma decisão de negócio.

Posicionar uma marca é definir o espaço que ela deseja ocupar na mente e na vida das pessoas. Marcas desejadas não são construídas por acaso. Elas são resultado de escolhas intencionais que comunicam valor, identidade e propósito. Cada detalhe contribui para essa construção: a comunicação, o ambiente, a experiência do cliente, a apresentação da equipe e a consistência entre o que a marca promete e aquilo que realmente entrega.

Muitas empresas concentram seus esforços em melhorar produtos, processos e resultados, mas negligenciam um fator essencial: a percepção. Afinal, o mercado não reage apenas ao que uma empresa faz. Ele reage ao que acredita sobre ela. E é justamente nesse ponto que a imagem ganha relevância.

A imagem não está relacionada apenas à estética. Ela comunica posicionamento, valores e

credibilidade. Antes mesmo de conhecer um produto, as pessoas formam percepções sobre uma marca por meio daquilo que enxergam e vivenciam.

Além disso, em um cenário onde empresas são cada vez mais humanizadas, a imagem de quem lidera também influencia a força da marca. Fundadores e líderes se tornam representantes visíveis da cultura, dos valores e da proposta que a empresa deseja transmitir. Quando existe coerência entre a imagem do líder, o posicionamento da marca e a experiência entregue ao cliente, a percepção de valor se fortalece. E quando a percepção de valor aumenta, a empresa deixa de competir apenas por preço e passa a ser escolhida por aquilo que representa.

Construir uma marca desejada não significa parecer maior ou melhor do que se é. Significa comunicar com clareza o valor que já existe e garantir que cada ponto de contato reforce essa mensagem.

Ao final, existe uma pergunta que todo empresário deveria fazer: a percepção que o mercado tem da minha marca está alinhada ao valor que desejo transmitir? Porque marcas desejadas não são construídas apenas pelo que vendem. Elas são construídas pela forma como são percebidas.

Você já experimentou SE DEDITIR?

Ao longo da minha carreira de quase 20 anos como *headhunter*, já participei da trajetória de muitos executivos e acompanhei empresas em diversos momentos de suas jornadas. Nos últimos 10, passei a atuar também de um lugar diferente: como empresária. Continuo acompanhando o mesmo público e, com muitas horas de entrevista no currículo, percebi um padrão de comportamento. Quero dividi-lo aqui em forma de pergunta — afinal, acredito que as melhores soluções vêm das perguntas certas, e não de respostas prontas. E eu quero a sua resposta sincera: você já experimentou se demitir?

Não estou falando da empresa onde você está, nem de uma que já trabalhou, nem de um momento específico da sua vida profissional. Estou falando de algo anterior. Antes de fazer qualquer movimento de carreira, você precisa se demitir do lugar onde está hoje. Da posição em que você se colocou. Para alcançar o lugar que almeja, o seu próximo passo, você precisa se demitir de onde está. Costumo dizer que é o ato de pular da ponte e cortar as cordas. Porque, se você caminha olhando para trás, perde a chance de viver o que deseja em plenitude. E eu aposto com você que existe muito potencial desperdiçado aí. Muita coisa que você faz, que sabe que não deveria, mas se permite levar por desculpas — todas verdadeiras. Eu sei, porque eu também faço isso.

Essa é a famosa zona conhecida, que está bem longe de ser confortável. Só que a cadeira que você quer ocupar exige essa decisão. Você precisa se demitir da imagem que criou de si mesma, das crenças que a trouxeram até aqui, da

história que você tem se contado — até do plano que você fez. Porque a posição que você almeja pede que você seja muito mais. E você merece isso. Por você e por tudo que está por vir. Quando a gente deixa de se arriscar, deixa de mover um mundo muito maior.

No ano passado, além da minha consultoria de *executive search*, a Ditah, eu dei mais um salto de coragem e fundei uma comunidade para mulheres de RH: o Elas do RH. Acredito nas conexões como forma de impulsionar o protagonismo, e tenho como missão fazer com que mais pessoas saiam do cativeiro em que nós mesmas nos colocamos. Foi mais uma forma de me demitir do ego e buscar um movimento maior. E você? De que lugar precisa se demitir para que o seu legado seja ainda maior? Bora dominar o mundo juntas?



Headhunter há quase 20 anos, atua na decisão de liderança das maiores empresas do Brasil. Fundou a Ditah há 10 anos, consultoria de *executive search* da qual surgiu o Elas do RH, comunidade que impulsiona o protagonismo feminino por meio de conexões.

@francinebezerra
@elasdorch.br

Onde mulheres incríveis se encontram para *transformar o RH*

Comunidade exclusiva para Mulheres do RH

Venha fazer parte deste movimento!

🌐 elasdorch.com.br

📷 [elasdorch](https://www.instagram.com/elasdorch)

🌐 [elasdorch](https://www.linkedin.com/company/elasdorch)

O maior risco da sua empresa está DENTRO DELA

A maioria das empresas brasileiras funciona assim: as regras existem, mas estão na cabeça das pessoas. O processo existe, mas depende de quem está presente. A decisão é tomada, mas ninguém sabe explicar o porquê foi tomada daquele jeito. E quando algo dá errado, todo mundo corre, resolve na urgência e volta ao mesmo ciclo. Isso tem nome.

Chama-se ausência de compliance.

Compliance é estar em conformidade com as leis, com as regras internas e com os processos da empresa.

Parece simples. Mas na prática, significa que sua operação precisa funcionar de forma documentada, auditável e independente da memória de qualquer colaborador. É quando a regra sai da cabeça de uma pessoa e entra em uma estrutura que qualquer um pode seguir, verificar e melhorar.

Sem isso, o crescimento é ilusório. Você contrata mais gente e multiplica o caos. Você abre uma filial e exporta o problema. Você fecha um contrato maior e descobre que sua operação não sustenta a entrega. A empresa cresce por fora e continua frágil por dentro.

Com estrutura de compliance implementada, o cenário muda. Responsabilidades ficam claras,

riscos trabalhistas, tributários e regulatórios são mapeados antes de virarem passivo, decisões são documentadas e a empresa conquista

algo que nenhum contrato isolado consegue dar: previsibilidade. E previsibilidade é o que transforma uma empresa boa em uma empresa confiável, para clientes, parceiros e investidores.

E tem mais: compliance é a consequência direta de uma reputação limpa.

Empresa que opera com conformidade não precisa se defender. Ela se apresenta.

No mercado, isso vale mais do que qualquer campanha de marketing.

O risco que derruba uma empresa raramente aparece de surpresa. Ele foi ignorado, postergado ou simplesmente não foi visto porque não havia estrutura para enxergá-lo. Cada dia sem compliance é um dia em que sua empresa opera exposta, sem saber exatamente ao quê.

Empresa protegida não é a que resolve bem os incêndios. É a que construiu os sistemas para que eles não comecem.



CEO do CMPG Advocacia e advogada, especialista em compliance e governança empresarial. Transforma riscos invisíveis em estrutura. Porque empresa sólida não é sorte. É decisão.

@jaquemundim_
@cmpg.advocacia

GARNUS

VESTINDO ALTA PERFORMANCE



www.garnus.com.br
@garnus

O olhar que se TRANSFORMA EM PRESENÇA

Sempre tive curiosidade sobre o processo criativo. Com o tempo, percebi que criar não é inventar algo do nada. É conectar experiências, memórias, referências e emoções acumuladas ao longo da vida e dar a elas uma nova forma. A inspiração nasce nas viagens, nas conversas, nos livros, na arquitetura, na natureza e nos encontros do cotidiano. Muitas vezes, aquilo que mais nos inspira não é o que procuramos conscientemente. São registros que a mente guarda e que, mais tarde, reaparecem transformados em algo novo. No meu caso, esses registros se materializam em roupas.

Cresci cercada pela arte. Minha mãe é artista plástica e, desde muito pequena, acompanhei sua capacidade de transformar emoções e percepções em obras. Observá-la me ensinou que a criação nasce do olhar e da forma como interpretamos o mundo. Se ela encontrou na arte sua forma de expressão, eu encontrei na moda a minha. O desenho é uma forma de traduzir como enxergo o mundo e, através das roupas, transformar essa visão em algo capaz de fortalecer outras mulheres.

Com o tempo, percebi que minha paixão não estava apenas em criar roupas, mas em compreender o poder que elas exercem sobre as pessoas.

Antes que alguém conheça nossa história ou escute nossa voz, existe a nossa presença. O vestir é muitas vezes o primeiro impacto que causamos.

Não se trata de aparência superficial, mas de linguagem.

A roupa comunica intenção, segurança, personalidade e posicionamento. Ela pode transmitir força antes mesmo da primeira palavra ser dita.

Foi essa percepção que me levou a construir a Garnus. Ao longo dos anos, encontrei uma conexão muito especial com mulheres que lideram. Empresárias, empreendedoras e profissionais que ocupam espaços de decisão e entendem que sua imagem também faz parte da sua comunicação. Quando crio uma peça, não penso apenas na modelagem, no tecido ou na tendência. Penso em como aquela mulher deseja se sentir. Penso na reunião que ela vai conduzir, na negociação que vai liderar e na mensagem que deseja transmitir sem precisar dizer uma única palavra.

Talvez essa seja a parte mais bonita do processo criativo: perceber que uma ideia que nasceu de uma observação ou de uma memória pode chegar até outra mulher e ajudá-la a se sentir mais segura, mais forte e mais fiel a si mesma.

Depois de tantos anos desenhando, continuo acreditando que a verdadeira criação acontece quando aquilo que fazemos toca alguém e a ajuda a expressar quem ela realmente é.

A moda, para mim, nunca foi sobre seguir tendências. Sempre foi sobre fortalecer identidades.



Fundadora e diretora criativa da Garnus desde 2008, ela desenvolve peças de identidade marcante, unindo autenticidade e sofisticação. Formada pela Universidade Politécnica de São Paulo, destaca-se pela estética moderna e pelo DNA criativo presente em cada coleção.

@graarnus
<https://garnus.com.br/>

TRANSFORME SUA SAÚDE E ALCANCE RESULTADOS DURADOUROS.



Dra Isabella Cruz
@draisabellacruz

DRA
**ISABELLA
CRUZ**

MÉDICA NUTRÓLOGA

MÉDICA DO ESPORTE



CIÊNCIA E
EVIDÊNCIA



EMAGRECIMENTO
SAUDÁVEL



PERFORMANCE
E ENERGIA



EQUILÍBRIO
E BEM-ESTAR



Rua Gomes de Carvalho, 621,
Vila Olímpia 12º Andar - Sala 1205, SP, Brazil



(11) 91421-1970

CRM 234.203 SP

Performance cognitiva não se compra. **CONSTRÓI-SE 1% POR DIA**

Nunca tivemos tanto acesso a informação sobre saúde — e nunca dependemos tanto de estimulantes para atravessar o dia. O problema raramente é falta de esforço; é o combustível certo, na ordem certa.

A armadilha é silenciosa: você dorme menos para entregar mais, troca a refeição por algo rápido, usa cafeína para acordar. A queda de rendimento costuma ser um sistema fisiológico pedindo ajuste.

A cafeína não cria energia: bloqueia os receptores de adenosina, a molécula que sinaliza cansaço — que segue se acumulando atrás do bloqueio. Quando o efeito passa, a conta chega com juros.

- **O exercício é o medicamento mais subutilizado.** Cada sessão eleva o BDNF, o “fertilizante” que sustenta neurônios, memória e plasticidade. Combine aeróbico com força.
- **A glicemia é o termostato da mente.** Picos seguidos de quedas explicam a névoa da tarde; a instabilidade crônica gera inflamação ligada ao Alzheimer (apelidado de “diabetes tipo 3” — termo de pesquisa, não diagnóstico). A solução: proteína e vegetais antes do carboidrato, menos ultraprocessado, atenção ao jantar, que pode atrapalhar o sono.

- **O sono é a faxina noturna do cérebro:**

no sono profundo, o sistema

glinfático remove resíduos, inclusive a beta-amiloide. Dormir não é o que sobra depois de produzir — é o que torna produzir sustentável.

“Você não sobe ao nível das suas metas; cai ao nível dos seus sistemas.” — James Clear

A partir dos 30 anos, hormônios declinam e deficiências de vitamina D, magnésio e ômega-3 minam sono e cognição. Repor faz sentido quando o exame mostra falta — prevenção de precisão, não modismo.

Longevidade com qualidade não é privilégio de quem tem mais tempo. É feita de escolhas pequenas demais para importar — até que, somadas, decidem tudo.

**Você está escolhendo
todos os dias.**

*Qual versão de você está
sendo construída hoje?*



Médica nutróloga e médica do esporte, dedicada a ajudar pacientes a otimizar saúde, desempenho físico e mental e alcançar alta performance. Defende que resultados duradouros exigem equilíbrio físico e emocional, energia, foco, boa recuperação e resiliência ao estresse.

@draisbellacruz

RH: Custo ou Despesa? **ONDE APARECE O RH NO DRE DE UM NEGÓCIO?**

A área de Pessoas que não entende de receita, LTV e da diferença de custo e despesa não participa da estratégia. Sem entender como o negócio vende, cresce ou perde dinheiro, o RH desenvolve sem prioridade e mantém estruturas que não se pagam.

O RH precisa entender de onde vem o dinheiro que paga sua folha. Sem isso, a prioridade vira palpite e toda decisão relevante sobre gente é tomada em outra sala, por quem sabe fazer essa conta, mas nem sempre entende de gente.

**Custo gera receita.
Despesa consome caixa.**
*Confunda os dois e você corta o
que deveria crescer e sustenta
o que já devia ter morrido.*

Toda empresa já manteve cargo criado para um problema que já foi resolvido, sustentado por inércia, não por necessidade. RH raso administra esse cargo sem questionar nada.

*Área de Pessoas de verdade
pergunta: essa cadeira ainda gera
valor proporcional ao que custa?*



Chief of Staff da CNP e defende uma tese simples: a área de Pessoas não conquista espaço na mesa estratégica com percepções, sentimentos e boas intenções. Conquista quando prova, com números, como pode gerar receita, proteger margem e impedir que a empresa deixe dinheiro na mesa.

@kuchar.jl
@culturana pratica
<https://novo.culturana pratica.com.br>

*Quando não se tem resposta,
esse silêncio tem preço, e quem
paga é o caixa da empresa.*

Quando o RH entende o peso das decisões de quem empreende, deixa de ser uma área que apenas defende orçamento, justifica iniciativas ou briga por brindes em datas comemorativas... Passa a provar impacto!

Porque, toda cadeira custa, e cabe ao RH garantir que ela também tenha ROI.

*RH estratégico não é o
que fala sobre pessoas.*
**É o que transforma
pessoas em resultado
tangível no caixa.**

Você sabia que investindo **R\$ 1.397,50***
por mês você planeja um crédito de
R\$ 500 mil para investir na sua empresa/vida?

Um crédito Múltiplas possibilidades



VENDA DA CARTA
COM LUCRO



AQUISIÇÃO DE
IMÓVEL (SHORT STAY,
TERRENO, GALPÃO)



IMÓVEIS NO
EXTERIOR



CONSTRUÇÃO,
REFORMA OU
CAPITAL DE GIRO



DIVERSIFICAÇÃO DE
CARTEIRA COM
SEGURANÇA
E FLEXIBILIDADE

 **CLASSE CAPYTAL**
Seu horizonte de possibilidades

*Meia parcela até a contemplação

ADELINO TORQUATO, 38
SALA 11, MONTE LÍBANO - MOGI DAS CRUZES
WWW.CLASSECAPYTAL.COM.BR
11 2500-0687 • 11 93768-1931



JULIETHMELLO



CLASSECAPYTAL

A arte de multiplicar OPORTUNIDADES

A diferença entre aproveitar oportunidades e construir prosperidade

Ao longo da minha trajetória como empresária, percebi que existe uma diferença importante entre as pessoas que aproveitam oportunidades e aquelas que constroem prosperidade.

*Aproveitar
oportunidades é
um evento.*
**Construir
prosperidade é
um processo.**

Muitos empresários passam a vida inteira criando negócios, fechando contratos, ampliando equipes e aumentando o faturamento. São profissionais extremamente competentes.

No entanto, nem sempre o crescimento da empresa se transforma em crescimento patrimonial. Essa é uma das maiores armadilhas do empreendedorismo.

Existe um momento em que o empresário precisa deixar de olhar apenas para o resultado do próximo mês e começar a pensar na construção do seu futuro. É quando surge uma pergunta fundamental: **o patrimônio está crescendo na mesma velocidade que o negócio?**

Foi convivendo diariamente com empresários de diferentes segmentos que percebi algo em comum entre aqueles que alcançam resultados extraordinários.

*Prosperidade não
depende apenas de
trabalhar mais.*
**Depende de
tomar decisões
estratégicas.**

Oportunidades estão por toda parte. Mas a capacidade de identificá-las, avaliá-las e transformá-las em crescimento sustentável é o que realmente gera riqueza ao longo do tempo.

A prosperidade não acontece por acaso. Ela é consequência de planejamento, visão de longo prazo e da coragem de agir quando a maioria das pessoas permanece paralisada pela dúvida.

Talvez seja justamente por isso que alguns empresários conseguem construir patrimônio, liberdade e legado, enquanto outros permanecem presos a um ciclo constante de trabalho, sem



Fundadora e CEO da Classe CAPYTAL. Há mais de 15 anos no mercado financeiro, lidera uma empresa reconhecida há 7 anos como destaque nacional em seu segmento. Já participou da movimentação de mais de R\$ 1 bilhão em negócios, ajudando empresários a expandir patrimônio e gerar novas fontes de renda.

@juliethmello
@classecapytal
<https://classecapytal.com.br>

perceber que o verdadeiro ativo não é apenas a empresa que construíram, mas a capacidade de transformar oportunidades em valor.

Foi observando centenas de empresários ao longo dos anos que cheguei a uma conclusão:

riqueza e prosperidade **não são a mesma coisa.**

- Riqueza pode ser resultado de um bom momento, de um negócio bem-sucedido ou até de uma oportunidade pontual.
- Prosperidade, por outro lado, é a capacidade de gerar crescimento de forma consistente, independentemente do cenário.

Os empresários que constroem patrimônio de forma sólida entendem que o dinheiro precisa ter uma função. Eles não enxergam recursos apenas como consumo ou reserva.

Enxergam como ferramenta para criar novas oportunidades, novas fontes de receita e novos ativos. Essa mudança de mentalidade transforma completamente a forma de tomar decisões.

Enquanto muitos perguntam “quanto vou ganhar?”, os empresários que constroem legado perguntam: “como essa decisão impactará meu patrimônio nos próximos 5, 10 ou 20 anos?”.

É justamente nesse ponto que a prosperidade deixa de ser consequência exclusiva do trabalho e passa a ser consequência da estratégia.

A arte de multiplicar *oportunidades não* *está em fazer mais.* **Está em** **enxergar melhor.**

Porque no mundo dos negócios, as maiores oportunidades raramente são encontradas por acaso. Elas são identificadas por quem desenvolveu a capacidade de olhar além do óbvio, agir com planejamento e transformar decisões inteligentes em crescimento sustentável.

E talvez essa seja a maior diferença entre quem apenas aproveita oportunidades e quem constrói prosperidade:

A visão necessária *para transformar* **conquistas** **momentâneas** **em patrimônio,** *patrimônio em* *liberdade* **e liberdade** **em legado.**



TECNOLOGIA QUE ENTENDE AS PESSOAS

O FUTURO DA **COBRANÇA** É INTELIGENTE.
É COMPORTAMENTAL, CONVERSACIONAL E
HUMANO.

Na sede do **Google**, ao lado da Lojas Nalin e Grupo Ótima Digital, apresentamos como a **4C Digital** está redefinindo o papel da cobrança no Brasil.

Com dados comportamentais, modelos preditivos e o poder do canal **RCS**, criamos jornadas hiperpersonalizadas que geram mais resultado e melhoram a experiência do cliente.

DADOS COMPORTAMENTAIS

Entendemos o comportamento para antecipar decisões.

MULTICANALIDADE

Comunicação mais rica e inteligente.

JORNADAS CONVERSACIONAIS

Chatbot que permite ao cliente resolver no digital, como e quando quiser.

RESULTADOS

Taxa de abertura: **37%**

Taxa de conversão: **40%**

ROI: **42x**

"ACREDITAMOS QUE O FUTURO DAS RELAÇÕES DOS
CONSUMIDORES ESTÁ NA PERSONALIZAÇÃO EM ESCALA.
INOVAÇÃO NÃO É MAIS DIFERENCIAL. É O NOVO PADRÃO."

— Marcela Bello, cofundadora da 4C Digital.



CONHEÇA NOSSAS SOLUÇÕES

Escaneie o QR Code e descubra como podemos transformar os resultados do seu negócio.



Quando mulheres ocupam espaços que não foram DESENHADOS PARA ELAS

Durante muito tempo, alguns setores do mercado foram vistos como territórios predominantemente masculinos: mercado financeiro, tecnologia, crédito, cobrança e gestão de risco são alguns exemplos. Embora esse cenário esteja mudando, os números ainda mostram uma desigualdade significativa na ocupação de cargos de liderança e tomada de decisão, mas existe algo interessante acontecendo.

À medida que mulheres conquistam mais espaço nesses segmentos, não ocupam apenas cadeiras: transformam a forma como os negócios são conduzidos.

Empreender em ambientes tradicionalmente masculinos exige **conhecimento técnico, resiliência e coragem** para enfrentar preconceitos silenciosos e disposição para provar competência.

Ao longo da minha trajetória, percebi que um dos maiores diferenciais da liderança feminina está na capacidade de combinar estratégia com sensibilidade. Dados e resultados são essenciais, mas compreender pessoas continua sendo o que move qualquer negócio sustentável.

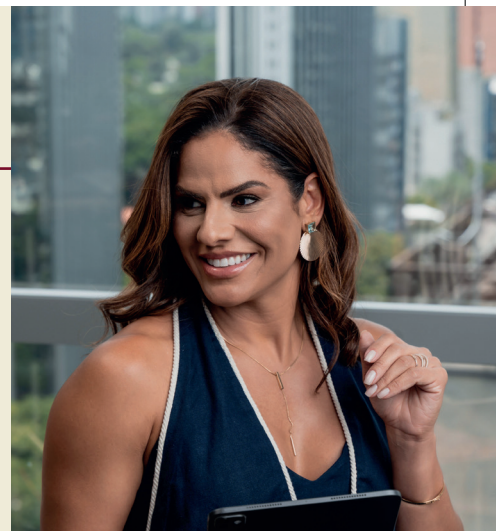
Talvez por isso tantas mulheres estejam trazendo novas perspectivas para áreas historicamente guiadas por indicadores financeiros. Hoje falamos mais sobre experiência do cliente, escuta ativa, inteligência emocional, cultura organizacional e

desenvolvimento humano, não porque os números deixaram de importar, mas porque entendemos que eles são consequência de decisões tomadas por pessoas.

Minha própria história me ensinou isso, venho de uma realidade em que as estatísticas não apontavam para uma trajetória empreendedora, fui adotada ainda criança, enfrentei desafios familiares, situações de vulnerabilidade e precisei assumir responsabilidades cedo, mas aprendi que nossa origem não determina nosso destino.

A educação transformou a minha vida. O conhecimento abriu portas que pareciam impossíveis e essa combinação entre estudo, propósito e trabalho me permitiu construir uma carreira em setores onde poucas mulheres ocupavam posições de destaque.

O futuro dos negócios será mais diverso. Empresas que valorizam diferentes perspectivas tomam decisões melhores, inovam e se conectam com a sociedade. Ocupar espaços importa não apenas para mostrar que somos capazes, mas para transformá-los em ambientes mais humanos e preparados para o futuro.



Cofundadora da 4C Digital, com mais de 20 anos de experiência em crédito, cobrança e automação. Criou um sistema de comunicação com 65 milhões de disparos mensais via multicanais. Liderou projetos que reduziram a inadimplência em até 74,8%. É formada em Administração, com especialização em Big Data e Analytics.

@eumarcabello
@4c_digital
<https://4cdigital.com.br/>



Enjoy

IMPACTO NA ECONOMIA CAPIXABA

R\$270 MILHÕES

EM NEGÓCIOS
GERADOS

3.000

EMPRESÁRIOS
IMPACTADOS

A Enjoy Business causa alto impacto na economia capixaba. Em maio de 2026, inaugurou sua sede própria na Praia da Costa, Vila Velha, uma cobertura de 800m² com rooftop, heliponto, e espaços para eventos com estrutura audiovisual completa.
+R\$8,5 milhões de investimento direto no Espírito Santo.

O maior ecossistema empresarial
do ES agora tem casa nova.

ENJOY
BUSINESS
Conheça o
ecossistema.



A IA não vai salvar a sua operação. **VAI REVELÁ-LA**

Toda operação nasce de uma visão. O que es-
capa, mesmo aos olhos mais experientes, é a
distância entre o que se imagina e o que as condições
reais permitem realizar. Um processo não se sus-
tenta pela clareza de quem o desenhou, e sim pela
maturidade da equipe, pelo tempo que se respeita
e pelos recursos postos na mesa. E raramente o
que se decide no alto corresponde ao que se vive na
ponta: a direção enxerga o todo, a operação conhece
a textura. Processo bom não é o que impressiona no
papel, é o que sobrevive ao dia a dia.

Gente certa custa mais, e custa por um motivo:
enxerga o que a ferramenta não decide e percebe
quando um número bonito esconde um problema
feio. Nada disso para de pé sem cultura, o pilar mais
difícil de medir e o mais subestimado. Só então vem
a tecnologia, última camada da construção, nunca
o alicerce. A IA é apenas a mais recente delas. A
diferença nunca esteve no preço da ferramenta, e
sim na maturidade de quem a recebe.

Essa maturidade se constrói. Foi esse o tra-
balho que desenvolvemos dentro da Enjoy, num
método que chamamos de Força Tática:

*Organizar pessoas, processos
e cultura até que a*
**tecnologia encontrasse
onde se acoplar sem
virar custo nem ruído.**

*Começamos pela
própria casa,
porque nenhuma
empresa deveria
propor a outra um
caminho que ela
mesma não
percorreu.*

O que descobrimos ali virou método, capaz de
se repetir em qualquer operação disposta a se dei-
xar olhar de perto.

No fundo, eficiência é orquestração: sustentar
pessoas, processos, cultura e tecnologia ao mesmo
tempo, sem transformar complexidade em crise. A
era da IA valoriza ainda mais esse perfil. Quando
a ferramenta fica ao alcance de qualquer um, o
diferencial deixa de ser operá-la e passa a ser saber
para onde apontá-la. É a parte que a máquina não
faz, e por isso a mais valiosa.

*A tecnologia certa é a
recompensa de uma casa
em ordem, não o atalho
para arrumá-la.*

A quem entende essa sequência, a IA entrega
tudo o que promete. A quem a inverte, entrega o
mesmo. Só que mais rápido.



COO da Enjoy Business, liderando
operações, inteligência estratégica
e projetos de alto impacto. Master
Black Belt Lean, soma mais de 20
anos transformando empresas por
meio de eficiência, processos, cultura
e performance. Já atuou em mais de
50 organizações, reconhecida pela
visão analítica e execução hands-on.

@marcelahcandrade
@enjoyeducacao

Quando a IA bate à porta do seu fornecedor:

Governança, risco e o novo jogo das compras corporativas

Sua cadeia de fornecimento é tão íntegra quanto o fornecedor que você menos conhece. Aprovar um fornecedor dependia de planilha e e-mail. Esse tempo acabou. Hoje, multinacionais confiam à IA a triagem de fornecedores: em minutos, ela cruza registros públicos, listas de sanções, estrutura societária e histórico de processos.

Mas há um problema que poucos discutem: uma IA malgovernada pode aprovar uma empresa de fachada e reprovar um fornecedor idôneo. O erro não é da tecnologia — é da ausência de regras claras por trás dela.

Em agosto de 2025, a Operação Carbono Oculto revelou que cerca de mil postos de combustíveis vinculados ao PCC movimentaram R\$ 52 bilhões entre 2020 e 2024 — reinserindo capital ilícito na economia via distribuidoras, fintechs e fundos. Era engenharia financeira sofisticada, com empresas formalmente constituídas e sócios aparentemente legítimos.

Em maio de 2026, os EUA designaram PCC e Comando Vermelho como Organizações Terroristas Estrangeiras. Com isso, a regra dos 50% da OFAC passou a valer: empresa controlada por organização designada é automaticamente bloqueada — mesmo sem aparecer em nenhuma lista. Contratar inadvertidamente um fornecedor ligado ao PCC pode custar à sua empresa o acesso ao sistema financeiro internacional.

O KYS (Know Your Supplier) aplica à cadeia de fornecimento a lógica do KYC bancário. Para isso, a IA precisa identificar beneficiários finais reais, cruzar listas de sanções e PEPs, detectar *red flags* e registrar tudo em trilha de auditoria. Decisões que não se explicam não se defendem.

A porta de entrada não é mais o relacionamento com o gerente de compras — é o seu dossiê digital.

Fornecedores precisam de *compliance readiness*: estrutura societária transparente, políticas anticorrupção publicadas e conformidade com ESG. Governança não é diferencial de marketing. É requisito de entrada.

Se você compra: essa IA sabe recusar um suspeito — e explicar por quê? Se você vende: o que uma IA encontraria em seus dados amanhã?

Quem responder primeiro sai na frente.



Executiva em Legal, Compliance e Governança, com carreira entre Europa e América Latina. Formada em Direito na Espanha, atuou em corporate law e M&A. No Brasil, liderou áreas Jurídica e de Compliance em operação com 45 mil colaboradores. Hoje conduz Legal e Compliance em 10 países e leciona em MBAs.

@cellopes

O maior patrimônio que construímos FOI A CONFIANÇA

Executivas transformaram experiência, cultura e propósito em um novo jeito de cuidar de pessoas. Existe um momento em que patrimônio, resultados e conquistas deixam de ocupar o centro das decisões. Quando a saúde entra em cena, tudo ganha outra perspectiva. Diante de um diagnóstico difícil, o desespero costuma tomar conta das emoções. Nós escolhemos ser o racional nesse momento. Foi para isso que construímos a Evoluir: transformar conhecimento em segurança, presença em confiança e cuidado em tranquilidade.

Essa visão nasceu da união de três trajetórias construídas nas maiores seguradoras do país e em companhias multinacionais. Foi nesse caminho que aprendemos que o verdadeiro diferencial deste mercado nunca esteve apenas nos produtos, mas nas pessoas que assumem a responsabilidade de cuidar quando tudo parece incerto. Dessa convicção nasceu a Evoluir.

Desde o primeiro dia, sabíamos que nossa empresa jamais poderia depender apenas da experiência das fundadoras. Nosso maior desafio era transformar essa forma de cuidar em cultura. Por isso, formamos um time altamente especializado, que une conhecimento técnico, sensibilidade e agilidade. Porque, por trás de cada solicitação, existe uma vida depositando confiança em nosso trabalho.

É justamente nos momentos mais difíceis que compreendemos o verdadeiro significado do que fazemos. Quando uma família enfrenta um câncer, aguarda uma cirurgia de alta complexidade, precisa de uma remoção aérea ou vive a expectativa de um

transplante, deixamos de ser especialistas em planos de saúde.

Tornamo-nos o apoio racional em meio ao caos.

Os *feedbacks* que mais nos emocionam nunca falam sobre contratos. Falam sobre acolhimento, confiança e a tranquilidade de saber que havia uma equipe comprometida exatamente quando mais precisavam.

Nossa busca pela excelência nos leva continuamente aos maiores centros de referência em saúde, como Albert Einstein e Sírio-Libanês. Estar próximas de quem define os mais elevados padrões de cuidado inspira nosso time e fortalece nossa capacidade de oferecer a melhor experiência aos clientes. O mesmo compromisso orienta a relação de confiança construída, ao longo de décadas, com as lideranças das principais seguradoras do Brasil.

Empresas são lembradas pelos resultados que entregam. Nós esperamos ser lembradas pelas vidas das quais ajudamos a cuidar. Porque, quando a saúde coloca tudo em perspectiva, esse sempre será o resultado que mais importa: estar presente quando tudo parece incerto e fazer com que cada cliente tenha a tranquilidade de saber que nunca estará sozinho. Esse sempre foi; e continuará sendo; o verdadeiro propósito da Evoluir.



Márcia Santos, Vera Lubiana e Marílea Lima são sócias da Evoluir Corretora. Com décadas de atuação nas maiores seguradoras do Brasil e em companhias multinacionais, transformaram experiência, cultura e relacionamento de confiança; em referência na gestão de planos de saúde para empresários, onde cuidar é prioridade e superar expectativas é padrão do nosso time.

@fmarciasantos
@evoluircorretora

IN MKT

SER BOM E SER INVISÍVEL É A PIOR COMBINAÇÃO QUE EXISTE

Construa seu **posicionamento**.
Monte sua estratégia de **marca**.

Faça sua aplicação no QR CODE ao lado, vagas limitadas.



SAIBA MAIS

O que 48 leis do poder não te ensinam, MAS DEVERIA

*A arte de se dominar
é a melhor de todas.*
**A segunda melhor é a
de dominar o outro.**

No fundo, são a mesma habilidade — e ela tem um nome: comunicação. Persuasão e manipulação usam o mesmo maquinário. A diferença não está na ferramenta, está em quem segura.

Demorei pra entender que o sucesso dos seus relacionamentos, onde você está no trabalho, até uma conversa num podcast — tudo é definido pela forma como você reage ao mundo. Tudo que você tem hoje são respostas às conversas que você teve, internas ou externas.

Robert Greene abre as 48 Leis ensinando a nunca ofuscar o mestre. Mas a ironia é que a maioria nem chega lá: fica presa no próprio ego, escondendo o brilho que teria por medo de se mostrar. Às vezes, ofuscar o mestre pelo menos te tira do lugar.

*A pior combinação
não é errar tentando.*
**É ser bom e
permanecer
invisível.**

E os que fizeram diferença no mundo — criadores, comunicadores, políticos — nem sempre foram os mais inteligentes. Foram os que souberam se posicionar.

Não parecer perfeito demais, lei 46. Uma das melhores formas de treinar a sua autenticidade. Até porque o silêncio não é neutro. Quando você não constrói a sua imagem, alguém constrói por você. E, quase sempre te coloca abaixo de onde você merece. Não por maldade, mas por visão. Te entrega à versão que os outros montam a partir do pedaço que receberam de você.

Greene ensina a ocultar. Eu inverte, de propósito: numa sociedade que naturalmente te julga, mostrar quem você é deixou de ser exposição. Virou legítima defesa. Se você não se posiciona, o mundo posiciona por você. E se não se defende mostrando quem é, está em desvantagem antes de começar.

*A melhor arma nunca foi
falar mais alto. É fazer com
que, quando você fala,
as cartas já estejam na
mesa — porque no fim, foi
você que as distribuiu.*

Fundadora da IN, consultoria de direção criativa e posicionamento, e host do ALL IN Podcast — +40 milhões de impressões/mês e 250 mil seguidores entre plataformas. Ex-porta-voz XP. Transformo narrativa técnica em autoridade que gera negócio, para marcas e pessoas que buscam diferenciação com personalidade.

@marianadnassar
@inmktdigital



O que ninguém te conta sobre desenhar UMA VIAGEM DO ZERO



Existe uma profissão que não tem nome fixo em português. No mercado internacional de viagens de luxo, ela aparece como *travel designer*. Porque o que faço é desenhar projetos de experiência — do zero — para pessoas que entendem que uma viagem não começa no aeroporto e não termina no *check-out*.

Travel designer não é título, é função. E ela existe porque há uma lacuna entre o que um hotel reservado online entrega e o que aquele hotel é capaz de entregar para alguém específico.

O designer preenche essa lacuna com conhecimento, relacionamento e algo que nenhum algoritmo tem: entendimento sobre pessoas.

O equívoco mais comum é achar que trabalho apenas com hotéis caros. O segundo é acreditar que contratar um *travel designer* custa mais do que fazer sozinho. O terceiro é imaginar que meu trabalho começa quando o cliente já sabe para onde quer ir.

O acesso que construí ao longo dos anos — com propriedades, gerentes gerais e operadores locais — frequentemente resulta em experiências que o cliente não conseguiria comprar diretamente, pelo mesmo valor. O que muda não é o preço, é o que aquele valor entrega.

Meu trabalho começa antes do destino. Começa com perguntas: quem é essa pessoa? Quais seus ritmos, intolerâncias, necessidades? Qual a dinâmica da família? O que o casal nunca conseguiu viver junto numa viagem? Só depois disso o destino aparece — e muitas vezes não é o que o cliente imaginava.

Viajar bem exige repertório. Não o de quem já foi a muitos lugares, mas o de quem entende o que cada cultura faz com as pessoas. O Japão exige silêncio. Marrocos pede desorientação controlada. A Toscana funciona quando você desacelera.

Um travel designer não apresenta destinos — traduz culturas.

E essa tradução é personalizada: o mesmo Kyoto que transforma um executivo pode ser exaustivo para uma família despreparada.

Há um desafio específico no Brasil: justificar o invisível. O *upgrade* que chega, a mesa que aparece, o *check-in* sem fricção. Para quem nunca viveu isso, parece intangível. Para quem já viveu, é o que mais importa.

Qualquer pessoa monta um roteiro razoável. A pergunta certa é: o que se perde fazendo isso sozinho? Perde-se o que não está no Google: o relacionamento que garante o quarto certo, a leitura fina do que funciona para aquela família, a pessoa que atende quando algo dá errado a 10 mil quilômetros de casa.



Fundadora da Your Way Travel em São Paulo, atua com foco em viagens personalizadas. Formada pela Alliance Manchester Business School, é reconhecida por criar roteiros sob medida e por sua expertise em turismo sustentável e experiencial.

@yourwaytravelagency

Quando a experiência deixa de ser currículo e SE TORNA LEGADO

Durante quase 30 anos, liderei operações de Atendimento ao Cliente e Pós-Venda em empresas nacionais e multinacionais. Conduzi reestruturações, implantei operações do zero, participei de processos de fusão e liderei grandes equipes, sempre com um objetivo muito claro: transformar a experiência do cliente em resultados para o negócio.

Minha trajetória, porém, não é feita apenas de cargos e resultados. É também de erros e acertos, quedas e recomeços. Aos 28 anos, enfrentei um câncer, que foi um divisor de águas na minha vida. Aprendi que, às vezes, a vida nos dá a coragem que a rotina não dá. Nos anos seguintes, vivi muitos outros desafios que me ensinaram que o impossível não resiste a pessoas determinadas. Por isso, jamais desisti diante dos desafios que a vida me apresentou. Foi também nesse período que me reconectei com Deus.

Em determinado momento, percebi que todo o conhecimento construído ao longo dessas décadas poderia gerar um impacto ainda maior. Foi essa reflexão que transformou minha experiência em propósito: compartilhar tudo o que a vida e a carreira me ensinaram para encurtar caminhos, desenvolver pessoas e contribuir para que elas alcancem resultados que talvez demorassem anos para construir sozinhas.

Em 2025, decidi transformar toda essa vivência em mentoria estratégica para empresários e gestores. Foi dessa trajetória, construída ao longo de quase 30 anos enfrentando desafios reais dentro

das organizações, que nasceu o Método E.X.P.A.N.D. Um método autoral que ajuda empresas e gestores a transformar o atendimento ao cliente e

o pós-venda em um diferencial estratégico. Por meio de um caminho estruturado, conduz líderes e equipes a enxergar o negócio pela perspectiva do cliente, alinhar cultura, processos e pessoas, tomar decisões orientadas por dados e fortalecer uma gestão capaz de gerar resultados sustentáveis.

Afinal, a experiência do cliente não é o ponto de partida.

Ela é a consequência de uma organização que coloca o cliente no centro das decisões e executa essa estratégia de forma consistente.

Hoje, meu maior resultado já não é apenas o que entreguei ao longo da carreira, mas o impacto que posso gerar na trajetória de outras pessoas. Porque conhecimento compartilhado transforma decisões. Decisões transformam negócios. E pessoas precisam de pessoas.



Mentora de negócios em atendimento e pós-vendas, com quase 30 anos de experiência. Ajuda empresas a transformar a jornada do cliente em estratégia de crescimento, fortalecendo retenção, fidelização e resultados sustentáveis.

@melissa_grandolfo

A economia da EXPERIÊNCIA:

o ativo estratégico que muitas empresas ainda subestimam

Produtos e tecnologias podem ser rapidamente replicados. Experiências memoráveis, não. Elas criam conexões, fortalecem a reputação das marcas e se tornam uma das principais vantagens competitivas dos negócios.

Durante muito tempo, acreditou-se que o diferencial de uma empresa estava na qualidade do produto, no preço ou na publicidade. Esses fatores continuam importantes, mas já não garantem preferência. Em um mercado cada vez mais competitivo, as pessoas também escolhem marcas pela forma como elas as fazem sentir.

É nesse contexto que ganha força a economia da experiência: **o valor não está apenas no que uma empresa vende, mas no que ela proporciona às pessoas viverem, sentirem e lembrarem.**

Muitas organizações ainda tratam eventos, atividades e encontros corporativos como despesas ou ações pontuais de marketing. Quando existe estratégia, porém, eles se transformam em plataformas de relacionamento, reputação e geração de negócios.

Experiências bem planejadas fortalecem culturas, aproximam líderes e equipes, criam comunidades em torno das marcas e constroem conexões que dificilmente surgiriam apenas por meio de campanhas. Em um cenário no qual produtos podem ser copiados e tecnologias se tornam rapidamente acessíveis, a experiência permanece como um diferencial genuinamente humano.

Ao longo da minha trajetória, percebi que os projetos mais valiosos não são necessariamente os maiores, mas aqueles capazes de gerar significado.

Quando uma empresa reúne clientes para compartilhar conhecimento, inspira colaboradores em uma convenção ou promove trocas entre parceiros, está construindo capital relacional — um dos ativos mais importantes para o crescimento sustentável.

Essa transformação exige uma nova postura das lideranças. Em vez de perguntar apenas quanto custa investir em experiências, talvez seja mais estratégico refletir sobre quanto custa não criar conexões relevantes com clientes, colaboradores e comunidades.

Na Eventesse, acreditamos que experiências não são apenas despesas. Elas traduzem propósito, aproximam pessoas, fortalecem marcas e impulsionam resultados.

O futuro dos negócios será cada vez menos transacional e mais relacional.

As empresas que compreenderem essa mudança deixarão de enxergar experiências como ações isoladas e passarão a tratá-las como parte de sua estratégia de crescimento e posicionamento.

No fim, as pessoas podem esquecer uma campanha, uma apresentação ou um anúncio. Mas dificilmente esquecem uma experiência que transformou sua percepção sobre uma marca. E essa capacidade de criar conexões duradouras será uma das maiores vantagens competitivas da próxima década.



Fundadora e CEO da Eventesse Live Marketing. Há mais de 24 anos, lidera projetos que transformam experiências em estratégia de negócios, fortalecendo marcas e conexões. É reconhecida pelos prêmios Megafone de Ouro, Bex Awards e Global 100 Awards.

@mi_sakamoto
@eventesse.livemkt
<https://eventesse.com.br/portfolio/>

Uma voz QUE JÁ É SUA:

por que vendem às mulheres um déficit
que os números não confirmam

Antes de um palco ou de uma reunião, muita mulher carrega a mesma ideia: que precisa “aprender” a comunicar autoridade. Como se a autoridade fosse uma peça que falta ou como se a voz fosse emprestada, e não um instrumento que ela lapidou a vida toda.

Os dados desmontam isso. A pesquisa “Mulheres na Liderança” (Virta e Instituto QualiBest, 2023) mostrou o que os homens mais associam a líderes mulheres:

- Boa comunicação — 46%
- Empatia — 39%
- Inteligência emocional — 27%

Não é gentileza, é o que o mercado registra quando olha para uma mulher liderando.

Vale desfazer um mal-entendido: emoção bem gerida não é fragilidade, é leitura de ambiente. Tratar isso como ponto fraco é confundir controle com ausência.

A McKinsey (2023) mostra que empresas com maior diversidade de gênero na liderança têm 39% mais chance de superar financeiramente as empresas com menos diversidade. É correlação, não causa. Não prova que a comunicação feminina gera lucro, mas que liderança diversa e desempenho andam juntos.

Mais do que como nos veem, me interessa como nos vemos. O HP Work Relationship Index (2024) mostrou que, entre líderes, 52% das mulheres confiam nas próprias habilidades humanas, contra

39% dos homens. Confiança que cresceu dez pontos em um ano, enquanto a deles ficou parada. O mercado reconhece, os resultados acompanham, e nós mesmas sabemos.

Então por que a primeira frase deste texto ainda é verdadeira para tanta gente? Porque vendem o déficit. Boa parte do mercado de comunicação fatura dizendo à mulher que falta autoridade na voz dela e eu convivo de perto com esse discurso.

É mentira útil: *criam o problema que prometem resolver. Treinar em cima de uma carência inventada não é formação; é conveniência.*

Sou fonoaudióloga há mais de 10 anos e o que vejo em sessão não é falta de capacidade, é padrão aprendido. A frase que agudiza no fim, como se pedisse aprovação. O volume que cai na conclusão, onde a ideia precisava ser firme. Não é ausência de autoridade, é técnica que ninguém corrigiu e receio que alguém instalou.

Convencer uma mulher de que precisa de permissão para ocupar a própria voz não deveria estar à venda. A pergunta nunca foi se temos autoridade para liderar. É quanto tempo ainda vamos pagar para que nos devolvam algo que sempre foi nosso.



Fonoaudióloga especialista em voz e comunicação estratégica, além de CEO da Yutter. Há mais de uma década ajuda líderes, executivos e empresas a transformarem a comunicação em um ativo de influência, liderança e resultados. Já treinou mais de 1.000 profissionais em organizações como Google, Itaú e Deloitte.

@miabourafee
@yutterbr

O fim do mundo como conhecemos?

O desafio da liderança na era da inteligência artificial

Enquanto previsões alimentam o medo sobre a substituição de empregos, líderes precisam compreender que o maior desafio da IA não é tecnológico, mas humano.

O debate sobre os impactos da inteligência artificial no trabalho tem sido marcado por previsões cada vez mais contundentes. Em um dia, lemos que a IA pode eliminar milhões de empregos. No outro, que empresas já substituem profissionais por algoritmos. Diante desse cenário, é natural que gestores e colaboradores se perguntem se estamos diante de uma transformação sem precedentes ou de uma ameaça real ao futuro de suas carreiras.

Essa incerteza me lembra uma famosa música do R.E.M., de 1987. Em meio a uma letra caótica, o refrão traz uma mensagem curiosamente tranquila: “*It’s the End of the World as We Know It (And I Feel Fine)*”. Quase quarenta anos depois, a frase resume bem o momento que vivemos com a inteligência artificial.

Vale lembrar que grandes mudanças tecnológicas raramente são assimiladas sem tensão:

- A industrialização provocou resistência entre trabalhadores.
- A eletrificação exigiu novas formas de organizar cidades e empresas.
- A internet redesenhou setores inteiros da economia.

Em todos os casos, a tecnologia não apenas substituiu tarefas: reorganizou o modo como pessoas, empresas e instituições funcionavam.

O padrão não está apenas na tecnologia, mas na forma como sociedades e lideranças aprendem a absorvê-la.

O sociólogo William Ogburn chamou isso de *cultural lag*, ou atraso cultural: a tecnologia avança em ritmo mais acelerado do que a capacidade de adaptação das pessoas e das instituições. As ferramentas já estão disponíveis, mas ainda tentamos entender seus impactos e a melhor forma de incorporá-las ao cotidiano.

É exatamente nesse espaço que estamos hoje. A IA já chegou às empresas e à rotina de milhões de profissionais. O que ainda está em construção é a maneira de incorporá-la ao trabalho de forma produtiva, ética e sustentável.

Toda grande transformação tecnológica também provoca uma transformação psicológica.



CEO e cofundadora da Sólides, líder em tecnologia para gestão de pessoas no Brasil. Captou R\$ 530 milhões, maior aporte em uma HR Tech na América Latina, e conduziu aquisições que transformaram a Sólides em plataforma completa de RH, DP e Folha com IA e mapeamento comportamental.

@monicahauck
@solidesoficial
@solideseducacao
<https://solides.com.br/>

*O medo não surge
porque as pessoas
rejeitam a inovação,
mas porque tentam
compreender o que
a mudança significa
para sua carreira
e seu futuro.*

Por isso, um erro comum das empresas é tratar a adoção da IA apenas como desafio técnico. Implementar ferramentas e oferecer treinamentos é importante, mas insuficiente. Líderes precisam abrir espaço para conversas francas sobre dúvidas e inseguranças. Quando o medo não é reconhecido, ele se manifesta de formas menos visíveis: resistência silenciosa, baixa adesão às iniciativas de inovação ou uso desestruturado das ferramentas.

As organizações que avançam nesse processo são as que criam espaço para conversas honestas, em que líderes reconhecem as incertezas e ajudam as pessoas a entender seu papel no novo cenário.

Também precisamos revisar a narrativa de que a IA existe para substituir pessoas.

*A discussão mais relevante
não é sobre substituição,
mas sobre ampliação
de capacidades.*

O Banco Mundial destacou que a IA tem potencial para preencher lacunas de habilidades e aumentar a produtividade das organizações — algo particularmente importante para o Brasil, onde elevar a eficiência e a qualidade da gestão é um desafio central.

Ao eliminar atividades repetitivas, organizar informações e acelerar análises, a IA permite que os profissionais concentrem energia em tarefas de maior valor agregado. A tecnologia passa a atuar como infraestrutura para potencializar o trabalho humano.

Esse ponto é especialmente importante para os gestores, que hoje lidam com equipes maiores, estruturas mais enxutas e metas mais complexas, com pouco tempo para desenvolver pessoas e dar *feedbacks* consistentes. O desafio da liderança contemporânea não é falta de intenção estratégica, mas falta de tempo, repertório e ferramentas para agir estrategicamente.

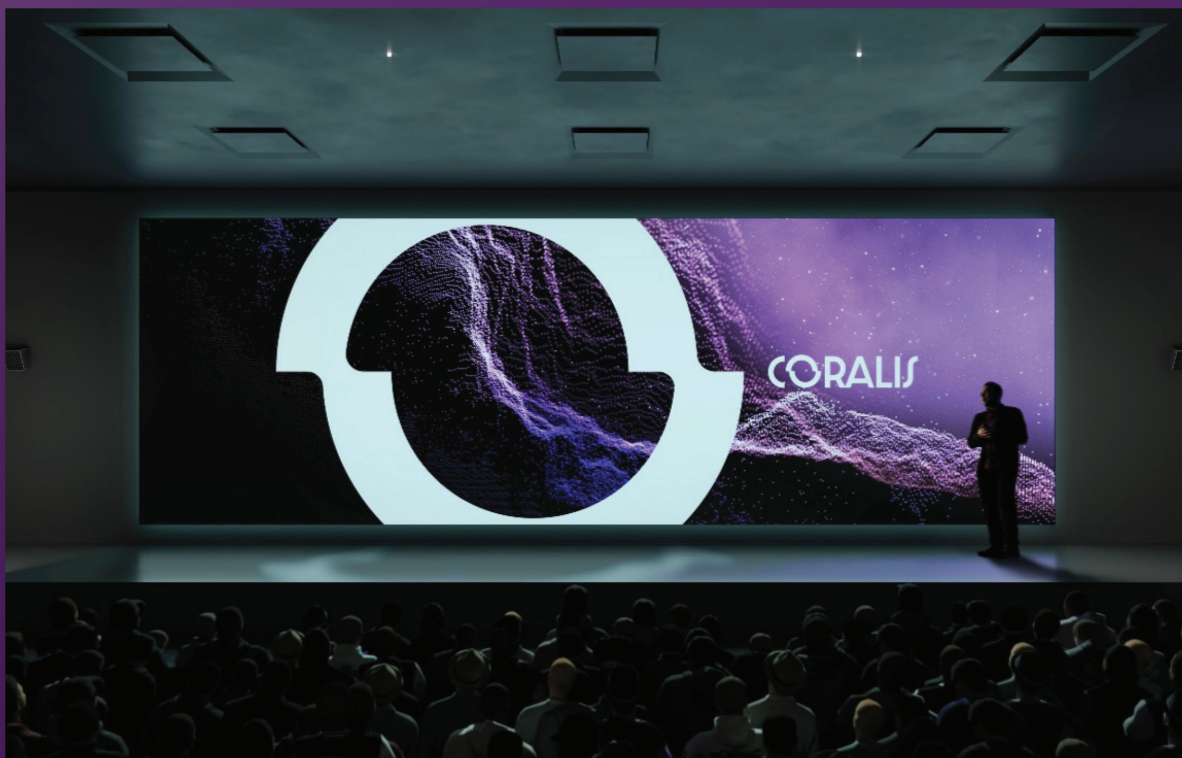
Nesse contexto, a IA pode ter papel transformador: ao automatizar tarefas e apoiar decisões, devolve ao gestor algo valioso — tempo para orientar, dar *feedbacks*, identificar riscos e desenvolver talentos.

Por isso, ao observar as discussões atuais sobre inteligência artificial, não vejo o fim do trabalho, mas o início de uma nova etapa na relação entre pessoas e tecnologia. O medo faz parte de toda transformação. Mas a história mostra que as grandes revoluções não eliminaram o potencial humano — elas o ampliaram quando organizações e lideranças souberam preparar as pessoas para atravessar a mudança.

A liderança tem papel central nesse processo. Cabe aos gestores transformar receio em aprendizado, incerteza em adaptação e tecnologia em valor real para pessoas e negócios.

*O fim do mundo como
conhecemos quase sempre
revela o começo
de algo melhor.*

CORALIS



FONTE: BANCO DE IMAGENS/CORALIS

Projetos Multidisciplinares

A Coralís é um ecossistema de execução estratégica e de negócios, criado para atuar exatamente onde a estratégia costuma travar: na hora de colocá-la em prática. Mais do que orientar, a proposta é executar junto, acompanhando profissionais e organizações até que o planejamento se transforme em resultado concreto.

Execução Estratégica

À frente do projeto está Nycolle Soares, advogada e executiva jurídica que reúne Direito, estratégia e gestão em uma trajetória que deu origem à Coralís e ao propósito que a move: o de ser quem faz acontecer.

Ecossistema de negócios

Uma das frentes do ecossistema é o Clube de Leitura, dedicado a obras sobre negócios, autodesenvolvimento e carreira, com encontros mensais e curadoria da própria fundadora.

O seu maior custo é o jurídico QUE VOCÊ NÃO TEM

Não é novidade a conversa sobre empresas que renunciam o suporte jurídico por enxergá-lo como custo. Depois de mais de quinze anos de atuação, entendo que, no fim das contas, existem dois tipos de empresário: os que aprendem com o tempo que questões jurídicas não são opcionais e os que preferem ignorá-las até surgir um problema que não pode mais ser evitado.

No espaço entre reconhecer a necessidade e controlar os custos, há sempre a possibilidade de buscar uma assessoria que traga segurança antes que os problemas existam — e que, mais do que isso, transforme desafios em oportunidades.

A verdade é que eu poderia usar as próximas linhas para justificar de modo técnico porque todo empresário deveria ter o seu jurídico de confiança. Mas, como eu disse, os anos de experiência já mostraram que essa conversa não é efetiva quando as razões são apenas teóricas: é preciso explicar a importância disso de modo palpável.

Em um dia repleto de urgências e prioridades que não podem esperar, quem vai se preocupar com as cláusulas dos documentos?

Na iminência de um lançamento, de serviços, produtos, novas parcerias ou até de um reposicionamento do negócio, haverá tempo para avaliar se existem conflitos de interesse, impossibilidades contratuais ou algum risco concorrencial a considerar?

A resposta é não para todas essas perguntas. O jurídico, exceto nos escritórios de advocacia, não é o produto da operação: ele acompanha todas as etapas, mas nunca ocupará o centro dos planejamentos

e das discussões. Por isso é tão importante ter alguém que olhe para esses pontos, e para todos os demais necessários, sem que isso represente mais uma “aba aberta” na cabeça do empresário.

Além de advogada, sou empresária, fundadora e fui CEO de uma banca com mais de cem pessoas. Hoje, mais do que nunca, entendo o quanto é contraintuitivo para o empresário se ocupar desses temas sem ao menos um facilitador.

Foi exatamente esse o ponto de virada que me trouxe da advocacia tradicional para a execução estratégica: deixar de entregar o jurídico como uma peça isolada e passar a olhar a operação inteira (pessoas, processos, contratos, riscos e crescimento) como um sistema só.

Ainda assim, muitos preferem esperar o problema aparecer para só então pensar em suporte.

Você tem a opção de, a partir de agora, entender que contar com um advogado de confiança não é despesa: é ganho de tempo e segurança para a sua operação.



Advogada há mais de 15 anos e empresária, estruturou e liderou uma banca com mais de 100 pessoas. À frente do próprio escritório e da Coralís, é quem empresários em crescimento procuram na hora de decidir, alguém de confiança que pensa nos riscos do negócio antes que virem problema.

@nycolleasoares



UniHER

A UniHER chegou para
**transformar a saúde
das mulheres**
dentro das empresas.



CUIDADO.

Cuidado ativo e acompanhamento contínuo para promover bem-estar, pertencimento e qualidade de vida.



EDUCAÇÃO.

Conhecimento que transforma pessoas, líderes e organizações.



SAÚDE.

Programas de saúde preventiva e promoção da saúde primária para mulheres e para todo o ecossistema corporativo.



LEIS E COMPLIANCE.

Transformando exigências legais em cultura de cuidado para toda a empresa.

PROGRAMAS PARA TODA EQUIPE



NR-1 — Saúde emocional e riscos psicossociais



Lei nº 14.457/22 — Prevenção ao assédio moral e sexual



Campanhas de vacinação e promoção da saúde



SIPAT e cultura preventiva



Programas de diversidade, inclusão e desenvolvimento humano



Estruturação de políticas de bem-estar corporativo

SELO NACIONAL DE QUALIDADE UNIHER



Reconhecimento para empresas comprometidas com a saúde, a segurança psicológica e o desenvolvimento das pessoas.

EXCELÊNCIA EM PREVENÇÃO E VALORIZAÇÃO DA VIDA.



PAOLA PASSOS

@paola_passos

Fundadora e CEO

"Porque quando uma mulher é cuidada, todo o ecossistema ao redor dela evolui."

NOSSOS PROGRAMAS



AULAS DE EXERCÍCIO

Mais saúde, disposição e qualidade de vida.



EDUCAÇÃO EMOCIONAL

Fortalecendo o equilíbrio emocional e a inteligência socioemocional.



AULAS DE INGLÊS

Conectando pessoas a novas oportunidades e ao mundo.



EDUCAÇÃO CONTINUADA

Aprendizado constante para desenvolvimento pessoal e profissional.



SAÚDE FEMININA

Atenção integral à saúde da mulher em todas as fases da vida.



LIDERANÇA E CULTURA

Desenvolvendo líderes humanos e construindo culturas saudáveis e sustentáveis.



OFFBOARDING HUMANIZADO

Acompanhamento por até um ano após o desligamento.



@uniher.official



www.uniher.com.br



uniher.official@gmail.com

EMPRESA PATENTEADA E PREMIADA

UniHER – Cuidar das Mulheres para TRANSFORMAR EMPRESAS

A UniHER nasceu com um propósito claro: transformar a forma como as empresas cuidam das pessoas e contribuir para salvar vidas. Mais do que uma *healthtech*, somos um movimento que acredita que saúde, bem-estar e desenvolvimento humano devem ocupar uma posição estratégica dentro das organizações.

A empresa surgiu a partir da história de sua fundadora, Paola Passos, que enfrentou um câncer de mama agressivo durante a gestação de sua segunda filha. Durante essa jornada, tornou-se evidente que muitas doenças, afastamentos e sofrimentos poderiam ser evitados por meio da prevenção, do acesso à informação e do cuidado contínuo.

A UniHER nasceu para cuidar das mulheres. No entanto, entendemos que proteger verdadeiramente uma mulher exige olhar para todo o ecossistema ao seu redor.

*Quando uma mulher é cuidada,
famílias se fortalecem,
equipes prosperam e
empresas evoluem.*

Reconhecida como o Melhor Projeto em um dos maiores programas de inovação e formação de comunidades do país, a UniHER nasceu da necessidade de integrar saúde, tecnologia, educação,

prevenção e desenvolvimento humano em uma única jornada de cuidado.

Por meio de uma plataforma intuitiva e gamificada, oferecemos conteúdos educacionais, programas de desenvolvimento humano, atividades físicas, educação financeira, capacitação profissional, saúde mental e ações voltadas à prevenção de doenças.

Um dos nossos diferenciais é o concierge humano e estratégico, além do programa de *offboarding* humanizado, que garante acolhimento e suporte durante momentos de transição profissional.

A UniHER acredita que empresas que colocam as pessoas no centro de sua estratégia constroem resultados mais consistentes, humanos e sustentáveis.

Porque acreditamos que, quando uma pessoa é cuidada, sua vida muda. Quando uma mulher é cuidada, gerações são impactadas.

*Quando uma empresa decide
cuidar genuinamente de
seus colaboradores,
ela não transforma apenas
indicadores. Ela transforma vidas.*



Mãe, esposa, empresária e CEO da UniHER. Após enfrentar um câncer de mama agressivo na gestação, transformou a adversidade em propósito. Hoje lidera uma *healthtech* premiada e patentada que redefine a saúde corporativa com prevenção, tecnologia e cuidado humano.

@paola_passos
@uniher.official



A história da ADCON começou há 75 anos e, desde então, a empresa vem crescendo com base em valores sólidos e no compromisso com cada cliente.

- Contabilidade pessoa física e jurídica
- Impostos
- Departamento pessoal
- Gestão financeira
- Paralegal
- Consultoria



“Tenho muito orgulho em dar continuidade a uma história que começou há 75 anos, dentro da minha própria família. Hoje, faço parte da 3ª geração que leva esse legado adiante, mantendo os valores que sempre nos guiaram: ética, confiança e proximidade. Contamos com uma estrutura moderna, tecnologia de ponta e uma equipe altamente qualificada, com um olhar atento às necessidades de cada empresa que confia em nós para sua gestão contábil e financeira.”

PATRÍCIA REBEL
Empresária contábil e CEO da Adcon

📍 Rua José Clemente, 94 | Salas 903, 904 e 905
Centro - Niterói/RJ
☎ (21) 2717-9132 | (21) 99859-3937

📷 @adconnit / @patirebel
🌐 www.adconassessoria.com.br

Os bastidores financeiros do CRESCIMENTO

O erro financeiro silencioso que trava empresas lucrativas

Existe um erro muito comum no mundo empresarial — e justamente por ser silencioso, ele costuma passar despercebido por anos.

Muitas empresas faturam bem. Crescem. Ganham mercado. Por fora, parecem negócios de sucesso. Mas, nos bastidores, vivem uma sensação constante de sufocamento financeiro.

E quase nunca o problema está na falta de faturamento. O verdadeiro desafio é crescer sem construir a estrutura necessária para sustentar esse crescimento. Existe uma diferença enorme entre uma empresa que vende muito e uma empresa que gera lucro, previsibilidade e segurança. E é exatamente nessa diferença que muitas empresárias acabam ficando presas.

O crescimento desorganizado cria uma falsa sensação de prosperidade. O dinheiro entra, mas desaparece na mesma velocidade. A empresa cresce, mas a dona continua sem clareza sobre margens, fluxo de caixa, custos reais, capacidade de investimento ou até mesmo quanto efetivamente pode retirar do negócio.

É um desgaste silencioso. A empresária passa a viver em estado permanente de urgência. Trabalha cada vez mais, assume mais responsabilidades e aumenta o faturamento, mas não sente a tranquilidade financeira que imaginou conquistar.

A boa notícia é que existe solução. Empresas saudáveis não são construídas apenas com vendas.

Elas são sustentadas por números, planejamento e decisões conscientes. Ter um fluxo de caixa organizado, acompanhar indicadores, separar as finanças pessoais das empresariais, definir retiradas de forma estratégica e realizar um planejamento tributário adequado não são tarefas burocráticas. São ferramentas de crescimento. Outro aprendizado importante é entender que o que trouxe a empresa até determinado patamar pode não ser suficiente para levá-la ao próximo. À medida que o negócio cresce, a gestão precisa amadurecer junto.

Lucro não pode ser apenas uma sensação. Precisa ser acompanhado, protegido e transformado em capacidade de investir, inovar e crescer com segurança.

Talvez um dos maiores sinais de maturidade empresarial seja perceber que organização financeira não limita a empresa. Pelo contrário: ela cria liberdade para que a empresária tome decisões com confiança e construa um crescimento sustentável.

No fim, muitas empresas não travam por falta de potencial. Travam porque cresceram mais rápido do que seus bastidores financeiros conseguiram acompanhar.



Empresária, contadora, mentora e apaixonada por transformar números em decisões. CEO da ADCON Assessoria Contábil e fundadora da ADCON MED, dedica sua carreira a apoiar médicos e empresários na construção de negócios mais lucrativos, organizados e sustentáveis. Representa a terceira geração de uma empresa com mais de 75 anos de história.

@patirebel
@adcon.med

A marca que entra para a HISTÓRIA

Para quem trabalha com esporte, é comum planejar a vida balizada pelos grandes eventos. Copa do Mundo, Olimpíada, Libertadores, finais históricas. Nós vivemos em ciclos. E, para quem acompanha esse mercado por dentro, esses acontecimentos não são apenas datas no calendário:

Eles deixam legado, aprendizados, novas referências e muitas histórias para contar.

A maior Copa do Mundo da história chegou ao fim depois de 39 dias, 16 cidades-sede, 48 seleções e 104 partidas. Além do que aconteceu dentro de campo, o torneio também confirmou a força do esporte como um dos maiores motores de atenção, experiência e negócios do planeta.

Mas esta Copa deixou uma reflexão especialmente importante para quem trabalha com marcas e patrocínio:
a audiência já não está concentrada em uma única tela.

O público acompanhou os jogos pela televisão aberta, pelos canais pagos, por serviços de streaming, pelo YouTube e pelas redes sociais. Além das transmissões, consumiu cortes, bastidores, entrevistas, comentários, memes e conteúdos produzidos por veículos, atletas, influenciadores e torcedores.

A discussão sobre quem ganhou a audiência, portanto,
não pode ser reduzida a uma comparação simples entre televisão e digital.

A televisão continua oferecendo escala, penetração nacional, credibilidade e capacidade de mobilização. As plataformas digitais acrescentam interação, linguagem própria, distribuição contínua, segmentação e novas formas de relacionamento com o público. São modelos diferentes, com entregas e métricas que nem sempre podem ser comparadas diretamente.



Executiva de negócios e estratégia, com passagem por FOX Sports, Disney, Paramount, FIFA e SAF Botafogo. Head de Novos Negócios do Marcanã, conecta marcas e pessoas, cria oportunidades e impulsiona resultados, defendendo a força das mulheres em espaços de decisão.
@psipaulagalante

@yavixtecnologia
<https://paulagalante.com.br/>

Mudanças nos investimentos das marcas

Essa mudança também aparece na forma como as marcas distribuem seus investimentos. Em 2025, o YouTube faturou mais de US\$ 40 bilhões com publicidade e ultrapassou US\$ 60 bilhões em receita total. No Brasil, dados do Cenp-Meios mostram que os investimentos publicitários em internet já superaram os destinados à TV aberta.

Esses números não significam que o patrocínio digital já movimenta mais recursos do que o patrocínio associado aos canais lineares. Publicidade e patrocínio são mercados relacionados, mas não equivalentes.

A disputa pela atenção e pelas verbas das marcas mudou de dimensão.

Novas expectativas dos patrocinadores

Hoje, um patrocinador não busca apenas segundos de exposição durante uma partida. Ele procura conteúdo, experiência, relacionamento, dados, hospitalidade, repercussão e oportunidades de negócio.

Ontem, terminei de assistir ao documentário da Netflix sobre a Copa de 1970. Poderia falar sobre Pelé, Jairzinho, Tostão, Rivellino, Carlos Alberto, o contexto político ou a força simbólica daquela seleção para o Brasil. Mas decidi olhar para o tema a partir da área que escolhi tratar aqui: o patrocínio esportivo.

A Copa de 1970 ajuda a entender o início de uma transformação. O futebol sempre foi emoção, mas, ao longo das décadas, tornou-se também uma das maiores plataformas comerciais do mundo.

Mais de cinquenta anos depois, a transformação continua.

A diferença é que o valor de uma propriedade esportiva já não pode ser medido apenas por pontos de audiência ou minutos de exposição.

É preciso considerar quem foi alcançado, em quais plataformas, com qual nível de atenção, que experiência foi criada e que resultado foi gerado para a marca.

A audiência tradicional continua sendo indispensável, assim como os dados digitais se tornaram fundamentais para compreender o comportamento do público. Nenhuma dessas fontes, porém, explica sozinha o valor de um patrocínio.

Legado e desafios para o mercado

Talvez esse seja um dos principais legados desta Copa para o mercado: não basta ampliar o número de jogos, transmissões e possibilidades comerciais.

É necessário evoluir também a forma de estruturar, ativar e mensurar as parcerias que fazem parte desse espetáculo.

Responda SEUS PORQUÊS

Tem uma diferença enorme entre estar cansada e estar esgotada. E essa diferença, na maioria das vezes, não está no volume de trabalho, mas no porquê dele.

Vivemos em um mercado que glorifica a resistência. Só que conquistar algo dá trabalho. Sempre deu. Não existe construção real sem esforço real. O que eu questiono não é o trabalho em si, mas a narrativa que romantiza a mulher guerreira que aguenta tudo, como se o sofrimento fosse uma credencial.

Não é. Sofrer não valida o seu resultado. O que valida é a consistência, a clareza e, acima de tudo, o sentido que você atribui ao que faz.

O que ninguém percebe, ou, pelo menos, tende a passar despercebido, é o que está sustentando tudo isso por baixo. Não é a agenda cheia. Não é a disciplina inabalável. É algo muito mais silencioso e muito mais poderoso do que qualquer hábito ou rotina.

Afinal, o que diferencia quem consegue sustentar o processo de quem quebra no meio do caminho? Propósito.

Não é a motivação, porque ela vem e vai. Em alguns dias ela aparece forte, em outros some sem avisar.

É o propósito que permanece quando a motivação já foi embora.

É ele que sustenta a continuidade, mesmo nos dias em que o entusiasmo não aparece, em que o

resultado ainda não chegou e em que a dúvida bate mais alto do que a certeza.

E, bem, você pode perguntar: ok, mas qual é o meu propósito? Essa é uma pergunta que só pode ser respondida a partir dos seus porquês.

Você está construindo algo que realmente faz sentido para você? Ou está entregando resultados para o propósito de outra pessoa e chamando isso de realização? Você entende por que acorda cedo, por que abre o computador, por que diz sim para certas coisas e não para outras? Você entende por que faz o que faz?

Não é à toa que o *burnout* é significativamente mais prevalente no Brasil do que em países onde o trabalho está mais ancorado em sentido, individual e coletivo. A exaustão sem propósito não tem chão. Ela só tem fundo. E quando você chega lá, a recuperação não é só física, é existencial.

Antes de se perguntar como aguenta, pergunte-se: para quê você aguenta?

Se a resposta vier rápida, clara e verdadeiramente sua, talvez você não esteja esgotada. Talvez esteja apenas vivendo o esforço inevitável de quem está construindo algo em que acredita. E isso, por mais pesado que pareça alguns dias, é completamente diferente de carregar um peso que nunca foi seu.



Psicóloga, perita judicial e especialista em riscos psicossociais. Fundadora da Yavix Tecnologia em Saúde. Ajuda líderes e empresas a identificar o que adocece antes que apareça nos resultados.

@psipaulagalante
@yavixtecnologia
<https://paulagalante.com.br>

O futuro das empresas será definido pela **QUALIDADE DE SEUS LÍDERES**

O verdadeiro diferencial competitivo das empresas está na capacidade das lideranças de desenvolver pessoas, fortalecer culturas e transformar potencial em resultados.

Durante muito tempo, acreditou-se que o crescimento das empresas dependia principalmente de processos, tecnologia e planejamento. Esses fatores continuam sendo essenciais, mas existe um elemento capaz de potencializar — ou comprometer — qualquer estratégia: a liderança.

As organizações que prosperam não são necessariamente as que possuem mais recursos, mas aquelas que conseguem desenvolver pessoas, fortalecer sua cultura e criar ambientes onde talento, confiança e propósito caminham juntos. E isso começa pelas lideranças.

Liderar deixou de significar apenas atingir metas.

Hoje, significa formar equipes preparadas para inovar, colaborar e enfrentar mudanças constantes. Líderes influenciam o engajamento, a produtividade, a retenção de talentos e, principalmente, a cultura organizacional.

São eles que transformam valores escritos em comportamentos vividos diariamente.

Outro fator decisivo é a construção de ambientes psicologicamente seguros.

Quando as pessoas se sentem respeitadas, ouvidas e valorizadas, assumem maior protagonismo, compartilham ideias e contribuem com mais confiança. O resultado é uma cultura que favorece inovação, aprendizado e alta performance.

Desenvolver lideranças deixou de ser uma responsabilidade exclusiva do RH. É uma decisão estratégica que impacta diretamente a sustentabilidade do negócio. Empresas que investem na formação de líderes preparados respondem melhor às transformações do mercado e constroem equipes mais resilientes e comprometidas.

No fim, processos podem ser aprimorados, tecnologias podem ser adquiridas e estratégias podem ser replicadas. O que realmente diferencia uma organização é sua capacidade de desenvolver líderes que inspiram pessoas e constroem culturas fortes.

Porque empresas fortes não são feitas apenas de boas estratégias. São feitas de líderes que transformam potencial humano em resultados.

Empresa forte é feita de gente forte!



Psicóloga e executiva de RH, Diretora de Gente e Cultura da NTS Parts. Com mais de 15 anos de experiência, construiu carreira na Globo liderando recrutamento executivo, gestão de talentos e transformação cultural. Especialista em liderança e alta performance, acredita em empresas que crescem colocando pessoas no centro.

@primonteiro_
@ntsparts

Identidade é a sua marca **MAIS VALIOSA**

Pensei em desistir muitas vezes. Por medo, por auto sabotagem. Mas sempre amei sapatos — esse universo que vai do desenho à construção. A arquitetura me deu base, o design ampliou minha visão. Eu observo tudo ao meu redor, e a criatividade aparece.

Amo couro, amo transformar ideia em forma. Amo as conversas com cada cliente, o cuidado de cada etapa. Talvez tenha sido isso que me manteve de pé.

Empreender é equilibrar muitos pratinhos: produção, financeiro, equipe, cliente, conteúdo, coleção nova. No meio disso, é fácil perder de vista quem você é.

Você reage ao mercado em vez de liderar sua narrativa.

Foi o que aconteceu comigo.

Criava produtos incríveis, mas deixava minha história de fora. Entregava qualidade, mas não ocupava o espaço que era meu. Ficava pequena quando já tinha construído 20 anos de referência.

Até entender que minha formação em arquitetura, minha visão de *design* e minha forma de enxergar um sapato como estrutura, proporção e estética não eram detalhes. Eram o coração da marca.

Quando percebi isso, parei de competir por preço. Assumi meu lugar. Sou uma arquiteta que projeta sapatos. Cada coleção tem conceito, história e intenção. Minha cliente não compra só um calçado — compra uma visão de mundo. E essa visão só existe porque eu existo.

Identidade é postura.

É como você pensa, atua, o que defende, os “nãos” que precisa dizer. É o que te move quando ninguém vê.

Uma marca com identidade clara não precisa gritar nem dar desconto. Ela sabe quem é — e as pessoas certas reconhecem.

Não existe atalho. Existe presença. Existe continuar mesmo quando os resultados demoram. Confiar no que você constrói mesmo quando ninguém enxerga o tamanho do que você tem nas mãos.

Consistência não é glamourosa. Não aparece nas fotos do Instagram. Mas é ela que sustenta tudo quando o mercado muda, quando a concorrência aparece, quando o algoritmo não ajuda.

Não se esconda atrás do produto. Sua história, sua visão e sua forma de ver o mundo têm valor. É isso que cria conexão real. Sem conexão, não existe marca — só mais um produto.

Se você está construindo uma marca agora, pergunte-se: o que só você pode oferecer? Sua história, sua formação, sua forma de pensar. Esse é seu diferencial real. Quanto antes assumir isso, mais rápido sua marca encontra o lugar que é dela.

Sua identidade é seu ativo mais valioso. Tendências passam, algoritmos mudam, concorrentes aparecem. Mas ninguém copia quem você é de verdade.



Arquiteta e fundadora da Priscilla Whitaker Shoes, marca premium handmade com 22 anos de história. Une arquitetura, design autoral e artesanato para criar sapatos que expressam identidade, sendo referência nacional em moda feita à mão.

@priwhitaker
@priscillawhitaker_shoes
<https://priscillawhitaker.com.br>

Maison de LA MUSIQUE

A Maison de La Musique nasceu da paixão pela excelência sonora e da convicção de que tecnologia, quando bem aplicada, tem o poder de transformar a maneira como vivemos, sentimos e nos relacionamos com os espaços.

Fundada em 2014 e tendo a frente o casal Júlio e Rossana Ludwig, a empresa consolidou-se como uma das principais referências brasileiras em áudio de alta fidelidade, *home theater*, automação residencial, vídeo, redes e soluções tecnológicas integradas para residências, ambientes corporativos e empreendimentos de alto padrão.

Mais do que fornecer equipamentos, a Maison de La Musique desenvolve experiências. Cada projeto é concebido de forma personalizada, respeitando a arquitetura, o estilo de vida dos clientes e os objetivos específicos de cada ambiente.

O resultado é uma integração harmoniosa entre design, tecnologia e performance, onde a inovação permanece discreta, mas sua presença é percebida em cada detalhe.

A trajetória da empresa é marcada por uma busca constante por conhecimento, atualização e relacionamento com os principais fabricantes e especialistas do mercado mundial. Esse compromisso levou a Maison de La Musique a conquistar reconhecimento nacional e internacional, tornando-se parceira de marcas consagradas e referência para arquitetos, designers de interiores, construtoras e clientes que buscam soluções de excelência.

O áudio de alta fidelidade permanece sendo a essência da empresa. Acreditamos que a música tem o poder de despertar emoções, criar memórias e transformar ambientes. Por isso, cada

sistema é cuidadosamente projetado para proporcionar uma experiência sonora autêntica, capaz de aproximar as pessoas da emoção originalmente concebida por artistas, músicos e produtores.

Ao longo de mais de uma década de atuação, a Maison de La Musique participou de importantes mostras de arquitetura, assinou projetos em diversas regiões do Brasil e consolidou uma reputação baseada em confiança, conhecimento técnico, transparência e atendimento próximo.

Nossa missão é simples e, ao mesmo tempo, desafiadora: criar soluções tecnológicas que elevem a qualidade de vida das pessoas. Seja através de um sistema de áudio de alta fidelidade, de um ambiente automatizado ou de uma experiência audiovisual imersiva, buscamos entregar muito mais do que tecnologia.

*Entregamos conforto,
praticidade, emoção e a
certeza de que os melhores
momentos da vida merecem
ser vividos com excelência.*



Diretora de Marketing e Relacionamento da Maison de La Musique. Especialista em posicionamento de marca, experiências e relacionamento estratégico, conecta empresas, profissionais e oportunidades, gerando valor, negócios e parcerias duradouras nos mercados de luxo.

@rossanain
@maisondelamusique

Relacionamento que gera resultados:

a força por trás da construção de parcerias duradouras

Meu nome é Tamiris Souza, sou sócia da GTFIX e responsável pela área comercial da empresa. Minha trajetória sempre esteve conectada ao universo das vendas e do relacionamento com clientes.

Grandes negócios não são construídos apenas por preços competitivos ou bons produtos, mas, principalmente, pela confiança, credibilidade e capacidade de gerar valor.

Foi com essa visão que participei da construção da GTFIX, empresa especializada em soluções de fixação para o mercado da construção a seco. Desde o início, nosso propósito foi oferecer produtos de qualidade, atendimento diferenciado e construir relacionamentos sólidos que impulsionem o crescimento dos nossos clientes.

Além de sócia, lidero a área comercial e acompanho uma ampla carteira de clientes em todo o Brasil. Acredito que vender vai muito além de apresentar um produto ou fechar um pedido. Vender é compreender a realidade de cada cliente, identificar oportunidades e oferecer soluções que fortaleçam seus negócios.

Na GTFIX, cada parceria é tratada de forma única. Nosso atendimento personalizado nos permite conhecer os desafios e objetivos de cada cliente, criando relações baseadas em confiança, proximidade e compromisso com resultados. Assim, deixamos de ser apenas fornecedores para nos tornarmos parceiros estratégicos.

Acreditamos que o sucesso dos nossos clientes é a principal medida do nosso próprio sucesso. Por isso, oferecemos suporte, agilidade, conhecimento técnico e um atendimento que realmente faz a diferença. Mais do que comercializar soluções de fixação, entregamos segurança, comprometimento e a confiança de que nossos parceiros podem contar conosco.

Minha trajetória também é marcada pela superação e pela busca constante por evolução. Aprendi que resultados extraordinários são consequência de disciplina, dedicação e da coragem de acreditar no próprio potencial. Essa mentalidade me permitiu construir relações duradouras, conquistar a confiança de grandes clientes e contribuir para o crescimento da GTFIX.

Seguimos avançando com o propósito de fortalecer nossa marca por meio da excelência no atendimento, da qualidade dos nossos produtos e das relações que construímos diariamente. Porque acreditamos que empresas crescem através de pessoas e que os melhores negócios são construídos com confiança, respeito e geração de valor.

Na GTFIX, não buscamos apenas vender. Buscamos construir histórias de crescimento ao lado dos nossos clientes, criando parcerias duradouras que impulsionam resultados e fortalecem o mercado.



Empreendedora e Diretora Comercial da GTFIX, onde também lidera compras. Após mais de 10 anos em vendas, desenvolveu forte visão sobre relacionamento, negociação e atendimento. À frente da empresa há 1 ano e 8 meses, vive uma fase de intenso aprendizado, crescimento e evolução no empreendedorismo.

@tamiris_gtfix
@gtfix_oficial

CONFIANÇA, o ativo que nenhum algoritmo entrega

Passei mais de vinte e cinco anos decidindo em quem confiar. No mercado de crédito, onde construí carreira em instituições como Citigroup, Bradesco, Itaú e iFood, essa é literalmente a profissão: avaliar, com dados e modelos, se alguém vai honrar o que promete. Não por acaso, a palavra crédito vem do latim *credere*, acreditar. E foi ali, entre algoritmos e comitês, que aprendi o que a inteligência artificial está tornando urgente para todos nós: os modelos ajudam, mas as grandes decisões continuam sendo apostas de confiança.

Enquanto o mercado discutia quais profissões seriam substituídas, uma transformação mais silenciosa aconteceu: produzir bem deixou de ser diferencial. Hoje, qualquer pessoa escreve um bom texto, monta uma apresentação elegante e estrutura uma análise sofisticada com ajuda de um modelo de linguagem. Quando todos temos acesso às mesmas ferramentas, a execução impecável vira o novo básico, e o mercado passa a procurar outros sinais: julgamento em cenários ambíguos, coerência entre discurso e prática, gente que assume responsabilidade pelas próprias escolhas e falhas.

Por isso nunca enxerguei marca pessoal como estratégia de marketing.

O que sustenta uma carreira é o capital reputacional formado cada vez que suas decisões confirmam aquilo que você diz acreditar. Promoção, sociedade, investimento, convite para um conselho: tudo isso chega às pessoas em quem alguém decidiu confiar.

Reputação funciona como redutor de risco, e cada vez fica mais claro o que nossa intuição sugere: visibilidade sem prova vira ruído, e o público desconta o conteúdo que soa sintético. A máquina produz respostas, mas não constrói credibilidade nem responde pelas consequências de uma escolha difícil.

Costumo dizer que IA não é sobre delegar, e sim sobre curadoria dos resultados. Talvez essa seja a ironia mais bonita de toda essa revolução:

*quanto mais sofisticadas
ficam as máquinas,
mais valiosos se tornam
o julgamento, a empatia
e a coerência humanas.*

Antes de perguntar qual ferramenta aprender, vale responder a uma pergunta melhor: por que alguém escolheria você, se todos têm acesso à mesma tecnologia? A resposta não está no *prompt* perfeito. Está na confiança que só o tempo e a coerência entre o que você diz e o que você faz sabem construir.



CEO da Trustfy, onde apoia líderes na construção de autoridade em um mercado guiado por IA. Com 28 anos de experiência em dados, riscos e tecnologia em empresas como Itaú, Citibank, Bradesco e iFood, atua como advisor unindo estratégia, técnica e marca pessoal.

@tatyoli
@trustfy.br
<https://tatianaoliveira.com.br>
<https://trustfy.net>

A arquitetura DO PODER

A maioria das mulheres que chega a posições de liderança passa anos aprendendo a performar dentro de uma estrutura que não foi desenhada para elas. Aprendem o vocabulário, o ritmo, os rituais. Aprendem a hora certa de falar e, mais importante, a hora certa de recuar. Chamam isso de inteligência política. Eu chamo de capitulação técnica com nome sofisticado.

O problema não é a mesa.
É a crença de que sentar nela já é suficiente.

Ambientes corporativos operam por um princípio raramente verbalizado: legitimidade não é distribuída por competência, é distribuída por quem controla o capital, a narrativa e o acesso. Quem financia, define. Quem define, permanece. Quem permanece sem questionar essa lógica, a reproduz, independentemente do gênero.

Esse mecanismo tem nome preciso no direito: confunde-se legalidade com legitimidade. Um arranjo pode ser contratualmente válido e substancialmente ilegítimo. Estruturas de governança podem estar formalmente corretas e funcionalmente viciadas. A questão não é o que o contrato diz, é quem detém o poder de definir o que ele significa na prática.

Quando se compreende isso, muda-se a pergunta. Não mais “*como me encaixo nessa estrutura?*” Mas “*essa estrutura é eficiente, ou apenas conveniente para quem a criou?*”

A distinção entre sentar na ponta da mesa e ser dona da mesa não é simbólica. É operacional.

Quem senta na ponta depende de que alguém reservou aquele lugar. Quem é dona decide quem é convocado, qual é a pauta e o que acontece quando a reunião termina. São modelos de poder inteiramente distintos, e a confusão entre eles é o que mantém mulheres altamente competentes em posições de dependência estrutural.

Alta performance dentro de um sistema que você não controla
é otimização dentro de uma cela bem decorada.

A saída não é confronto. É diagnóstico seguido de decisão. Calcular o custo real da permanência versus o custo real da ruptura, e agir com a frieza de quem entende que sentimentalizar uma decisão estratégica é o maior luxo que uma fundadora não pode se permitir.

Construir do zero não é recomeço. É a única forma de não herdar as distorções de uma estrutura que nunca foi inteiramente sua.

Autoridade não se solicita. Não se negocia. Não se gradua em hierarquias que outros administram. Se constrói, com conhecimento, decisão e lucidez.

Quem ainda está pedindo licença para sentar, está sentando na mesa errada.



Advogada especialista em direito regulatório. Fundadora do Ecosystema de Regulação, Energia, Gás e Biocombustível. Constrói negócios na intersecção entre norma, estratégia e poder. Atua onde a linguagem técnica define quem permanece e quem cresce.

@thawanelarissa
@tws.advogados
<https://360solar.com.br/thawane-larissa/>

A CONVERSA *que muitas famílias adiam*

Patrimônio, legado e continuidade começam muito antes de qualquer documento.

Meu pai partiu cedo. Por muito tempo, achei que o mais difícil fosse lidar com a ausência. Hoje sei que não. O mais difícil foi descobrir que a vida continua. As contas continuam. As responsabilidades continuam. Os sonhos continuam. E alguém precisa encontrar forças para seguir. Foi ali que entendi algo que moldou minha visão sobre patrimônio e futuro: construir é importante, mas garantir continuidade é essencial.

Passamos a vida aprendendo a crescer. Celebramos resultados e patrimônio. Mas quase ninguém nos ensina a pensar no que sustenta tudo isso quando a vida muda de direção. Quem conhece os planos da família? Quem sabe onde estão as informações importantes? Quem entende as responsabilidades assumidas? Quem conseguiria conduzir tudo se o inesperado acontecesse?

São perguntas simples — e justamente por isso, adiadas. Falamos sobre viagens, educação, negócios, imóveis, projetos. Mas raramente conversamos sobre o que mantém tudo de pé quando o imprevisto chega. Talvez porque seja desconfortável. Ou porque acreditamos que sempre haverá tempo.

Na engenharia, aprendi que sistemas robustos não são os que nunca falham, mas os que continuam funcionando quando o inesperado acontece. Planejar crescimento é necessário. Planejar continuidade é indispensável. E continuidade não começa em contratos ou testamentos. Começa em uma conversa. Na coragem de fazer perguntas difíceis enquanto ainda existe tempo para respondê-las com serenidade. Na decisão de organizar hoje o que protegerá pessoas, patrimônio e histórias amanhã.

Existe uma diferença profunda entre construir riqueza e construir permanência.

Patrimônio não é só o que acumulamos — é o que continua cumprindo seu propósito mesmo quando já não estamos presentes.

No fim, esta nunca foi apenas uma conversa sobre dinheiro. É sobre responsabilidade, cuidado e amor em sua forma mais prática.



Engenheira Química com ênfase em Finanças, estrategista de continuidade e fundadora da ADias Corretora. Especialista em gestão de riscos, ajuda famílias, empresários e líderes a identificar vulnerabilidades e proteger o que construíram e o que ainda desejam construir.

@thayscoedias



Instagram
@thayscoedias



LinkedIn
/thays-coelho-s-dias-9127b884



WhatsApp
(21) 96473 7055



Corretora Franqueada

Prudential

O CRESCIMENTO *não cria a cultura de uma empresa*

Ele revela o que ela sempre foi

Toda empresa começa de forma intuitiva. As decisões são rápidas, os fundadores participam de praticamente tudo, e as conversas mais importantes acontecem no corredor. Cabe a empresa inteira em uma sala de reunião. Ninguém precisa explicar como as coisas funcionam ali, porque todo mundo está vendo.

A cultura, nesse estágio, se espalha por convivência. Esse é um privilégio real das empresas que estão começando. Mas é um privilégio com prazo de validade.

Porque as equipes crescem. Surgem novas lideranças. A operação ganha complexidade. E chega o dia em que o fundador simplesmente não consegue mais estar presente em todas as decisões — não por escolha, mas por aritmética. É quando passa a ser necessário confiar que a liderança vai entregar aquilo que antes era acompanhado de perto.

Nós vivemos exatamente essa transformação na Audax. Começamos com três pessoas. Hoje somos mais de 140.

*Quando a empresa é
pequena, qualquer desvio
se corrige sozinho.*

**A proximidade entre as
pessoas resolve antes
que vire problema.**

E é justamente aí que mora a armadilha. Quando a empresa é pequena, qualquer organização parece extremamente alinhada. A proximidade disfarça. O que está fora do lugar é corrigido de forma natural, quase invisível, antes que alguém precise chamar de problema.

Mas quando a empresa dobra de tamanho, dobra de novo e continua crescendo, essa mesma exceção que se resolvia no corredor começa a ganhar escala. Ela não desaparece — ela se multiplica.

Existe uma ruptura enorme entre operar com 40 pessoas e operar com 140. E é nessa passagem que a cultura precisa deixar de ser algo dito por um time pequeno para se tornar um sistema. Se não virar sistema, ela não funciona.

Durante muito tempo, a pergunta que carregávamos era: como essa cultura vai se perpetuar depois de 50 pessoas?

Hoje sabemos onde está a resposta. Ela não está no discurso, nem no manual, nem na parede.

Ela está em cada decisão importante que tomamos. Em cada contratação que acompanhamos de perto. Em cada promoção que acontece. Em cada dificuldade enfrentada pelas equipes.



Sócia da Audax Capital, atua como CFO, líder de RH e Relações com Investidores. De origem em São Luís de Montes Belos, hoje conecta estratégia financeira e gestão de pessoas. Contadora, pós-graduada e líder por escolha.

@layllafer
@audaxcapital
<https://audaxcapital.com.br/>



Diretora de Cultura e Sócia da Audax Capital FIDC. Empresária, investidora, mãe, esposa e esportista, atua na construção de culturas organizacionais fortes, alinhando estratégia, pessoas e resultados.

@audaxcapital
<https://audaxcapital.com.br/>

Cultura não se comunica. **Cultura se decide.**

A cultura que a gente construiu no dia um não some quando a empresa cresce. Ela fica exposta.

É por isso que a manutenção é mais difícil do que a criação. Manter, espalhar, viver e ser exemplo todos os dias

exige uma disciplina que a empresa pequena não precisa ter, porque a convivência fazia esse trabalho de graça.

E o que sustenta essa disciplina não são os grandes momentos. São os detalhes.

- A pontualidade que continua sendo pontualidade com 140 pessoas.
- A comemoração por metas, que segue acontecendo mesmo quando a rotina não deixa espaço.
- As mesas sempre limpas. As lixeiras sempre vazias.
- A recusa em aceitar qualquer coisa fora do lugar.

Pode parecer pequeno demais para figurar em um texto sobre gestão. Não é. Esses detalhes são a prova material de que a cultura sobreviveu à escala — porque são exatamente eles que se perdem primeiro quando ela não sobrevive.

Uma empresa não perde a cultura em uma grande crise. Ela perde nas concessões pequenas, feitas por pessoas que não estavam lá quando

aquilo foi construído e que ninguém corrigiu, porque agora existe gente demais para corrigir tudo.

O teste real da cultura não é o que acontece quando a liderança está na sala. É o que acontece quando ela não está.

Esse é o ponto que separa cultura de alinhamento. Alinhamento depende de presença.

Cultura funciona na ausência dela.

Quando todos seguem o mesmo padrão mesmo sem o mais alto escalão por perto, a empresa deixou de depender de pessoas específicas e passou a depender de uma estrutura. É essa estrutura que garante o resto: o crescimento, a operação, a promessa que se faz ao cliente.

Por isso não tratamos cultura como tema de RH. Tratamos como esteio.

E é por isso que hoje a pergunta sobre as 50 pessoas não nos assusta mais. Podem ser 500. Podem ser mil. A cultura vai existir, vai ser forte e vai ser a mesma que sempre vivemos.

Não porque foi escrita em algum lugar. Mas porque foi decidida, repetida e sustentada desde o primeiro dia — quando ainda éramos três e ninguém estava olhando.

Crescer não muda quem a empresa é.
Apenas torna impossível esconder.

CASA LOANE

@casaloane

www.casaloane.com.br

EMPREENDER

também é gestar

Há algum tempo ouvi que uma empresa é como um filho. Na época, achei bonito. Hoje, vivendo a maternidade, percebo que a frase está incompleta. Empreender não é apenas criar algo. É gestar.

É entender que crescimento acontece em fases, que nem tudo está sob controle e que acelerar nem sempre é a melhor estratégia. Assim como uma gestação, um negócio exige tempo, cuidado, adaptação e presença.

Durante muito tempo, mulheres foram ensinadas a escolher: carreira sólida ou família. Como se sucesso e maternidade ocupassem lados opostos. Eu nunca acreditei totalmente nisso, mas também não sabia como seria viver os dois mundos ao mesmo tempo.

Foi nesse processo que descobri algo que transformou minha forma de liderar: a maternidade não diminuiu minha capacidade de empreender — ampliou minha capacidade de enxergar.

Passei a entender que liderar não é controlar tudo, e sim criar ambientes onde pessoas possam crescer. Que resultado não nasce só de estratégia, nasce de confiança. Que produtividade não é estar ocupada o tempo inteiro, é direcionar energia para o que importa.

Essas bases sustentam a Casa Loane. Minha trajetória começou com uma busca pessoal por bem-estar. Yoga, viagens, retiros e natureza transformaram minha vida antes de se tornarem uma marca de *activewear*. Depois nasceu a Casa Loane, primeiro como sede da marca, depois como espaço de experiências.

Com o tempo, grandes empresas começaram a buscar esse mesmo sentimento. Não queriam apenas um lugar bonito para eventos. Queriam conexão.

Queriam experiências que aproximassem pessoas e traduzissem valores. Assim, a Casa Loane deixou de ser apenas um espaço e se tornou uma plataforma de experiências de marca — uma transformação que acompanhou a minha própria.

Enquanto meu negócio crescia, minha forma de olhar para ele mudava. A maternidade me ensinou que vulnerabilidade faz parte da liderança. Que cuidar também é estratégia. Que escutar pode ser mais poderoso do que responder. Que relações duradouras valem mais do que resultados imediatos.

Vivemos uma época em que produtos se copiam, tecnologias evoluem e informação é abundante. O que permanece são experiências que despertam emoções verdadeiras. É isso que faz uma marca durar. É isso que faz uma liderança inspirar.

Talvez esse seja o maior aprendizado que a maternidade trouxe para o meu negócio: pessoas não se conectam com perfeição, mas com verdade. Hoje, não vejo a maternidade como pausa. Vejo como parte essencial da líder que estou me tornando.

Porque fazer crescer uma empresa e crescer como mulher sempre foram a mesma jornada.



Empreendedora e fundadora da Casa Loane, espaço dedicado a experiências de marca e bem-estar. Cria vivências que fortalecem marcas por meio de hospitalidade, natureza e curadoria estratégica. Defende uma liderança feminina que une estratégia, sensibilidade e propósito. Marcas como Vichy, MSD, Dolce & Gabbana, Adidas e Sanofi já passaram pela Casa Loane.

@casaloane

Networking, inovação e a construção de uma NOVA POTÊNCIA DA BELEZA

A liderança feminina que conecta pessoas, impulsiona negócios e prepara o lançamento de uma marca que promete revolucionar a regeneração capilar e da pele no Brasil. Em um mercado onde inovação, ciência e propósito se tornaram tão valiosos quanto o próprio produto, algumas líderes enxergam tendências antes que se tornem consenso. Nathália Audrey é uma delas. Com passagem pelo mercado financeiro e trajetória marcada pela gestão estratégica e construção de marcas, Nathália se tornou conhecida por conectar pessoas, oportunidades e conhecimento de forma genuína. Liderou um dos maiores clubes de networking feminino do país, reunindo centenas de empresárias e empreendedoras. Essa visão ganha nova dimensão com a chegada da Riven Care, marca que nasce para redefinir os padrões da beleza regenerativa no Brasil. Sua história surge da união entre visão estratégica de mercado, conhecimento do consumidor e expertise científica aplicada a soluções de alta performance, unindo desejo e eficácia, comunicação e tecnologia. A marca nasce com propósito claro: transformar a regeneração em novo padrão de cuidado, com soluções voltadas à saúde, longevidade e recuperação da pele, dos cabelos, dos cílios e das sobrancelhas.

Embora Nathália lidere a estratégia e a expansão, o projeto conta também com uma das profissionais mais respeitadas do mercado brasileiro de beleza, reconhecida por sua trajetória em soluções para crescimento capilar e fortalecimento de sobrancelhas e cílios. A identidade da marca reflete uma visão contemporânea do setor: sofisticada, tecnológica e conectada à verdade, traduzindo conceitos de biotecnologia de forma clara e acessível, sem abrir mão da credibilidade científica. Quem acompanha a trajetória de Nathália percebe um padrão: a construção de ecossistemas e conexões genuínas, apostando em redes de colaboração capazes de gerar impacto duradouro. Com lançamento previsto para os próximos meses, a Riven Care chega cercada de expectativas, combinando tecnologia regenerativa, formulações avançadas e posicionamento premium — um dos projetos mais promissores do setor de beleza nacional. Para Nathália, a ambição é participar da construção de uma nova categoria de beleza, que une ciência, regeneração, performance e propósito.



CEO da Riven Care, marca premium de cosméticos que une alta tecnologia e regeneração. Após uma sólida trajetória no mercado financeiro e de consultoria, tornou-se referência em conexões estratégicas e empreendedorismo. Agora lidera o lançamento de uma marca que promete inovar o mercado de beleza.

@nathaliaaudrey

rivēn
care

*A nova potência
da beleza regenerativa.*

Alta performance, biotecnologia
e resultados que transformam.



Instagram
@nathaliaaudrey



E-mail
nathalia.audrey@rivencare.com.br



WhatsApp
(11) 95680 2183