

Ano 3 | Nº 10 | Setembro de 2026

Escreva

África: o novo mapa dos negócios

Crescimento econômico, inovação e integração comercial fazem do continente um dos novos destinos estratégicos para investimentos brasileiros

Entrevista: **Sevani Matos**

Presidente da CBL revela os caminhos para fortalecer o mercado editorial e levar autores brasileiros ao mundo





Sim, você pode ser o próximo autor da Editora Escreva!

Se você sente que
chegou a sua hora, nós
estamos aqui.

Com uma **metodologia
própria**, uma
**plataforma de ensino
exclusiva** e um **time
editorial completo**,
ajudamos você a
estruturar, escrever e
publicar sua obra.





Transforme sua
vivência em um
livro e inspire o
mundo com suas
experiências.



 www.escrevalabs.com.br

 comercial@escrevalivros.com.br

 + 55 (61) 2193-1280 | + 55 (61) 98401-4434



Ano 3 | Edição 10 | Setembro de 2026

6 ENTREVISTA

Sevani Matos, presidente da Câmara Brasileira do Livro

10 EDITORA ESCREVA

Escreva amplia catálogo com histórias de mulheres que lideram e transformam

14 CULTURA & ECONOMIA CRIATIVA

Galeno, o mistério do simples: a força de uma obra que transforma memória em arte

18 EDUCAÇÃO

All Aboard: quando inovação, educação e negócios embarcam na mesma jornada

22 COMÉRCIO EXTERIOR

África: a nova fronteira dos negócios

26 IMPACTO SOCIAL

Coalizão pelo Impacto Brasília lança Mapa Estratégico para impulsionar negócios sustentáveis no DF

30 EMPREENDEDORISMO

A força das comunidades: porque empresários brasileiros estão crescendo juntos

34 INOVAÇÃO

Ginga Afrotech Hub: quando inclusão vira estratégia de inovação

38 SAÚDE & BEM-ESTAR

Estamos exigindo demais do nosso cérebro?

48 TURISMO

Embratur amplia ações no mercado dos Estados Unidos para atrair eventos internacionais ao Brasil

COLUNISTAS

16 POLÍTICA & NEGÓCIOS

Eduardo Galvão

Governo em decisão

28 IMPACTO SOCIAL

Paula Sales

Vozes que transformam: mulheres e poder de decisão no impacto social

32 LIDERANÇA

Cassiana Martins

Inteligência Artificial e liderança: quando o erro não está na resposta, mas no pedido

36 GESTÃO EM TRANSFORMAÇÃO

Ulisses Sampaio

Quando fazer melhor já não é suficiente

40 NUTRIÇÃO SEM RESTRIÇÃO

Fernanda Cirqueira

Um diagnóstico, uma nova profissão, uma nova missão

42 COACHING

Nadir Paes

Lugar de gente feliz

44 DESPERTAR

Luciana Barbosa

De dentro para fora

46 NEUROBUSINESS

Keli Rodrigues

O indicador que falta

Escreva

EQUIPE EDITORIAL

Publisher

Hulda Rode (DRT-DF 8610/2010)

Administrativo e Comercial

Marcelo de Paulo Medeiros

Jurídico

Rubens Pires e Jurema Farias

Projeto Gráfico e Diagramação

Maurício Marques

Tecnologia

Danilo Oliveira e Thayná Rodrigues

Designer Gráfico

Rafael Pereira Gosaves

Colunistas

Cassiana Martins, Eduardo Galvão,

Fernanda Cirqueira, Keli Rodrigues,

Luciana Barbosa, Nadir Paes,

Paula Sales e Ulisses Sampaio

Reportagem

Andreza Nunes, Hulda Rode,

Kátia Turra e Paulo Almeida

Impressão: Gráfica Positiva

Tiragem: 15.000 exemplares

NOSSOS CONTATOS

Brasília, DF - Brasil

SHS, Quadra 06, Complexo Brasil 21,

Bloco A, Sala 501 - Asa Sul - CEP 70316-102

(61) 2193-1280 / 98310-7306

E-mail: comercial@escrevalivros.com.br

CNPJ: 26.779.396/0001-00

Instituto Sesi Senai de

Tecnologias Educacionais

Setor Cultural Sul - Sesi Lab

SCTS Lote 1 - Plano Piloto - Brasília - DF

CEP: 70070-150

São Paulo - SP

Av. Engenheiro Luiz Carlos Berrini, 1407,

Salas 111 e 112 - Cidade Moções

CEP: 04.571-011

A revista **Escreva** é uma publicação da **Editora Escreva LTDA**. Envie seus comentários para a redação pelo e-mail: contato@escrevalivros.com.br



SECOM
PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

Veículo habilitado pela Secom/PR



CARTA DA EDITORA

Hulda Rode

Uma nova Escreva começa aqui

De tempos em tempos, a gente para, olha para a jornada e revisita os nossos objetivos. Não para mudar a essência, mas para entender até onde podemos chegar. E foi assim que a Revista Escreva ganhou um novo lugar dentro da nossa história.

Desde o início, nosso propósito sempre foi construir a revista do ecossistema: um espaço onde autores, especialistas, parceiros, empresas, instituições e diferentes vozes possam circular juntos. Acredito profundamente na força do coletivo e na potência que existe quando conhecimento, experiência e boas histórias encontram um mesmo lugar.

Esta edição de setembro é uma degustação dessa nova fase. E as novidades são muitas. Ampliamos nossa tiragem para 15 mil exemplares e

conquistamos a habilitação na Secom da Presidência da República, fortalecendo a Revista Escreva como veículo oficial de comunicação e ampliando as possibilidades de circulação, alcance e conexão.

Também chegam novos colunistas e novas perspectivas. Saúde, Gestão, Coaching e Autocohecimento passam a integrar nossa conversa, ao lado de temas que ajudam a compreender o mundo dos negócios e as transformações que já estão acontecendo: inovação, educação, empreendedorismo, tecnologia, internacionalização e impacto.

Nesta edição, olhamos para a África e o novo mapa dos negócios, mostrando um continente em transformação, com crescimento econômico, inovação e oportunidades para empresas brasileiras. Conversamos também com Sevani Matos, presidente da Câmara Brasileira do Livro, sobre inteligência artificial, políticas públicas, inovação e os caminhos para fortalecer o mercado editorial e levar autores brasileiros ao mundo.

Nas páginas da Escreva, você ainda encontrará histórias de mulheres que lideram e transformam, a jornada do Programa de Edtechs All Aboard e do Ginga Afrotech Hub, a força das comunidades empresariais o mostrando como inclusão e inovação podem caminhar juntas.

É apenas o nosso começo!

A Revista Escreva cresce porque o ecossistema cresce. E cresce para fazer aquilo que sempre acreditamos: conectar pessoas, ideias, histórias e oportunidades.

Bem-vindos à nova **Revista Escreva**.



Hulda Rode é escritora, jornalista, empresária e produtora cultural. Fundadora da Escreva, atua na criação e desenvolvimento de projetos editoriais, formação de novos autores e conexão entre livros, negócios, cultura e inovação. À frente do grupo editorial, conduz iniciativas que integram educação, edição e tecnologia, ampliando espaços para novas vozes e histórias.



Brasil: um país de autores para o mundo

Sevani Matos, presidente da CBL, fala sobre internacionalização, novos mercados e as estratégias para ampliar a presença da produção editorial brasileira.

Reportagem: Hulda Rode **Fotos:** Elisângela Borges

O mercado editorial brasileiro vive uma transformação que ultrapassa as páginas dos livros. Novas tecnologias, mudanças nos hábitos de leitura, inteligência artificial, internacionalização e a necessidade de políticas públicas permanentes redesenham uma cadeia que conecta autores, editoras, livrarias, bibliotecas e leitores. Nesse cenário, fortalecer o livro significa também preparar o setor para um futuro mais inovador, sustentável, plural e competitivo.

À frente da Câmara Brasileira do Livro (CBL), **Sevani Matos** conduz uma agenda que busca ampliar o diálogo entre os diferentes elos dessa cadeia e posicionar o livro como instrumento estratégico para a cultura, a educação e o desenvolvimento do país. Sua gestão tem entre as prioridades a defesa de políticas públicas de leitura, a regulamentação da inteligência artificial com respeito aos direitos autorais, a sustentabilidade, a biodiversidade e a expansão internacional da produção editorial brasileira.

Nesta entrevista à **Revista Escreva**, Sevani fala sobre os desafios e oportunidades que estão moldando o setor, aponta segmentos com potencial de crescimento, aborda os impactos da tecnologia e revela como o Brasil pode ampliar a circulação de seus autores e obras no mundo. Uma conversa sobre o presente do livro — mas, sobretudo, sobre o futuro de uma indústria que ainda tem muitas histórias para contar.

Revista Escreva: Qual é hoje a principal frente de atuação da CBL para fortalecer a cadeia produtiva do livro no Brasil?

Sevani Matos: A CBL tem trabalhado para manter o setor unido, competitivo e sustentável. O principal é a necessidade de continuidade e fortalecimento das políticas públicas voltadas à

leitura, como o Plano Nacional do Livro e da Leitura, essencial para garantir acesso, formar leitores e fortalecer a cadeia produtiva. Entre as outras prioridades atuais está a defesa da Lei Cortez, que busca estabelecer regras de concorrência equilibradas para toda a cadeia produtiva do livro. Outro tema central é a regulamentação da inteligência artificial, garantindo que a tecnologia respeite os direitos autorais e valorize o trabalho de escritores e editoras.

Seguimos também avançando em frentes estruturantes, como a sustentabilidade, com o Guia de Boas Práticas Sustentáveis no Setor Editorial, e a internacionalização do conteúdo brasileiro por meio do Brazilian Publishers, em parceria com a ApexBrasil.

No campo da valorização da produção nacional, fortalecemos nossos grandes projetos: a Bienal Internacional do Livro de São Paulo, o Prêmio Jabuti e o Prêmio Jabuti Acadêmico, que reconhece a excelência da produção científica e técnica brasileira. Juntos, esses programas reafirmam o compromisso da CBL com a cultura, a educação e o futuro do livro no país.

Revista Escreva: Que metas sua gestão estabeleceu para ampliar o impacto da instituição no setor editorial?

Sevani Matos: Nossa gestão tem como meta consolidar a CBL como uma liderança estratégica e de diálogo permanente, capaz de representar todo o setor do livro com força e unidade. O foco é fortalecer a cadeia produtiva, apoiar o desenvolvimento de editoras e livrarias, e ampliar o acesso ao livro e à leitura em todas as regiões do país. A partir da nossa Plataforma de Trabalho 2025–2027, definimos diretrizes que priorizam a inovação, a inteligência de dados, a sustentabilidade e a valoriza-

// Em um cenário de transformações profundas, a Câmara Brasileira do Livro segue como grande articuladora do setor, promovendo políticas públicas para o livro e a leitura, fortalecendo a cadeia produtiva e projetando a literatura brasileira no mundo //

*Presidente da CBL,
Sevani Matos:*



ção da biodiversidade. Isso significa investir em estudos e informações que apoiem as decisões do mercado, promover a internacionalização do conteúdo brasileiro por meio do projeto Brazilian Publishers, e acompanhar de perto temas estratégicos como a regulamentação da inteligência artificial, assegurando o respeito aos direitos autorais e à criação intelectual. Também seguiremos aprimorando a gestão e os serviços da CBL, com o objetivo de entregar mais valor aos associados e ampliar o impacto institucional da entidade na promoção do livro, da leitura e da cultura.

Revista Escreva: O mercado do livro tem demonstrado resiliência, mas ainda enfrenta desafios. Quais são os pontos mais críticos do cenário atual?

Sevani Matos: O setor do livro no Brasil tem mostrado grande capacidade de adaptação, mas ainda enfrenta desafios estruturais que

exigem atenção constante. O principal deles é a necessidade de continuidade e fortalecimento das políticas públicas voltadas à leitura, como o Plano Nacional do Livro e da Leitura, essencial para garantir acesso, formar leitores e fortalecer a cadeia produtiva.

Revista Escreva: Que segmentos editoriais apresentam maior potencial de crescimento?

Sevani Matos: Os segmentos que hoje apresentam maior potencial de crescimento são Obras Gerais e Religiosos. Segundo a pesquisa mais recente de Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro, o mercado cresceu 3,7% em 2024, com destaque para Obras Gerais (+9,2%) e Religiosos (+8,7%), impulsionados pelo aumento do interesse em literatura, espiritualidade e temas de bem-estar.

Revista Escreva: Como a inovação tecnológica tem transformado o setor do livro?

Sevani Matos: A tecnologia ampliou o alcance da leitura e não substituiu o livro físico — ainda preferido pela maioria dos leitores.

E-books e audiobooks democratizam o acesso e atraem novos públicos, enquanto as livrarias seguem essenciais para a descoberta de autores.

A inteligência artificial já está impactando a produção editorial, da tradução à curadoria de conteúdo. Por isso, a CBL atua para que esse avanço ocorra com responsabilidade e segurança jurídica, preservando a autoria e os direitos de quem cria.

Revista Escreva: Como a CBL amplia o espaço e a visibilidade de autores brasileiros?

Sevani Matos: A valorização dos autores é um compromisso permanente. O Prêmio Jabuti e o Prêmio Jabuti Acadêmico reconhecem a excelência literária e científica, impulsionando carreiras dentro e fora do país.

A Bienal Internacional do Livro de São Paulo é uma vitrine essencial para novos e consagrados nomes, e o Brazilian Publishers tem levado a literatura brasileira às principais feiras do mundo, consolidando nossa presença internacional.

Revista Escreva: Quais os principais obstáculos para o desenvolvimento de carreiras literárias no Brasil?

Sevani Matos: O grande desafio é garantir que os autores possam viver de sua obra. Isso depende de uma cadeia forte — editoras saudáveis, livrarias ativas, bibliotecas abastecidas e políticas públicas consistentes de leitura.

Também é preciso investir em profissionalização, oferecendo acesso a formação, agentes literários e oportunidades de internacionalização. A bibliodiversidade é um valor central: queremos um mercado que acolha diferentes vozes, estilos e origens.

Revista Escreva: Como a CBL avalia as políticas públicas voltadas ao livro e à leitura?

Sevani Matos: A Câmara Brasileira do Livro vê as políticas públicas voltadas ao livro e à leitura como fundamentais para o fortalecimento de toda a cadeia do livro — do autor ao leitor. Iniciativas que incentivem a leitura, ampliem o acesso e fortaleçam bibliotecas e livrarias são essenciais para formar novos leitores e sustentar o crescimento do setor.

Nos últimos anos, temos acompanhado um

retorno do diálogo com o poder público, o que é muito positivo. A CBL tem participado ativamente da construção de propostas, como a Lei Cortez, que busca garantir recursos permanentes para o Plano Nacional do Livro e Leitura (PNLL), e também em discussões sobre direitos autorais, inovação e inteligência artificial.

O que defendemos é a continuidade e a integração dessas políticas — que não sejam ações pontuais, mas estratégias de longo prazo, com orçamento garantido e participação de todos os agentes do setor. Só assim o livro e a leitura poderão ocupar o lugar que merecem nas políticas culturais e educacionais do país.

Revista Escreva: Que medidas poderiam ampliar o acesso ao livro, especialmente em escolas e bibliotecas públicas?

Sevani Matos: Ampliar o acesso ao livro passa, antes de tudo, por políticas públicas consistentes e de longo prazo. É fundamental garantir investimentos regulares na atualização dos acervos das escolas e bibliotecas públicas, além da valorização dos profissionais do livro e da leitura, como bibliotecários, mediadores e professores.

Outro ponto importante é assegurar a presença do livro brasileiro nesses espaços, com editais que contemplem a diversidade regional e estimulem a produção nacional. Programas como o PNLD têm papel estratégico e precisam ser fortalecidos e atualizados para acompanhar as novas formas de leitura, inclusive as digitais.

Também é essencial investir na infraestrutura das bibliotecas, integrando-as a redes de leitura e tecnologia, e apoiar parcerias entre o poder público e a iniciativa privada, que possam ampliar o alcance de projetos de doação, clubes de leitura e circulação de livros.

A CBL acredita que, com planejamento e continuidade, é possível transformar as escolas e bibliotecas em verdadeiros centros de acesso, formação e encantamento pela leitura.

Revista Escreva: Como o Brasil pode ampliar sua presença no mercado internacional do livro?

Sevani Matos: O Brasil tem ampliado de forma consistente sua presença no mercado internacional do livro, e o Brazilian Publishers tem sido o principal motor desse movimento. O programa é uma iniciativa da Câmara Brasileira do Livro (CBL) em parceria com a ApexBrasil, e tem como

objetivo promover a internacionalização do conteúdo editorial brasileiro, fortalecendo a presença de nossas editoras e autores no exterior.

O projeto reúne ações de capacitação, inteligência comercial e promoção internacional, oferecendo suporte técnico e estratégico para que o setor editorial brasileiro negocie direitos autorais, traduções e parcerias em feiras e eventos como Frankfurt, Londres e Bolonha.

Em 2025, o Brazilian Publishers já movimentou US\$ 14,3 milhões em negócios apenas no primeiro semestre, um crescimento de 7% em relação ao ano todo de 2024, o que demonstra o avanço da competitividade do livro brasileiro no cenário global e o reconhecimento crescente da nossa produção literária e intelectual.

Revista Escreva: Quais tendências devem pautar o setor nos próximos anos e como a CBL está se preparando?

Sevani Matos: Vivemos uma era de transfor-

mações aceleradas, e a CBL atua de forma proativa para acompanhar esse movimento.

Entre as principais tendências estão a inteligência artificial, a sustentabilidade, a inclusão e bibliodiversidade, a leitura como política de Estado e a expansão internacional.

O futuro do livro será híbrido, plural e sustentável, e a CBL seguirá construindo pontes entre autores, leitores e instituições para que o livro continue sendo uma força viva da cultura e da educação brasileira.

Revista Escreva: Que mensagem a senhora deixa aos leitores da Revista Escreva sobre o papel do livro na sociedade?

Sevani Matos: O livro é uma ferramenta poderosa de transformação. Ele forma cidadãos críticos, amplia horizontes e fortalece a cidadania.

Valorizar o livro é investir no futuro do Brasil, porque cada página lida é um passo rumo a uma sociedade mais justa, criativa e democrática. 📖



Para a presidente da CBL, o futuro do livro passa pela inovação, pelo respeito aos direitos autorais e pela capacidade de levar a produção brasileira a novos leitores e mercados no mundo.

Escreva amplia catálogo com histórias de mulheres que lideram e transformam

Do Museu das Favelas ao Museu Naval, dois novos livros levam ao público trajetórias femininas marcadas por liderança, impacto social, empreendedorismo e construção de legado

Reportagem: Hulda Rode

A Escreva chega ao segundo semestre de 2026 ampliando seu catálogo com projetos editoriais que têm em comum a valorização de trajetórias femininas e a capacidade de transformar experiências individuais em inspiração coletiva. *Vozes de Impacto* e *Mulheres que Lideram* reúnem mulheres de diferentes áreas e territórios para discutir liderança, empreendedorismo, transformação social, representatividade e construção de legado.

Mais do que ampliar o número de obras publicadas, os lançamentos revelam uma estratégia da **Escreva** de criar projetos editoriais conectados a redes, comunidades e instituições. Os livros ganham vida em espaços que dialogam diretamente com suas propostas: *Vozes de Impacto* foi

lançado no Museu das Favelas, em São Paulo, enquanto *Mulheres que Lideram* teve seu primeiro lançamento no Museu Naval, no Rio de Janeiro, e terá uma segunda agenda em São Paulo, no dia 16 de setembro, na OAB SP.

Vozes de Impacto celebra a potência das periferias

No dia 15 de agosto de 2026, *Vozes de Impacto: Empreendedorismo social feminino como caminho de transformação* celebrou sua primeira edição em um espaço escolhido de forma intencional: o Museu das Favelas, em São Paulo.

Idealizado e organizado por Paula Sales, o projeto nasceu a partir do fortalecimento de uma rede de mulheres e encontrou na Escreva a parceira editorial para transformar essa ideia em livro. A primeira edição reúne mulheres selecionadas a partir de uma curadoria que buscou reconhecer diferentes trajetórias e formas de produzir impacto.

Olga Cerqueira Leite, Raquel Facuri, Michelly Marcondes, Sirlei Tarragô, Tina Costa, Sandra Sepulveda, Priscila Casareggio, Karen Brandoles e Ana Flávia Godoi são mulheres que, a partir de suas experiências pessoais e profissionais, lideram, empreendem, educam, mobilizam e transformam realidades.

Para Paula Sales, o projeto representa a construção de uma rede capaz de dar visibilidade a histórias que muitas vezes permanecem fora dos grandes espaços de reconhecimento.

"*Vozes de Impacto* nasce do fortalecimento de uma rede de mulheres que têm histórias, experiências e iniciativas capazes de transformar seus territórios. Quando essas vozes se encontram, elas deixam de ser histórias isoladas e passam a cons-



FOTO: REGIANE GALHA

O lançamento de *Mulheres que Lideram*, no Museu Naval, no Rio de Janeiro, reuniu autoras e convidados em torno das histórias de mulheres que transformam pessoas, instituições e comunidades

truir uma narrativa coletiva de potência, impacto e transformação.”

A escolha do Museu das Favelas para o lançamento também foi uma declaração sobre o lugar de onde o impacto pode nascer. A periferia não é apenas território de vulnerabilidades. É território de potência, conhecimento, criatividade, empreendedorismo, resistência e produção de soluções.

“Realizar o lançamento nesse espaço significou afirmar que histórias produzidas nas periferias não precisam atravessar a cidade em busca de legitimidade: elas carregam valor, conhecimento e impacto a partir do lugar onde nasceram”.

O encontro reuniu coautoras, familiares, convidados, parceiros e pessoas que acreditaram na construção da primeira edição. Entre livros, autógrafos, encontros e celebrações, ficou uma mensagem: quando uma mulher reconhece a potência da própria trajetória e encontra espaço para compartilhá-la, sua voz pode abrir caminhos para muitas outras.

Mulheres que Lideram amplia o debate sobre liderança feminina

O segundo projeto, *Mulheres que Lideram: impacto, legado e inspiração*, organizado por Simone S. Santos, reúne trajetórias femininas que mostram diferentes formas de exercer liderança e produzir transformação em comunidades, empresas, instituições e famílias. Nesta obra participam as autoras: Karen Alves de Souza, Eleonora Gomes, Rita França, Renata Correia da Silva e Bruna Sillos.

O primeiro lançamento aconteceu em junho no Museu Naval, no Rio de Janeiro, em um encontro que colocou em evidência histórias de mulheres e discussões sobre representatividade, equidade e construção de legado. A próxima agenda será em 16 de setembro, na OAB SP, em São Paulo, ampliando a circulação da obra e aproximando suas autoras de novos públicos.

Segundo Simone S. Santos, a proposta é ampliar a visibilidade de lideranças femininas e estimular uma reflexão sobre os espaços ocupados pelas mulheres e sua capacidade de promover mudanças.

“*Mulheres que Lideram* nasceu da necessidade de dar visibilidade às trajetórias femininas que transformam espaços, pessoas e instituições. Mais do que reunir histórias, o livro surge como um movimento de fortalecimento, inspiração e reflexão sobre a liderança feminina.”



FOTO: ROSÂNGELA SANTOS

Paula Sales e as coautoras de *Vozes de Impacto* no lançamento da primeira edição, realizado no Museu das Favelas, em São Paulo. O encontro celebrou trajetórias de mulheres que compreendem, lideram e transformam seus territórios, reafirmando a periferia como espaço de potência, conhecimento e inovação

A publicação também amplia o conceito de liderança ao valorizar mulheres que promovem mudanças reais em escolas, comunidades, empresas e órgãos públicos. A mensagem é de que liderar não se resume a ocupar posições de poder, mas também significa mobilizar pessoas, criar oportunidades, enfrentar desafios e construir novos caminhos.



Escreva aposta nas vendas corporativas

Os novos projetos também fazem parte de uma estratégia comercial que ganha força na Escreva: a venda corporativa de livros.

A proposta é levar títulos do catálogo para empresas e instituições que desejam utilizar livros em programas de liderança e desenvolvimento, eventos, ações de relacionamento, formação de equipes, diversidade e inclusão ou como presentes institucionais.

Nesse modelo, os livros podem ser adquiridos em quantidade para distribuição a equipes, clientes, parceiros, participantes de eventos e programas de desenvolvimento. A estratégia amplia o mercado para além do leitor individual e cria novas possibilidades de circulação para as obras do catálogo.

Liderar além da máquina

Em *Líder de Gente e Agentes*, Alexandre Henrique Souza propõe uma nova visão sobre liderança, decisão e responsabilidade na era da inteligência artificial

Reportagem: Da Redação

A inteligência artificial já entrou nas organizações. Agora, o desafio é outro: aprender a liderar em um ambiente no qual pessoas e agentes inteligentes trabalham lado a lado. É a partir dessa transformação que Alexandre Henrique Souza constrói *Líder de Gente e Agentes: como decidir melhor quando pessoas e agentes de inteligência artificial trabalham juntos*, publicado pela Editora Escreva.

Mais do que discutir ferramentas e tendências, a obra coloca no centro da conversa aquilo que continua sendo essencialmente humano: escolhas, discernimento, responsabilidade e capacidade de decidir. Para o autor, as organizações já não precisam decidir se vão utilizar inteligência artificial, mas como incorporá-la de maneira consciente, estratégica e responsável.

“O líder do futuro não será aquele que simplesmente usa mais ferramentas, mas aquele que sabe fazer melhores perguntas, interpretar melhor as respostas e assumir responsabilidade pelas decisões que toma com apoio da tecnologia”, afirma Alexandre.

O livro também alerta para um risco cada vez mais presente: o encantamento tecnológico. Automatizar processos sem questionar sua qualidade pode significar apenas acelerar erros. “Quando uma empresa ou uma prefeitura incorpora IA apenas pelo encantamento tecnológico, corre o risco de automatizar processos ruins, acelerar decisões mal pensadas e transferir para a máquina responsabilidades que continuam sendo humanas”, destaca.

Pessoas no centro

A transformação também alcança Recursos Humanos e Gestão de Pessoas. Ao assumir atividades operacionais, a inteligência artificial pode abrir espaço para que líderes se dediquem mais ao desenvolvimento de equipes, à cultura organizacional, à análise estratégica e às decisões de maior impacto.

Pensamento crítico, comunicação, escuta ati-

FOTO: DIVULGAÇÃO



**Alexandre Henrique Souza
e o dirigente esportivo, Zico**

va, inteligência emocional, ética, aprendizagem contínua e tomada de decisão orientada por dados estão entre as competências que ganham relevância nesse novo cenário. Mas, para Alexandre, existe uma habilidade que se torna ainda mais decisiva: saber perguntar.

“A IA amplia muito nossa capacidade de produzir respostas, análises e caminhos. Mas quem define a qualidade da direção ainda é o ser humano. Liderar agentes de inteligência artificial exige clareza de intenção, repertório, critério e responsabilidade.”

A discussão dialoga com a atuação do autor no People of the Future e com uma questão que ganha espaço no debate sobre o futuro do trabalho: não se trata de escolher entre pessoas ou tecnologia, mas de fazer as duas inteligências trabalharem juntas.

Com comentários de Bruna Habka, CEO do Grupo Big Box, *Líder de Gente e Agentes* chega como uma obra sobre IA, mas, sobretudo, sobre liderança humana diante de um mundo cada vez mais híbrido. 

AudiCAIXA: Representação que fortalece carreiras, direitos e o futuro dos empregados da CAIXA

Entidade amplia o diálogo institucional e atua na valorização dos Auditores Internos, na defesa de direitos e na construção de uma CAIXA mais equilibrada, transparente e sustentável

Representar uma carreira é também defender o reconhecimento de sua importância para as instituições e para a sociedade. É com essa perspectiva que a AudiCAIXA fortalece a representação dos Auditores Internos e amplia sua atuação em temas que impactam diretamente a vida profissional e o futuro dos empregados da CAIXA.

Com atuação pautada por seus princípios estatutários, a entidade participa de debates estratégicos relacionados à valorização profissional, às condições de trabalho e ao fortalecimento das entidades representativas. Ao mesmo tempo, mantém atenção permanente às demandas de empregados, aposentados, pensionistas e participantes da FUNCEF, contribuindo para uma agenda de diálogo e construção coletiva.

A valorização da carreira está entre as principais bandeiras da AudiCAIXA. A entidade acompanha pautas relacionadas ao desenvolvimento profissional, às condições adequadas para o exercício das funções e ao reconhecimento da relevância da Auditoria Interna para a governança, a integridade e a sustentabilidade institucional da CAIXA.

Essa atuação se estende às pautas coletivas que envolvem os trabalhadores. Em negociações e debates sobre questões trabalhistas e econômicas, a

AudiCAIXA busca contribuir para a preservação de conquistas históricas e para a construção de novos avanços, sempre considerando os impactos dessas decisões sobre a qualidade de vida, a segurança e a estabilidade de empregados ativos e aposentados.

Entre os temas prioritários estão o Saúde CAIXA e a FUNCEF. A entidade acompanha as discussões relacionadas à sustentabilidade e ao acesso ao plano de saúde, reconhecendo seu papel fundamental na proteção dos empregados e de suas famílias. Da mesma forma, mantém atenção às questões previdenciárias e ao futuro da FUNCEF, por compreender sua importância para a segurança financeira de participantes e pensionistas.

A força dessa atuação também está na capacidade de diálogo e articulação. A AudiCAIXA participa de iniciativas conjuntas com outras entidades representativas, ampliando a construção de agendas comuns e fortalecendo a defesa dos direitos dos empregados e a proteção do patrimônio previdenciário.

Ao combinar representação profissional, diálogo institucional e defesa de direitos, a AudiCAIXA reafirma seu compromisso com uma atuação responsável e conectada aos desafios presentes e futuros da categoria. Mais do que representar uma carreira, a entidade contribui para fortalecer as condições que permitem aos empregados da CAIXA exercerem seu trabalho com reconhecimento, segurança e perspectiva de futuro.

É uma atuação que parte da valorização dos Auditores Internos, mas alcança uma dimensão mais ampla: contribuir para uma CAIXA mais equilibrada, transparente e sustentável e para instituições que assegurem, no presente e no futuro, melhores condições de vida profissional, saúde e previdência para milhares de trabalhadores em todo o país.

Diretoria Executiva - Biênio 2026/2028

Endereço: SBS Quadra 02 Bloco E Ed. Prime, sala 206, Brasília - DF - CEP 70070-120

E-mail: secretaria@audicaixa.org.org.br

Telefone: (61) 3044-1650

<https://www.audicaixa.org.br>



Galeno, o mistério do simples: A força de uma obra que transforma memória em arte

Exposição na CAIXA Cultural Brasília reúne obras de diferentes momentos da trajetória do artista, sob curadoria de Paulo Herkenhoff, e celebra seu legado um ano após sua morte

Reportagem: Kátia Turra **Fotos:** Gilberto Evangelista

Um ano depois da morte de Galeno, ocorrida em 2 de junho de 2025, Brasília voltou a se encontrar com a obra de um de seus artistas mais singulares. Aberta ao público na CAIXA Cultural Brasília, a exposição “Galeno, o mistério do simples” reuniu pinturas, esculturas em madeira, gravuras e objetos produzidos em diferentes momentos de sua trajetória. Com curadoria de Paulo Herkenhoff e coordenação geral da Referência Galeria de Arte, a mostra propõe um mergulho no universo poético de um artista que fez da memória, da cultura popular, das experiências afetivas e dos materiais cotidianos matéria-prima para sua criação.

Mais do que uma retrospectiva, a exposição assumiu o caráter de celebração. O projeto começou a ser concebido ainda em vida por Galeno, que havia escolhido Paulo Herkenhoff para a curadoria. Com sua morte, o sentido da mostra ganhou uma dimensão ainda mais afetiva: preservar a presença do artista por meio de sua obra e revisitar uma trajetória marcada pela capacidade de transformar experiências simples em imagens, formas e objetos carregados de significado.

O título da exposição traduz uma das características mais importantes da produção de Galeno. Para Herkenhoff, o artista se escreve com “S de Simples”, em uma referência à maneira como ele estabeleceu relações entre a modernidade, a artesanaria e os códigos da arte popular brasileira. Longe de significar uma produção desprezível, a simplicidade em Galeno era resultado de uma sofisticada elaboração poética, capaz de encontrar potência estética em materiais, gestos e situações do cotidiano.



“Pensá-lo como um artista ingênuo ou apenas ‘popular’ é um equívoco”, afirmou Herkenhoff, ressaltando a complexidade de sua produção. Em sua leitura, Galeno construiu uma “geometria sensível” entre a cultura popular brasileira, a memória afetiva e a experiência contemporânea.

É justamente esse universo que a exposição procura apresentar ao público. Ao lado das obras, fotografias, matérias de jornais, objetos pessoais e referências à vida do artista ajudam a reconstruir o ambiente que alimentou sua imaginação. A relação com o futebol, especialmente com o Botafogo, seu time do coração, também aparece como parte importante dessa memória afetiva.

Entre as obras apresentadas estão três trabalhos pertencentes ao acervo do Museu de Arte de Brasília (MAB), além do documentário *Galeno, Curumim Arteiro*, do cineasta Marcelo Diaz. A mostra também recupera trabalhos de diferentes períodos, permitindo acompanhar transformações e permanências de uma linguagem artística que nunca abandonou a relação com suas origens.

Nascido em 13 de maio de 1956, em Parnaíba, no Piauí, Galeno manteve ao longo da vida uma forte ligação com sua terra natal, onde também conservou um ateliê. Criado em Brazlândia, no Distrito Federal, construiu sua trajetória entre referências do Nordeste e do Cerrado, incorporando à produção artística lembranças da infância, brinquedos populares, objetos cotidianos, manifestações culturais e elementos da história da arte.

Foi em Brasília, porém, que sua obra passou a fazer parte da própria paisagem da cidade. O



Governo em modo eleição

O segundo semestre começa com uma combinação que desafia análises apressadas. A economia apresenta sinais favoráveis: a inflação perdeu força, o mercado de trabalho permanece resiliente e o investimento estrangeiro segue relevante. Ao mesmo tempo, a proximidade das eleições mudou a lógica das decisões. O governo entrou em modo eleitoral. E essa mudança já afeta decisões.

Isso não significa que a política tenha substituído a economia. Significa que será cada vez difícil compreender uma sem considerar a outra. Indicadores de inflação, emprego, renda e atividade continuarão importantes, mas passarão a ser interpretados por seu impacto sobre a disputa eleitoral. Do mesmo modo, decisões políticas serão lidas por seus efeitos imediatos e por sua capacidade de produzir apoio, mobilizar interesses e reorganizar alianças.

No Congresso, cresce o espaço para pautas com retorno político mais visível, enquanto negociações se tornam fragmentadas e sensíveis aos cálculos de cada grupo. No governo, medidas ligadas à renda, ao consumo e à entrega de resultados ganham valor eleitoral. Entre governadores, prefeitos e parlamentares, alianças nacionais disputam espaço com prioridades locais.

Para o ambiente empresarial, essa transição exige uma leitura mais sofisticada. Projetos de investimento, expansão ou financiamento não dependem apenas de juros, demanda e custos. Também precisam considerar mudanças de prioridade, instabilidade regulatória, disputas institucionais e a capacidade do Estado de coordenar decisões durante a campanha.

Eleições produzem efeitos antes das urnas. Expectativas alteram comportamentos, antecipam movimentos e influenciam escolhas mesmo sem mudança formal nas regras. Por isso, pesquisas eleitorais não devem ser lidas apenas como retratos da corrida presidencial, mas como sinais sobre a direção das políticas públicas, das coalizões e do ambiente de negócios.



FOTO: LUIZ ROBERTO/SECOM/TSE

O calendário eleitoral ainda tem alguns meses pela frente, mas a lógica da eleição já orienta escolhas, negociações e prioridades. Nos próximos meses, será necessário reconhecer sinais de mudança e entender como política e economia se condicionam. Em modo eleitoral, antecipação deixa de ser exercício teórico e passa a ser parte da estratégia. 

Eduardo Galvão é professor de MBA e autor de livros sobre relações institucionais e risco político. Doutorando em Relações Internacionais pela Universidade de Brasília (UnB), assessora empresas nacionais e multinacionais na análise de cenários políticos, regulatórios e geopolíticos. Nesta coluna, traduz os acontecimentos da política e da economia em reflexões práticas para líderes, executivos e tomadores de decisão.

mural da Igrejinha da 308 Sul e o calçadão de Brazlândia são exemplos de trabalhos que ultrapassaram os limites dos espaços expositivos e foram incorporados ao cotidiano dos moradores. São obras que revelam uma característica essencial de sua produção: a capacidade de estabelecer diálogo direto com as pessoas e com os lugares.

Paulo Herkenhoff lembra que Galeno tinha orgulho de suas origens e mantinha uma relação muito próxima com familiares e amigos. “Tinha orgulho de vir de uma família simples do Piauí”, destacou o curador, que também definiu o artista como “um menino candanguinho, que escolheu viver em Brazlândia”.

Para Onice Moraes de Oliveira, da Referência Galeria de Arte, responsável pela coordenação geral da exposição, essa dimensão de proximidade ajuda a compreender a força da obra de Galeno. “A obra dele é simples, colorida, alegre, transmitindo autenticidade e verdade”, afirmou. O que inicialmente seria uma retrospectiva acabou ganhando outro significado após a morte do artista. “O projeto, que era para ser uma retrospectiva da vida dele, depois de sua morte passou a ser uma celebração”, explicou.

A exposição também adquiriu um significado especial para a família. João Francisco de Andrade Galeno, filho do artista, contou que a realização de uma individual na CAIXA Cultural era um projeto que vinha sendo discutido havia alguns anos.

A ausência física do pai, entretanto, transformou a experiência em um momento de forte emoção. “Ele não estará aqui para viver esse momento da forma como gostaríamos, mas sabemos que continuará presente através das suas obras, da sua história e das memórias que deixou em cada pessoa que teve a oportunidade de conhecê-lo e admirar sua arte”, afirmou.

Para a família, a mostra representa também a continuidade de um legado. Ao ocupar um espaço de relevância para a cultura brasileira, a produção de Galeno ganha novas possibilidades de encontro com o público e reafirma a importância de uma trajetória dedicada à arte.

Ao longo de sua carreira, o artista construiu reconhecimento no Brasil e no exterior e participou de importantes exposições. Entre seus trabalhos mais recentes estão a participação na 14ª Bienal do Mercosul e na exposição Brasília, Arte da Democracia, além da individual *O Piauí é aqui – o Piauí não é aqui*, realizada na Galeria Galatea. Em 2025, a obra *As Quatro Estações* passou a integrar o acervo do Palácio do Planalto.

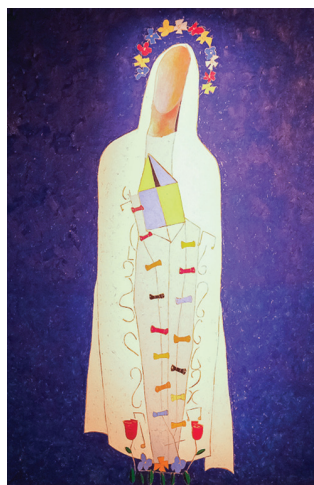
SERVIÇO

Exposição: Galeno, o mistério do simples

Período: Até 4 de outubro de 2026

Horário: De terça a domingo, das 9h às 21h

Local: CAIXA Cultural Brasília - SBS Quadra 4, Bloco A, Lotes 3/4, Loja 1 - Asa Sul, Brasília - DF



A simplicidade em Galeno era resultado de uma sofisticada elaboração poética, capaz de encontrar potência estética em materiais, gestos e situações do cotidiano

Escreva



@CONCEPTOFFICES

Concept offices

<https://www.conceptoffices.com.br>



Com o Concept Offices, sua empresa tem acesso exclusivo ao Brasil 21, um dos endereços empresariais mais prestigiados de Brasília.

Coworking Concept Offices, tenha um endereço comercial de prestígio, gestão de correspondências e suporte profissional sem precisar estar presencialmente todos os dias. Escritório Virtual e Domicílio Fiscal em Brasília e Fortaleza. Praticidade, economia e credibilidade para o seu negócio.

All Aboard: Quando inovação, educação e negócios embarcam na mesma jornada

Programa de residência do Instituto Sesi SENAI aproxima startups dos desafios reais da educação e já apoiou a movimentação de milhões em oportunidades de negócios

Reportagem: Andreza Nunes **Fotos:** Fábio Pinheiro

Ter uma solução é apenas o começo para uma startup; a dificuldade está em conectar tecnologia, mercado e problemas reais. É nesse ponto que atua o All Aboard, Programa de Residência de Edtechs do Instituto Sesi SENAI, criado para aproximar empresas do ecossistema de educação e inovação da rede.

Segundo Lucas Sousa, especialista em Desenvolvimento de Ecossistemas e Comunidades do Instituto e responsável pelo projeto, a missão foi aproximar as startups das demandas da Educação Profissional e Tecnológica. O mercado educacional possui ciclos de contratação e validação, e o All Aboard surge como ponte entre soluções inovadoras e demandas concretas.

A iniciativa, que está em seu terceiro ciclo, nasceu para ir além da ocupação de espaço. O princi-

pal ativo é a confiança construída entre startups e rede, criando relações que permanecem após a residência: “A ideia é que levem consigo novos contatos, aprendizados, possibilidades de negócio e, principalmente, o sentimento de pertencimento a uma comunidade”, ressalta.

Uma comunidade que gera negócios

No último ciclo, 83% das startups afirmaram que o programa superou suas expectativas, enquanto 100% disseram ter estabelecido conexões relevantes. Entre as entregas estão parcerias, aproximação com Sesi SENAI e conquista de clientes. Em receita, as empresas atribuíram à residência mais de R\$ 2,3 milhões em oportunidades, somados a cerca de R\$ 646 mil em economia de custos proporcionada pelos benefícios.

Com acesso a coworking, salas de reunião, eventos, laboratórios, prototipação, mentorias e parceiros, os empreendedores podem testar ideias e desenvolver seus negócios. “A comunidade passou a reunir parceiros estratégicos e especialistas que ampliam as possibilidades para os residentes. A lógica é criar um ambiente no qual conhecimento, tecnologia e mercado circulem com maior velocidade”, explica Lucas.

Edukativa: da residência à oportunidade

Essa dinâmica se reflete na trajetória da Edukativa, edtech com 17 anos de atuação e em seu terceiro ciclo consecutivo no All Aboard. Para o fundador, Romulo Afonso, as consultorias, mentorias e trocas com a equipe do SENAI ajudaram a validar estratégias.



Representantes do ciclo 2026/2027 do All Aboard reunidos na abertura do programa de residência



Rômulo Afonso, fundador da Edukativa, veterana que ingressa em seu terceiro ciclo no All Aboard

Com o suporte metodológico do programa, a Edukativa avançou na criação do CognusPlay, voltado para gamificação e engajamento escolar, e da plataforma Acessa, desenhada para apoiar Secretarias de Educação na implementação de diretrizes de educação inclusiva. “O programa fortaleceu nossa capacidade de inovar e desenvolver soluções conectadas às necessidades reais da educação”, destaca Romulo, apontando a conexão direta com o mercado como o grande diferencial.

Um novo ciclo de possibilidades

A próxima etapa do All Aboard amplia essa proposta com a parceria do SESI LAB, como ambiente de experimentação para soluções ligadas à educação, ciência, tecnologia, cultura científica e aprendizagem. O novo ciclo conta com 16 startups selecionadas: AcomH, Amplifica, Ato com Texto, Akwa Creative Lab, Crata, DUCIS, Ex-Devedor, Estude DF, Escreva, Edstation, Ideia Space, Intertela, Marie Inteligência Educacional, Plarte, Sign e Edukativa, além de parcerias com Mídia Inovação e Futurize.

Entre os projetos está a Marie Inteligência

Educacional, que desenvolveu uma assistente pessoal de ensino gamificada. A plataforma utiliza recursos de RPG para criar contexto prático aos conteúdos, aproximando o aprendizado da rotina dos estudantes. Para o fundador Rodrigo Guedes, estar dentro do SESI LAB é um divisor de águas:

“A grande vantagem é a exposição. O peso da instituição nos dá a autoridade necessária para ter qualidade e construir parcerias estratégicas”.

Com esse palco, o programa se consolida como espaço de testes e validação de tecnologias educacionais. “A expectativa é que as empresas encontrem um ambiente para testar soluções, interagir com diferentes públicos e construir novas possibilidades junto ao SESI LAB e ao próprio Instituto SESI SENAI de Tecnologias Educacionais”, destaca Lucas Sousa.

No fim, o All Aboard cumpre o significado de seu nome ao convidar diferentes atores à mesma jornada. Startups, educadores, instituições e investidores passam a compartilhar o mesmo percurso. Quando essa conexão funciona, a inovação deixa de ser promessa para se transformar em resultado.





***Educação acessível
começa com boas parcerias.***

Estude 

A EstudeDF

**conecta escolas e faculdades
parceiras, empresas e estudantes,
ampliando o acesso à educação**

**Nossa plataforma reúne instituições de ensino parceiras que
oferecem descontos nas mensalidades, criando oportunidades
para estudantes e fortalecendo a captação de novos alunos.**

Descubra. Busque. Compare. Encontre.



Incentivos educacionais
em escolas e faculdades
parceiras;



Descontos nas
mensalidades;



Plataforma exclusiva
para o Distrito Federal;



Sem cobrança de taxas
para renovação do
benefício.

Se sua instituição de ensino deseja ampliar sua visibilidade ou sua empresa busca oferecer benefícios educacionais, conheça a **EstudeDF** e faça parte dessa rede de oportunidades.



Acesse pelo
QR CODE



Fabio Lopes
61 99880-7617



Fabio Castro
61 99966-8435

Estude 

África: a nova fronteira dos negócios

Com população jovem, expansão do consumo, crescimento econômico e integração comercial, o continente africano desponta como uma das regiões mais promissoras para investimentos

Reportagem: Hulda Rode

Durante décadas, a África ocupou no imaginário econômico internacional um lugar associado à pobreza, conflitos e dependência. Essa imagem, porém, já não explica a realidade de um continente em profunda transformação econômica, demográfica e institucional.

O movimento pode parecer silencioso para o empresário brasileiro, mas não para os grandes investidores internacionais. China, Estados Unidos, Europa, Oriente Médio e outras economias asiáticas ampliam sua presença no continente, enquanto os países africanos avançam na integração de seus mercados.

A África tornou-se estratégica para quem procura mercados consumidores em expansão, população jovem, demanda por infraestrutura e oportunidades em alimentos, energia, saúde, tecnologia, educação e bens de capital.

Para Rômulo Neves, ministro-conselheiro na Embaixada do Brasil em Kigali, o principal equívoco do empresário brasileiro é não considerar o continente em suas análises de investimento. “O maior equívoco é não inserir o continente em suas planilhas de estimativa de retorno de investimentos”, afirma.

Ruanda mostra que transformação econômica exige planejamento, instituições, investimento e visão de futuro. E o continente africano exige do Brasil uma mudança de olhar



Segundo ele, os indicadores econômicos e geopolíticos apontam a África como uma das regiões mais promissoras do mundo. O crescimento é acompanhado pela expansão da classe média e do poder aquisitivo, enquanto a população jovem sustenta uma perspectiva de aumento da demanda por décadas.

Para o Brasil, há uma oportunidade particular: setores de tecnologia intermediária podem encontrar no continente mercados menos saturados que os europeus e norte-americanos. Agricultura, alimentos, máquinas, construção, saúde, educação e tecnologia estão entre as áreas com potencial.

Um continente em transformação

A transformação africana vai além do PIB. Envolve urbanização, digitalização, infraestrutura, integração comercial e formação de novos mercados consumidores.

A população jovem é um dos principais ativos. Enquanto economias desenvolvidas enfrentam o envelhecimento populacional, os países africanos concentram milhões de pessoas em idade produtiva e novos consumidores que ainda ingressarão no mercado.



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Rômulo Neves, ministro-conselheiro na Embaixada do Brasil em Kigali

Há desafios, como infraestrutura, financiamento, logística e diferenças regulatórias e culturais. Para Neves, porém, são dificuldades diferentes, não necessariamente maiores que as encontradas em outros mercados. “A diferença é que, quando avaliadas corretamente, podem vir acompanhadas de oportunidades proporcionais”.



Ruanda: o país da vez

Se a África representa uma nova fronteira econômica, Ruanda é um dos exemplos mais expressivos de como planejamento e visão de longo prazo podem alterar a trajetória de um país.

Pouco mais de três décadas depois do genocídio de 1994, que matou cerca de 800 mil pessoas em aproximadamente cem dias, o país construiu uma trajetória de reconstrução que chama a atenção de governos, organismos internacionais e investidores.

Para quem chega a Kigali esperando encontrar apenas as imagens associadas ao passado, a primeira surpresa é visual: limpeza, segurança, organização urbana, trânsito, calçamento e serviços. Mas a transformação vai além da aparência. “São duas surpresas complementares: a cidade só é organizada porque as pessoas são muito sérias”, observa Neves.

De acordo com o diplomata, Ruanda mantém há cerca de duas décadas crescimento econômico médio próximo de 8% ao ano e conseguiu combinar expansão da economia com melhoria na distribuição de renda.

O crescimento também não está concentrado em uma única atividade ou baseado em recursos naturais. Agropecuária, indústria e serviços avançam, apoiados por políticas públicas em educação, saúde e melhoria institucional. O país apresenta ainda indicadores favoráveis em combate à corrupção, regulamentação pública, governo eletrônico e Estado de Direito.

Para Neves, o resultado é consequência de uma estratégia estruturada, com ações de médio e longo prazo e integração entre diferentes áreas do governo para viabilizar investimentos.

Kigali como laboratório

A capital ruandesa traduz essa estratégia. Kigali combina organização urbana, segurança e digitalização em uma cidade que cresce rapidamente. Ruanda também aposta na integração comercial africana e teve papel relevante na articulação do acordo que criou a Área de Livre Comércio Continental Africana, ampliando a possibilidade de negócios para além das fronteiras nacionais.

Para o investidor, esse é um diferencial: embora Ruanda seja um mercado relativamente pequeno, pode funcionar como uma plataforma para acessar outros mercados africanos.

Onde estão as oportunidades?

Para empresas brasileiras interessadas no mercado ruandês, cinco setores aparecem com especial potencial:

AGROPECUÁRIA: Experiência brasileira em produção agrícola, tecnologia, equipamentos e cadeias de alimentos.

CONSTRUÇÃO CIVIL: Ruanda vive um forte ciclo de construção e ainda apresenta déficit habitacional, gerando demanda por materiais, equipamentos, engenharia e infraestrutura.

SAÚDE: Expansão dos serviços abre espaço para equipamentos, tecnologias, gestão e soluções especializadas.

TECNOLOGIA E INOVAÇÃO: A digitalização do Estado e a modernização dos serviços criam oportunidades para soluções tecnológicas.

EDUCAÇÃO: A expansão da educação abre espaço para tecnologias educacionais, formação profissional e serviços especializados.

ApexBrasil direciona empresas a novos mercados

A diversificação também entrou na agenda brasileira. O presidente da ApexBrasil, Laudemir Müller, anunciou uma ação extraordinária para atender 5.300 empresas impactadas pelo aumento de tarifas no mercado norte-americano, com investimento de R\$ 210 milhões nos próximos 12 meses.

A estratégia prevê atendimento individualizado e apoio financeiro para que empresas se preparem para novos mercados, inclusive na obtenção de certificações. A agência trabalhará com 36 mercados prioritários, entre eles Canadá, México, Alemanha, Turquia e destinos africanos como África do Sul, Nigéria e Etiópia, além de Indonésia, Cingapura, Índia e China.

Müller reforça que a exportação deve fazer parte da estratégia de desenvolvimento do país: “A exportação é um tema muito relevante para o desenvolvimento do Brasil, para a política econômica, para a nossa estabilidade e, principalmente, para a geração de emprego. “Exportar é possível para todo mundo. Para o pequeno e para o médio, também é possível. Mas, para isso, tem que se preparar, tem que pensar, tem que ter um bom plano de negócio, mas é possível. E por isso que nós estamos aqui, por isso que a ApexBrasil está aqui. Esse é o nosso trabalho, de ajudar nesse processo da exportação, inclusive de aumentar a cultura exportadora no Brasil”, comenta. 

O que fazemos por você:

Mais do que **contabilidade**, entregamos **tranquilidade** para você focar no crescimento.

Alteração contratual e **licenças de funcionamento**

Consultoria contábil para tomada de decisão

Estudo tributário para pagar menos impostos

Abertura de **empresa gratuita**

Regularização e **certidões negativas**

Folha de pagamento **simplificada**

Emissão de notas fiscais sem complicação

Tecnologia e proximidade para transformar sua contabilidade.

simples, **ágil** e segura!

contabilidade digital

Fale com a gente agora mesmo.

Escaneie o **QR Code**



Coalizão pelo Impacto Brasília lança Mapa Estratégico para impulsionar negócios sustentáveis no DF

Evento reuniu governo, empresas, universidades e empreendedores para o fortalecimento da economia de impacto na capital até 2031

Reportagem: Paulo Almeida **Fotos:** Bruno Souza



O encontro marcou o lançamento oficial do Mapa Estratégico 2027–2031 para fortalecer os negócios de impacto socioambiental e a agenda ESG no Distrito Federal

Lideranças ligadas à inovação, ao empreendedorismo e à sustentabilidade no Distrito Federal se reuniram no dia 6 de agosto para o lançamento do Mapa Estratégico 2027–2031 da Coalizão pelo Impacto Brasília. O documento estabelece prioridades para fortalecer os negócios de impacto no DF e ampliar a articulação entre

empreendedores, poder público, empresas, investidores, universidades e organizações da sociedade civil nos próximos cinco anos.

Realizado no SebraeLab, o encontro marcou uma nova etapa da atuação da Coalizão na capital federal. Além da apresentação das diretrizes estratégicas, a programação contou com painéis



Dani Estevam, coordenadora da Coalizão pelo Impacto Brasília

e dinâmicas participativas para identificar desafios e oportunidades, ampliar conexões, discutir fontes de financiamento e construir novas parcerias para o setor.

“A economia de impacto é fundamentada em negócios que possuem, em sua essência, a intencionalidade de solucionar desafios socioambientais. E o evento foi um importante espaço de colaboração. Conseguimos reunir lideranças estratégicas, incluindo representantes de ministérios e grandes empresas. Nossa expectativa é que, no próximo ciclo de planejamento, todos esses atores caminhem alinhados na construção de iniciativas voltadas ao fortalecimento da economia de impacto no DF”, destacou Dani Estevam, coordenadora da Coalizão pelo Impacto Brasília.

Entre as organizações que integram o conselho da Coalizão estão Insight Social, OndaSup, Triven, VerdeNovo, Impact Hub Brasília, CEUB, Instituto Sabin, Cotidiano, Universidade de Brasília (UnB), Sebrae-DF, Parque Tecnológico de Brasília (BioTIC), Sistema Fibra, Ubuntu, Instituto Autismos, Governo do Distrito Federal (GDF) e Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI).

Apoio para fortalecer o impacto

A Coalizão busca acompanhar os empreendedores em diferentes etapas da jornada, desde a identificação de oportunidades e a estruturação das ideias até a formalização jurídica, geração de receita, mensuração de impacto e consolidação do negócio. As capacitações contam com parceiros estratégicos e são oferecidas gratuitamente. Além dos ciclos de formação, a Coalizão mantém atividades online e promove o Impacto DF, encontro mensal realizado na terceira sexta-feira de cada mês, que reúne o ecossistema para dis-

cutir temas relevantes, estimular conexões e abrir espaço para que empreendedores apresentem seus negócios.

“Contamos com parceiros estratégicos, como o Sebrae, para viabilizar essas capacitações. Os programas são gratuitos e seguimos oferecendo formações online contínuas. Para participar das próximas rodadas, lançamos editais e chamadas públicas divulgados em nossas redes sociais e comunidades. O Impacto DF também é uma oportunidade para aproximar pessoas, discutir temas importantes para o setor e permitir que os negócios apresentem seus pitches”, explicou Dani Estevam.

Os resultados dessa articulação já podem ser percebidos em negócios que passaram pelos programas. A Tronik Recicla, voltada à logística reversa de resíduos eletrônicos, e a Dropsusten, empreendimento dedicado ao consumo sustentável, estão entre as iniciativas que ampliaram suas atividades após participarem de capacitações, mentorias e conexões promovidas pela Coalizão e seus parceiros.

A presidente do Instituto Autismos, Carol Steinkopf, também ressaltou a importância da iniciativa para fortalecer e dar visibilidade aos negócios de impacto. Há 11 anos, a instituição desenvolve ações de aprendizagem, pesquisa e inovação voltadas às pessoas autistas. “É muito difícil um negócio se reconhecer, sozinho, como um negócio de impacto. A Coalizão nos ajuda a entender esse papel, a transformar nossas ações e, principalmente, a mensurar os resultados, porque não existe impacto se você não consegue medi-lo. As capacitações, as trocas de experiências e a oportunidade de reunir, em um mesmo espaço, pessoas que empreendem com propósito fazem muita diferença”, destacou Carol. 



Vozes que transformam: mulheres e o poder de decisão

As mulheres sempre estiveram no centro do impacto social no Brasil. Estão nas comunidades, nos territórios, nas linhas de frente do cuidado, da escuta e da reconstrução de vidas atravessadas pela desigualdade. Sustentam iniciativas, articulam redes, mantêm projetos vivos mesmo em cenários de escassez. Ainda assim, quando observamos os espaços de tomada de decisão no terceiro setor, essa presença diminui drasticamente.

Há uma contradição silenciosa que precisa ser nomeada: as mulheres fazem o impacto acontecer, mas seguem sendo minoria nos lugares onde se decide o rumo dos recursos, das estratégias e das prioridades institucionais. Essa ausência não é fruto do acaso, nem da falta de competência. Ela é resultado de uma estrutura social marcada por desigualdades de gênero que atravessam também o campo social.

O terceiro setor não está isolado da sociedade que o constitui. Ele carrega, muitas vezes sem perceber, as mesmas hierarquias históricas que afirma combater. O cuidado base de grande parte das ações sociais foi culturalmente atribuído às mulheres e, por isso, pouco valorizado como competência estratégica. Já o poder de decisão, a gestão de recursos e a representação institucional foram, historicamente, associados ao masculino.

Essa lógica estrutural produz efeitos concretos. Mulheres encontram mais obstáculos para acessar financiamento, ocupar cargos de direção, integrar conselhos e serem reconhecidas como lideranças legítimas. Soma-se a isso a sobrecarga de múltiplas jornadas profissionais, familiares, comunitárias e emocionais que limita ainda mais as possibilidades de permanência e ascensão nos espaços de poder.

Ainda assim, quando mulheres lideram, os impactos são profundos. Elas tendem a construir organizações mais conectadas ao território, mais

colaborativas e comprometidas com soluções de longo prazo. Não se trata de uma liderança melhor ou pior, mas de uma liderança que nasce da escuta, do cuidado e da experiência concreta com as desigualdades que se busca enfrentar.

Reconhecer essa realidade não é acusar indivíduos, mas questionar estruturas. É compreender que a desigualdade de gênero no terceiro setor não será superada apenas com boa vontade, mas com intencionalidade. É preciso revisar práticas, abrir espaços, redistribuir poder e reconhecer que diversidade nas decisões fortalece o impacto.

Se desejamos um terceiro setor mais justo, diverso e comprometido com mudanças estruturais, precisamos enfrentar também suas próprias contradições. Precisamos de mais mulheres participando de conselhos, coordenando estratégias, assinando decisões e influenciando políticas de impacto social.

Precisamos de mais mulheres com poder de caneta. Precisamos reconhecer que fortalecer lideranças femininas não é concessão é estratégia de transformação.

Dar visibilidade a essas vozes é um passo fundamental para que o impacto social no Brasil seja, de fato, coerente com os valores que defende. Porque não há justiça social possível sem equidade de gênero nas decisões que moldam o presente e o futuro.

As mulheres sempre estiveram no centro do impacto social no Brasil. Estão nas comunidades, nos territórios e nas linhas de frente do cuidado, da escuta e da reconstrução de vidas atravessadas pela desigualdade. 

Paula Sales é Assistente social, empreendedora social, escritora e palestrante. Fundadora da Pazziti Treinamento, atua no desenvolvimento de pessoas, lideranças e organizações com foco em terceiro setor, ESG, diversidade, empreendedorismo e impacto social.



Metasense
Saúde e bem estar

Transforme sua **saúde** com
cuidado, ciência e acolhimento



AGENDE SUA CONSULTA

 **(61) 99267-8792**

Cuidamos da **saúde** dos nossos pacientes com
excelência e dedicação em cada especialidade



ENDOCRINOLOGIA



CLÍNICA MÉDICA



CARDIOLOGISTA

CLÍNICA METASENSE

Registro: 3416-DF

Diretor-Técnico-Médico: Dra. Jamilly Drago

CRM-DF: 11523

 @clinica_metasense

 Centro Clínico Cléo Octávio - SMHN Quadra
02 Bloco B, Consultórios 401 e 407 - Asa Norte

A força das comunidades:

Por que empresários brasileiros estão crescendo juntos

Em um mercado no qual produtos, preços e tecnologias podem ser rapidamente copiados, empresas descobrem que pertencimento, confiança e experiência são ativos cada vez mais difíceis de reproduzir

Reportagem: Hulda Rode

Durante muito tempo, crescer significava conquistar mercado, aumentar vendas e disputar espaço com a concorrência. Hoje, uma nova lógica começa a ganhar força entre as empresas brasileiras: crescer não apenas para as pessoas, mas com elas. Comunidades de consumidores, empreendedores, profissionais e admiradores de marcas estão se tornando ambientes de relacionamento, troca de conhecimento, influência e geração de negócios.

A mudança acompanha um consumidor mais conectado e menos disposto a estabelecer relações puramente transacionais. Seguir uma marca nas redes sociais já não significa pertencer a ela. Da mesma forma, reunir empresários em um grupo não basta para criar uma comunidade. O que diferencia esses ambientes é a existência de interesses compartilhados, confiança, participação e geração contínua de valor.

No varejo, essa transformação é especialmente evidente. Para Caio Camargo, especialista em inovação e gestão no varejo, preço e conveniência continuam sendo requisitos básicos, mas o pertencimento acrescenta uma dimensão mais difícil de copiar. “Seguidores formam audiência. Um programa de fidelidade oferece recompensas. Comunidade existe quando as pessoas se relacionam com a marca e também umas com as outras”, explica.

Essa mudança transforma o consumidor em participante. Ele passa a opinar, recomendar, influenciar produtos e até participar de novos lançamentos. Para Camargo, o desafio está em compreender que comunidade não se constrói com uma campanha isolada, mas com coerência, escuta e frequência.

A lógica também altera a própria jornada de

compra. O consumidor descobre, compra, avalia, recomenda e pode voltar a participar de um novo ciclo. O varejista deixa, portanto, de ser apenas o responsável pelo estoque e passa a organizar uma rede que reúne clientes, vendedores, marcas, parceiros e produtores de conteúdo.

Natura, Chilli Beans e Magalu são exemplos de empresas que avançaram nessa direção, cada uma a seu modo. Mas Camargo faz uma ressalva importante: “Todo ecossistema pode criar comunidade, mas nem todo ecossistema é uma comunidade”. Sem troca, participação e identidade compartilhada, existe apenas distribuição e conveniência.

O negócio nasce da relação

No universo empresarial, a comunidade ganha outra dimensão: torna-se um ambiente para conexões estratégicas e geração de oportunidades. Para Alfredo Soares, fundador do G4, a qualidade desse ambiente depende de elementos que muitas vezes são ignorados na tentativa de criar redes de relacionamento: agenda, curadoria, cadência e liderança.

Uma comunidade precisa ter assuntos relevantes, discussões qualificadas e pessoas capazes de conduzir essas conversas. A informação, entretanto, é apenas o ponto de partida. Para Alfredo, ela precisa ser transformada em conhecimento e, posteriormente, em algo aplicável, capaz de gerar ação.

Por isso, a escolha de quem participa também é determinante. Interesses alinhados, regras claras e um ambiente seguro favorecem conversas mais profundas e relações de confiança. O objetivo não deveria ser reunir pessoas para vender umas às outras, mas criar condições para que oportunidades surjam naturalmente.



Caio Camargo, especialista em inovação e gestão no varejo



Alfredo Soares, fundador do G4



Thaís Bittencourt, profissional de vendas

FOTOS: DIVULGAÇÃO

“É diferente de você criar um grupo de empresários para as pessoas venderem. O nome disso é feira, é evento. Uma comunidade é relacionamento, convivência, confiança, informação e negócio”, resume.

Nesse cenário, ganha força um comportamento que Soares define como ser “mais interessante do que interesseiro”. Pessoas que compartilham conhecimento, interesses e experiências tendem a construir relações mais consistentes do que aquelas que entram em uma comunidade pensando exclusivamente no que podem vender.

A produção de conteúdo também se transforma em ferramenta de conexão. Não apenas conteúdo sobre o produto ou serviço, mas sobre quem está por trás dele, seus valores, experiências e caminhos. A reputação deixa de ser construída somente pelo que uma empresa oferece e passa a incorporar aquilo que ela representa.

A experiência antes da venda

Se Caio Camargo aponta o pertencimento e Alfredo Soares destaca confiança e geração de valor, Thaís Bittencourt, profissional de vendas, coloca o foco na experiência cotidiana do consumidor. Para ela, as pessoas não se conectam verdadeiramente com um produto ou serviço, mas com aquilo que vivenciam em contato com a marca.

A busca é por acolhimento, identificação e pertencimento. Por isso, uma marca consolidada precisa olhar para além da comunidade que criou e considerar sua cultura, seus valores e a experiência oferecida em todos os pontos de contato.

No Brasil, algumas empresas já trabalham essa estratégia de forma consistente. A Dengo transforma o chocolate em uma experiência por meio da valorização de matérias-primas brasileiras, degustações, eventos e ações sensoriais. A Natura conecta produto, biodiversidade e preservação da Amazônia em uma narrativa que se estende

às suas campanhas e relações com o público. Já o Kanoe Restaurant, em São Paulo, integra gastronomia, ambiente, atendimento e cultura japonesa em uma experiência de marca coerente.

Para Bittencourt, o caminho começa por dois fundamentos: propósito e compreensão profunda da persona. A partir deles, a empresa consegue definir canais, linguagem e experiências capazes de transmitir confiança e autenticidade.

E a relação não termina na compra. O pós-venda, a personalização e a constância são fundamentais para transformar uma experiência pontual em vínculo. “Não se trata de criar uma comunidade ou uma experiência de forma forçada, mas de construir relações verdadeiras, com personalidade, coerência e propósito”, afirma.

Crescer junto

O fenômeno das comunidades revela, portanto, uma transformação mais profunda na maneira como empresas constroem valor. O cliente já não precisa ser apenas o destinatário de uma estratégia comercial. Pode ser participante, influenciador, parceiro e até produtor de novas oportunidades.

Para os pequenos negócios, essa lógica pode representar uma vantagem ainda maior. Como observa Caio Camargo, a proximidade é um dos grandes ativos do pequeno varejista. Não é preciso começar com uma plataforma sofisticada ou uma estrutura tecnológica complexa. É preciso ter um motivo verdadeiro para que as pessoas voltem, participem e tragam outras pessoas.

No ambiente empresarial, a mesma lógica se aplica. Comunidades fortes não são construídas pela quantidade de integrantes, mas pela qualidade das conexões. E, quando relacionamento gera confiança, confiança produz conhecimento, conhecimento gera oportunidades e oportunidades podem se transformar em negócios. 



Inteligência Artificial e liderança: quando o erro não está na resposta, mas no pedido

Por que algo que parecia tão claro, gera respostas diferentes do esperado? Essa pergunta tem surgido com frequência no uso da inteligência artificial (IA), mas não é nova para quem lidera pessoas. Quando o pedido é feito com base em suposições, o risco está na sua formulação, não só na resposta.

Ao utilizar a IA nas mentorias com líderes, percebi um novo padrão: seus pedidos eram amplos e pouco contextualizados, gerando respostas pobres. A reação era imediata: a ferramenta “não funciona”, “não entende”, “não serve”. O que raramente entra em análise é o pedido em si.

A IA não interpreta intenção, nem supõe contexto. Ela só responde ao que foi dito e o comando confuso, gera execução imprecisa. Da mesma forma que um *prompt* genérico não funciona para a IA, pedidos genéricos também não funcionam com os colaboradores, mesmo que, acreditemos que sim.

Esse comportamento expõe algo que acontece há décadas nas organizações: muitos líderes operam por suposição, achando que o outro entendeu o “óbvio” deles, ou que perguntar demonstra fragilidade. O silêncio do colaborador é lido como concordância, quando muitas vezes é apenas confusão, medo ou vergonha de perguntar.

Perceba que relações humanas funcionam por pactos relacionais e são ajustáveis, interpretáveis, carregados de nuances. Sistemas de IA funcionam por contratos contextuais: explícitos, literais, sem margem para leitura implícita. Quando a liderança espera que pessoas “adivinhem” o que foi pedido, está operando com a mesma lógica equivocada de quem espera da tecnologia algo que não foi nomeado.

O ponto central é comportamental: a frustração nasce menos da resposta recebida e mais da

expectativa de que o outro compreenda além do que foi comunicado.

O espelho que a IA nos oferece das relações é sobre comunicação: ao retirar o amortecedor social, ela evidencia o quanto ainda confundimos intenção com instrução, boa vontade com clareza, autoridade com entendimento compartilhado.

Um desafio prático para você, leitor é: antes de revisar a execução, vale revisar o pedido. Antes de cobrar resultado, vale perguntar o que foi entendido. E antes de atribuir falhas ao outro: humano ou sistema, vale se questionar: o que, de fato, eu deixei claro? 

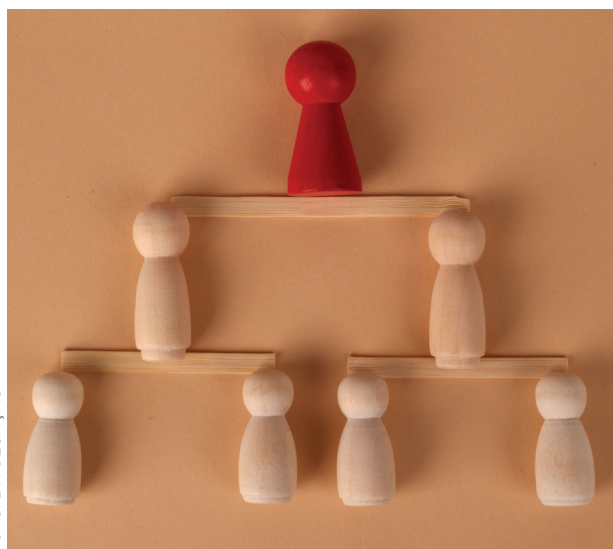


FOTO: DIVULGAÇÃO

Cassiana Martins é Gaúcha, psicóloga corporativa, diretora da Pono Treinamentos e Desenvolvimento Humano, escritora, palestrante internacional, certificada com selo ODS ILN, desenvolvendo lideranças no Brasil e no mundo.

A boa notícia é a **SUA MARCA!**

Anuncie na
Revista Escreva
e conecte-se com
um ecossistema
que alcança mais
de 20 milhões de
brasileiros.



www.revistaescreva.com.br



comercial@escrevalivros.com.br



+ 55 (61) 2193-1280
+ 55 (61) 98401-4434

 **Escreva**



Ginga Afrotech Hub: Quando inclusão vira estratégia de inovação

Programa do Sebrae for Startups amplia o acesso de empreendedores negros a capital, conhecimento, mercados e redes, criando condições para que negócios cresçam e ocupem novos espaços no ecossistema de inovação

Reportagem: Da Redação **Fotos:** Argel do Valle

Durante muito tempo, inovação, tecnologia e empreendedorismo foram territórios marcados por barreiras de acesso. É nesse cenário que atua o Ginga Afrotech Hub, iniciativa do Sebrae for Startups, com execução da Darwin Startups, criada para reduzir desigualdades estruturais e ampliar a participação de fundadores negros no ecossistema de inovação brasileiro.

Mais do que acelerar empresas, o programa aposta na construção de um ambiente em que empreendedores negros possam acessar conhecimento, conexões, mercados e oportunidades — e, principalmente, desenvolver autonomia para conduzir seus negócios. “O objetivo é que empreendedores negros não apenas acessem esse ecossistema, mas o liderem”, afirma Bruno Brígida, gestor estadual do Ginga Afrotech Hub no Sebrae-SP.

A jornada é organizada de acordo com o estágio de maturidade de cada negócio. No Ginga Ideias,

empreendedores trabalham a construção da primeira versão da solução, validando hipóteses, refinando a proposta de valor e transformando uma ideia em um MVP. O Ginga Prototipa atende negócios com MVP em desenvolvimento ou validação, com foco em testar a solução junto ao cliente pagador, estruturar o modelo de negócio e avançar em direção às primeiras vendas. Já o Ginga Imerso é destinado a startups com produto validado, vendas ativas e faturamento recorrente, preparando-as para ganhar tração, estruturar a operação comercial e buscar investimentos.

A proposta parte de uma premissa importante: negócios diferentes precisam de caminhos diferentes. Para Camila Nunes, catalisadora do programa, um dos grandes diferenciais do Ginga está justamente em não colocar todos os empreendedores sob a mesma lógica de desenvolvimento. “O Ginga não parte da pergunta ‘como fazer esse negócio



Encerramento do ciclo 2026 do Ginga Imerso: empreendedores celebram uma jornada de desenvolvimento, conexões e amadurecimento dos negócios, fortalecendo uma rede de inovação e protagonismo negro

crescer?’, mas ajuda a responder ‘o que esse negócio precisa agora para conseguir crescer?’”, explica.

Na prática, essa abordagem permite acompanhar empresas em momentos bastante distintos. Algumas ainda estão estruturando a ideia; outras já possuem clientes, produtos e operação. Há negócios de base tecnológica e também empreendimentos tradicionais com potencial de escala. Ao longo da jornada, segundo Camila, o conhecimento deixa de ser apenas orientação e passa a se transformar em prática: empreendedores testam novas estratégias, ajustam posicionamento, repensam vendas e retornam ao processo com resultados concretos.

É justamente essa mudança de postura que ela considera uma das principais transformações observadas. O empreendedor deixa o “eu acho que...” para chegar ao “eu testei, aconteceu isso e agora preciso decidir o próximo passo”. O ganho, portanto, não está apenas na evolução da empresa, mas na capacidade de quem está à frente dela tomar decisões melhores.

A mentora Elizabeth Alcantara também identifica essa transformação. Para ela, ideias e desafios que inicialmente aparecem de maneira dispersa ganham clareza, estrutura e intencionalidade. Os participantes passam a reconhecer melhor suas prioridades, diferenciais e próximos passos, desenvolvendo mais segurança e autonomia.

Essa transformação acontece em um ambiente que também valoriza identidade e pertencimento. “Um dos principais diferenciais do GINGA é ser um programa construído e conduzido por pessoas negras da própria comunidade”, destaca Elizabeth. Para ela, a representatividade amplia a identificação e a confiança e permite que os desafios dos empreendedores sejam compreendidos a partir de suas próprias realidades.

Consolidação

De acordo com Bruno, os resultados ajudam a dimensionar o alcance da iniciativa. Historicamente, o GINGA já alcançou mais de 530 startups e contribuiu para a geração de mais de 345 empregos. No primeiro semestre do último ciclo, foram mais de 300 participantes impactados, 200 startups aceleradas, mais de 1.000 horas de



Bruno Brígida, gestor estadual do GINGA Afrotech Hub no Sebrae-SP

mentoria e 30 eventos integrados, fortalecendo negócios no mercado nacional e criando caminhos para a internacionalização.

Entre os negócios que passaram pelo programa estão Delivery das Favelas, Tech For Us, Implementados, Bublare, Water-

Pin, AfricasPlay, Ijoba, DCO Finance e Papel que Transforma. Um exemplo recente é a SolarCool, Energytech fundada pelo haitiano Abellard Christley Mainviel. Na avaliação do programa, a jornada foi decisiva para transformar uma solução técnica de carregamento solar em um modelo de negócio mais estruturado, refinando sua proposta de valor e aproximando-a de conexões estratégicas.

“Para os próximos ciclos, a ambição é ampliar ainda mais esse impacto. O GINGA estuda modelos de investimento, recursos não reembolsáveis e possibilidades de aportes em equity, além de iniciativas de crédito que possam garantir maior autonomia e dedicação aos empreendedores”, comenta Bruno.



GINGA EM NÚMEROS

- +530 startups participantes
- +345 novos empregos gerados
- 200 startups aceleradas no último ciclo
- +1.000 horas de mentoria
- 30 eventos integrados no primeiro semestre do último ciclo

A jornada das startups dentro do GINGA

O programa é dividido por estágios de maturidade, exigindo dedicação mínima de 6h semanais nas fases avançadas:

GINGA IDEIAS

Para quem está na fase de ideação e construção do MVP.

GINGA PROTOTIPA

Para negócios com MVP em desenvolvimento ou validação e em busca das primeiras vendas.

GINGA IMERSO

Para startups com produto validado, vendas ativas e faturamento recorrente, prontas para ganhar tração e buscar investimentos



Quando fazer melhor já não é suficiente



FOTO: DIVULGAÇÃO

Há alguns anos, falar em transformação parecia discutir o futuro. Hoje tenho a sensação de que o futuro decidiu chegar antes do combinado.

Novas formas de trabalho, automação, Inteligência Artificial, clientes que mudam de comportamento mais rápido do que os produtos conseguem acompanhar. Não é só tecnologia mudando. É a lógica de como as organizações funcionam e geram valor.

Isso cria um desconforto para quem lidera. Durante décadas, a gestão nos ensinou a melhorar: padronizar, reduzir desperdício, ganhar produtividade. Continua importante. Mas existe uma

pergunta que precede essa disciplina: aquilo que estamos melhorando ainda deveria continuar sendo feito assim?

Já mapeei processos em organizações grandes o suficiente para ter certeza disso, e confesso que também já demorei demais para questionar um processo que eu mesmo tinha ajudado a deixar mais eficiente. Em um desses projetos, identificamos 316 processos. Um em cada cinco não precisava de melhoria, precisava ser extinto. E seguiam recebendo investimento, treinamento, indicador, ano após ano. A eficiência é traiçoeira: não pergunta se vale a pena, só pergunta como fazer melhor o que já decidimos fazer.

O mesmo vale para nós.

Experiência e domínio técnico continuam tendo peso, mas não garantem relevância sozinhos. Já vi profissionais muito bons terem dificuldade em desaprender. Aquilo que nos trouxe até aqui cria segurança, e a segurança nem sempre convive bem com questionar o que sabemos.

Tecnologia entra nessa história como acelerador, não como origem. A Inteligência Artificial amplia o que uma organização já é. Se a direção está certa, ajuda a chegar mais rápido. Se está errada, ajuda a errar mais rápido também.

Talvez transformar tenha menos a ver com prever o futuro e mais com rever, continuamente, o que fazemos e por quê.

Porque o maior risco, em períodos como este, não é ficar para trás. É seguir em frente, com competência e convicção, numa direção que já deixou de fazer sentido. 📌

Ulisses Sampaio é Empresário, professor, consultor e especialista em Gestão de Processos, Transformação Organizacional e Inteligência Artificial. Fundador do Universo BPM, criador do Método ATIA e referência nacional em inovação, automação e desenvolvimento de profissionais na área de gestão.

Pires e Farias

ADVOGADOS & ASSOCIADOS

DIREITO DA FAMÍLIA | DIREITO PREVIDENCIÁRIO | DIREITO TRABALHISTA
DIREITO DO AGRONEGÓCIO | REGULARIZAÇÃO FUNDIÁRIA | DIREITO CRIMINAL
DIREITO TRIBUTÁRIO | DIREITO ELEITORAL



🌐 www.piresefariasadvogados.com.br

✉ piresefariasadvogadosassociados@gmail.com

📞 + 55 (61) 99682-2955 | 99256-8540 | 99819-8333 | 3203-7947

Estamos exigindo demais do nosso cérebro?

Estresse, distrações e pressão por resultados podem afetar funções essenciais para a alta performance

Reportagem: Andreza Nunes

Vivemos cercados de estímulos a todo o momento. A necessidade de produzir, responder e tomar decisões rapidamente se mistura às telas, notificações e excesso de informações. O que parece apenas uma questão de esforço para manter o foco e a criatividade envolve algo mais profundo: o nosso cérebro também tem limites.

Segundo a neurologista Dra. Ana Kariny, o cérebro avisa antes de chegar ao limite, mas as pessoas costumam ignorar os sinais. Falhas na

memória de trabalho, dificuldade de manter a concentração, mente vagando, problemas para seguir instruções com várias etapas e sono não reparador são alguns dos sinais que devem ser vistos como alerta.

Pesquisas conduzidas por Ivanka Savic, do Karolinska Institutet, encontraram alterações em estruturas cerebrais associadas ao estresse em pessoas submetidas a estresse ocupacional crônico. Na prática, isso ajuda a entender por que a expo-

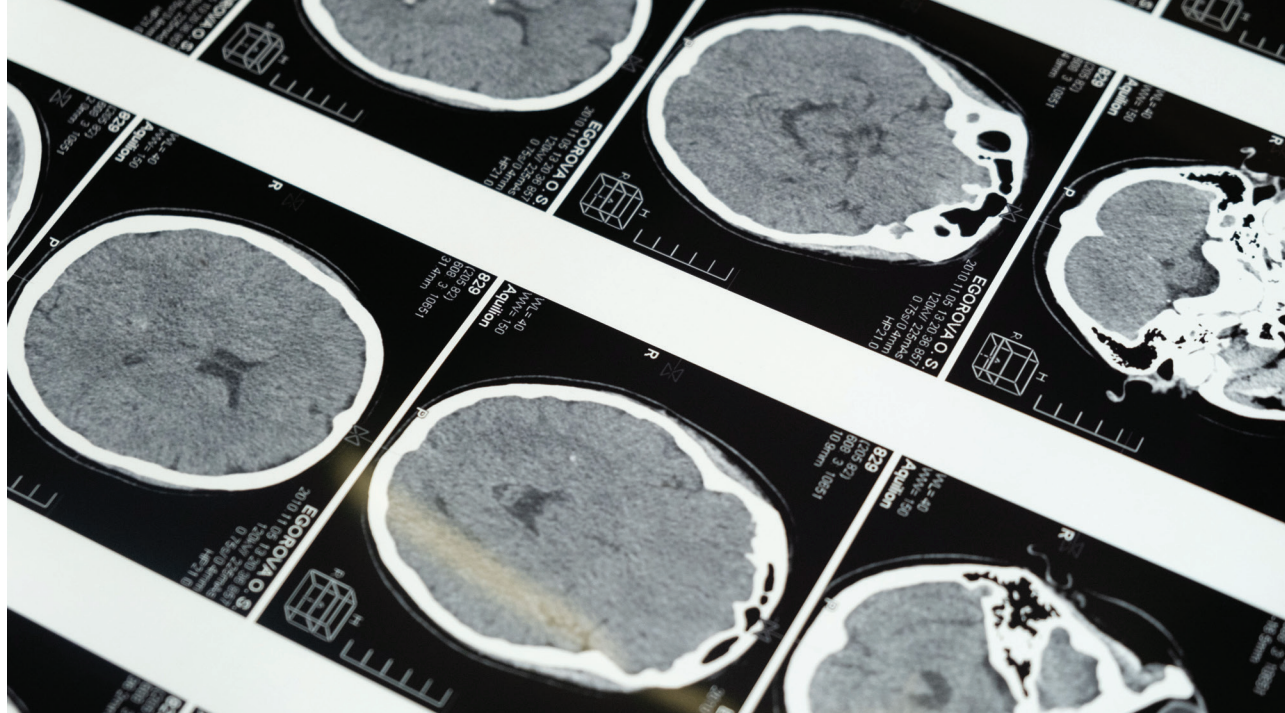


Gustavo Marcarini, criador do Método F.I.X.E.R



Dra. Ana Kariny, médica neurologista

FOTOS: DIVULGAÇÃO



O cérebro dá sinais de sobrecarga

sição prolongada ao estresse pode afetar funções importantes para o desempenho, como planejar, controlar impulsos e tomar decisões.

E a pressão não vem apenas das demandas de trabalho. O ambiente hiperconectado, as micro-decisões, como responder ou não a uma mensagem, a presença do celular mesmo sem uso, também disputam constantemente a nossa atenção. Para profissionais e líderes, que precisam se manter focados sob pressão, filtrar esses estímulos se torna ainda mais importante, pois o desafio não é somente a quantidade de tarefas.

Ainda que a sensação seja de produtividade, isso não significa necessariamente produzir com qualidade. Um estudo de 2009, de Ophir, Nass e Wagner, associou o uso de múltiplas mídias a uma dificuldade maior de bloquear informações que não tinham relação com a tarefa em andamento, ficando mais propensos a estímulos e pensamentos irrelevantes. “O cérebro perde a capacidade de filtrar o que realmente importa”, explica a neurologista Ana Kariny.

Do ponto de vista neurológico, preservar a atenção é fundamental para manter o desempenho, e na prática isso também significa reconhecer os limites que o corpo impõe. Para o escritor e pesquisador em saúde mental, Gustavo Marcari, saúde, liderança e performance estão diretamente relacionadas.

Por quase 19 anos, Gustavo conviveu com uma doença cardíaca rara, período em que lidou na prática com o medo, a incerteza e também com os limites do próprio corpo. Através de sua expe-

riência nasceu o Método F.I.X.E.R. (Fé, Iniciativa, Xadrez Mental, Esforço, Resiliência), “é uma forma estruturada de transformar o que aprendi sobrevivendo em algo replicável para quem enfrenta desafios extremos, na saúde, na carreira ou na liderança”, diz o pesquisador.

Em seu método, foi observado melhoras significativas para líderes e suas equipes. Um líder que reconhece o cansaço e o desgaste como sinais operacionais, sai da reação para a clareza, reconhece limites, toma decisões mais conscientes e compreende melhor sua equipe. Como consequência, a relação de confiança se fortalece e os efeitos ultrapassam o ambiente profissional, chegando também à vida pessoal.

“Isso muda o clima [...] a equipe se sente mais segura, valorizada e mais à vontade para trazer problemas cedo, antes que virem crise. Fora do trabalho, esse líder se torna uma pessoa mais leve de conviver, mais presente, menos no automático...”, finaliza Gustavo.

A atualidade nos leva a associar alta performance à capacidade de cumprir muitas funções ao mesmo tempo, sempre na “correria”, como costumamos dizer hoje em dia. Nesse ritmo, nem sempre paramos para pensar em como essas demandas estão sendo entregues e muito menos como estamos nos sentindo.

Corpo e mente nos dão sinais e deixam claro que alta performance não é exigir mais do cérebro, mas entender como ele funciona, reconhecer seus limites e criar condições para sustentar um bom desempenho a longo prazo. 



NUTRIÇÃO SEM RESTRIÇÃO

Fernanda Cirqueira

Um diagnóstico, uma nova profissão, uma nova missão

Há sete anos, uma frase reorganizou a minha vida: "sua filha tem diabetes tipo 1". De um dia para o outro, precisei aprender aquilo que a faculdade só havia explanado abreviadamente — e descobri que existiam pouquíssimos profissionais com experiência real no assunto. Faltava essa referência, então decidi me tornar uma. Mudei o rumo da minha carreira para cuidar dela e, com o tempo, de muitas outras famílias com a mesma situação.

Para cuidar, precisei entender a fundo. O diabetes tipo 1 é uma doença autoimune: o próprio corpo destrói as células que produzem insulina, o hormônio que leva energia para dentro de cada célula. Convivendo com isso todos os dias, comecei a enxergar uma engrenagem que passa despercebida para quase todo mundo — a mecânica invisível que sustenta a nossa energia.

E é exatamente aqui que a minha história encontra a sua, mesmo que você nunca tenha ouvido falar em glicemia. No caso da minha filha, a insulina simplesmente deixou de existir. No seu, ela provavelmente ainda é produzida — mas pode estar sendo ignorada pelo próprio corpo, um quadro que chamamos de resistência à insulina. Noites mal dormidas, estresse constante e ultraprocessados fazem as células responderem cada vez menos ao hormônio. Some a isso mitocôndrias sobrecarregadas — as usinas que geram energia dentro de cada célula — e você tem a explicação para aquela queda de rendimento das três da tarde, a névoa mental e o cansaço que nenhum café resolve.

São extremos opostos de um mesmo eixo: a energia. A minha filha me ensinou a respeitar a insulina porque ela falta; eu quero te ensinar a respeitá-la antes que comece a faltar.

Energia não é força de vontade, é biologia. E quem empreende, cria e lidera vive vendendo exatamente isso, energia, talvez, sem nunca ter aprendido a cuidar da própria fonte. É sobre essa fonte que pretendo conversar com você, coluna

após coluna: com ciência traduzida e escolhas simples que já cabem no seu amanhã, como mudança de pequenos hábitos ali



FOTO: JOÃO PEDRO EYMARD



Fernanda Cirqueira é Nutricionista clínica (CRN1-4091), especialista no atendimento a pessoas com diabetes tipo 1 e 2. Atua com foco em nutrição funcional, esportiva, materno-infantil e gastroenterologia, oferecendo acompanhamento integral e individualizado para promover saúde e qualidade de vida.

bueno.

móveis & decorações

Aluguel de mobiliário e decoração de
eventos autênticos e sustentáveis

universo

Ecosistema de negócios que conecta e
capacita +1.000 empresas de eventos



FRED CINTRA
FOTOGRAFIA

Retratando essências em casamentos,
eventos corporativos e negócios

**arena
noivas**

Maior exposição de casamentos
do Brasil há 5 anos

Michelle Cintra

CEO & Founder

michellecintra.co 





COACHING

Nadir Paes

Lugar de gente feliz



FOTO: DIVULGAÇÃO

Durante muito tempo, foi assim que se pensou que deveria ser: pressionar, controlar e cobrar para conseguir grandes resultados. Hoje em dia, isso não se sustenta mais. As melhores empresas perceberam que pessoas felizes, respeitadas e valorizadas trabalham com mais paixão, inovação e dedicação.

Felicidade no trabalho não é a ausência de problemas ou um lugar onde tudo é maravilhoso o tempo todo. É cultivar uma cultura onde as pessoas sejam capacitadas a sentir que pertencem, que têm propósito, que são reconhecidas e que têm espaço para florescer em seus talentos. Quando confiança, respeito e colaboração fazem parte da cultura cotidiana, o desempenho não é mais uma obrigação, mas uma consequência.

A Psicologia Positiva já comprova que um ambiente emocionalmente saudável favorece a inovação, fortalece a resiliência e amplia o engajamento. Ao mesmo tempo, diminui conflitos, absenteísmo, adoecimento emocional e rotatividade, trazendo benefícios tanto para as pessoas quanto para o negócio.

Nesse contexto, a liderança assume papel central. O líder é, portanto, quem não apenas gerencia processos, mas também inspira, desenvolve pessoas e influencia a cultura organizacional. A maneira como o líder comunica-se, reconhece, apoia e lidera equipes pode tornar o ambiente de trabalho um lugar de verdadeiro desenvolvimento e realização.

Empresas que investem em desenvolver líderes capacitados colhem frutos sustentáveis. Reforçam a confiança, incentivam a colaboração, desenvolvem equipes de alto desempenho e constroem organizações mais humanas, inovadoras e competitivas.

Criar um lugar de gente feliz é uma decisão estratégica. É entender que o maior patrimônio de uma empresa são as pessoas e que ambientes saudáveis fazem os indivíduos florescerem e a organização prosperar.

Sua empresa está pronta para dar esse passo?

Investir em um Programa de Liderança Positiva significa desenvolver líderes com o poder de criar equipes mais engajadas, saudáveis e produtivas. Quando o líder inspira pelo exemplo e cria um ambiente em que as pessoas podem prosperar, os resultados não são mais apenas números. Eles se tornam a consequência natural de uma cultura forte, humana e sustentável. 

Nadir Paes é Consultora, coach e mentora empresarial para líderes e empresários. Psicóloga Positiva, especialista em liderança, gestão de pessoas e Cultura, inteligência emocional, felicidade e saúde corporativa. Possui mais de 30 anos de experiência em Recursos Humanos em grandes empresas nacionais e multinacionais.



Engajando pessoas e empresas



A CA Pro Consultoria e Treinamento em RH é sua parceira estratégica para o sucesso do seu negócio. Ajudamos você a atrair, desenvolver e reter os melhores talentos, impulsionando a produtividade e criando um ambiente de trabalho positivo e engajador.



Recrutamento e Seleção



Programa de Estágio



Consultoria Estratégica de RH



Desenvolvimento de Liderança



61 99338-8989



@claudiaabel.rh





De dentro para fora

Quando recebi o convite para começar a escrever esta coluna, fiquei refletindo no que escrever... em um mundo com excesso de informação e conteúdo, o que faria uma pessoa parar e dedicar o seu maior tesouro, que é o tempo, a ler estas linhas?

Decidi que não viria aqui para te ensinar nada. Prefiro pensar nestes encontros mensais como uma conversa, eu e você. E gostaria de começar com uma reflexão: e se o que realmente importa fosse o que estamos vivendo por dentro?

Reparo isso o tempo todo: a mesma situação acontece com pessoas diferentes, e cada uma sai dali de um jeito, porque não é o fato que determina o resultado, mas como cada uma vive aquilo por dentro.

Existe algo simples e, ao mesmo tempo, revolucionário: aquilo em que colocamos nossa atenção cresce. Se passo o dia reparando no que está errado, no que falta, no que me decepciona, é isso que se multiplica dentro de mim, e é isso que devolvo para o mundo. Mas se treino o olhar para notar o que tenho a aprender com o que me acontece, buscando encontrar o belo, o bom e o justo, mesmo em meio ao caos, alguma coisa se transforma. Não porque o mundo lá fora mudou, mas porque eu mudei o lugar de onde olho para ele.

Muitos talvez digam que é ingenuidade. Mas prefiro olhar como sendo amor-próprio em ação. Ao cuidar primeiro do meu mundo interno, tenho a possibilidade de escolher o estado interno com o qual vou responder ao que me acontece. Outro dia, recebi uma mensagem seca de alguém que eu amo, sem explicação. Meu estômago apertou, e eu já tinha inventado uma história inteira sobre o que tinha feito de errado. Antes de responder, percebi que tinha uma escolha: alimentar aquela história, ou respirar e perguntar o que se passava. Escolhi perguntar, e não tinha nada a ver com a história que eu estava me contando internamente. Percebo que tudo o que vivemos por dentro, cedo ou tarde, se reflete fora.

Quero te convidar a refletir comigo, todos os meses, de dentro para fora. Quero usar este espaço como você usaria um caderno de reflexões ao lado de alguém de confiança: sem pressa, sem fórmula, só pausa, só olhar para dentro.

E te deixo com uma pergunta para começarmos: o que você tem escolhido enxergar, ultimamente, no mundo à sua volta? 

Luciana Barbosa é psicóloga, escritora, mentora e autora do livro "O que você quer de verdade?". Ex-atleta de alto rendimento e mãe de cinco filhos, hoje se dedica a ajudar pessoas a transformar escolhas conscientes em uma vida com mais sentido.

FOTO: DIVULGAÇÃO



Kora Saúde

Com o propósito de incentivar a leitura e formação de novos autores, a Escreva é conveniada com a maior rede hospitalar privada do Espírito Santo, Ceará e Tocantins.

Presentes ainda no Mato Grosso, Distrito Federal e Goiás, e planejamos crescer cada vez mais, trazendo avanços tecnológicos, qualidade e resultados sólidos para a saúde e as pessoas em todo o Brasil.

Por meio do Escreva Clube, colaboradores e dependentes terão vantagens:

- Desconto de 15% na compra de livros.
- Desconto de 12 em treinamentos literários e serviços editoriais.
- Parcelamento em até 10x no cartão de crédito.





O indicador que falta

Aprendemos a medir tudo no financeiro: faturamento, margem, produtividade, crescimento. O que sustenta esses números, porém, segue sem indicador: o fator humano.

E fator humano não é sinônimo de "bem-estar". É liderança, confiança, autonomia, segurança psicológica e organização do trabalho. Subjetivo, sim. Impossível de avaliar, não!



Atendo donos de empresa e tomadores de decisão. No consultório escuto o que raramente chega à reunião de diretoria: a pressão, a solidão da decisão, o medo de errar e a certeza de que demonstrar fragilidade custa autoridade. Nas empresas, encontro o mesmo material do outro lado, traduzido em rotatividade, conflito e adoecimento. É a mesma mesa, vista de dois lugares.

Aquilo que o líder não reconhece em si costuma aparecer na equipe. Um gestor agressivo constrói um time que evita confrontá-lo. E uma empresa em que ninguém contradiz o líder perde um mecanismo de governança: sem contraponto, erros deixam de ser apontados, práticas ultrapassadas permanecem e boas ideias morrem antes da decisão.

Acompanhei uma organização com enorme distância entre o discurso da liderança e o que de fato se cumpria. Na psicologia, chamamos isso de dissonância cognitiva. No mundo corporativo, de gap entre discurso e prática. A equipe, menos preocupada com nomenclatura, chama de uma coisa só: não dá para confiar. E aprendeu rápido, passando a entregar apenas o necessário. Trabalhamos comunicação nessa empresa e o gargalo apareceu logo: não se muda o comportamento das pessoas mantendo intacto o sistema que produz o comportamento.

É aqui que muitas empresas erram. Tentam corrigir no colaborador o que nasce na cultura, na liderança ou no desenho do trabalho.

Medir o fator humano não é encontrar um número mágico. Observe os padrões: rotatividade, absenteísmo, conflitos, retrabalho, afastamentos, denúncias, sobrecarga, falta de autonomia... Não por acaso, é essa a lista que a gestão de riscos psicossociais pede que a empresa acompanhe.

O financeiro mostra o resultado que chegou. O fator humano explica de onde ele veio e antecipa para onde a empresa está indo.

A pergunta deixou de ser "estamos entregando o resultado?". A gestão madura precisa perguntar também: a que custo esse resultado se sustenta, e por quanto tempo. 

Keli Rodrigues é neuropsicóloga, empresária, escritora e especialista em Neurobusiness. Dedicou sua trajetória à compreensão do comportamento humano e de seus impactos nas decisões, na liderança, na saúde e no desenvolvimento dos negócios. É sócia fundadora da B²Mind Consultoria.

TUTU



Tutu, seu assistente financeiro que simplifica o controle das suas finanças e transforma organização em resultados incríveis.

WWW.TUTU.EXDEVEDOR.COM

Embratur amplia ações no mercado dos Estados Unidos para atrair eventos internacionais ao Brasil

Nova etapa da parceria com a PCMA reforça, nos EUA, a competitividade do Brasil no segmento MICE com destaque para capacidade de entrega e ecossistemas de conhecimento e negócios

Reportagem: Da Redação

A Embratur iniciou uma nova etapa da parceria com a Professional Convention Management Association (PCMA) voltada ao mercado de turismo de negócios e eventos dos Estados Unidos. A Agência lançou uma campanha direcionada a estrategistas de eventos profissionais e tomadores de decisão do segmento de Turismo de Negócios e eventos. A divulgação apresenta um país que conecta eventos a setores estratégicos, comuni-

dades profissionais, conhecimento e oportunidades de negócios.

O conteúdo é um artigo publicado no formato PCMA Engage, tem como título “A Leading Global Meeting Destination: Why Brazil Is Competing, and Winning, on the World Stage” (Um dos principais destinos globais para eventos: por que o Brasil compete - e vence - no cenário internacional). “Em um mercado global cada vez

O Brasil está competindo no cenário global. Conectividade, destinos prontos para reuniões e expertise de classe mundial criam a base para eventos de sucesso; cultura autêntica e conexão humana tornam a experiência distintamente brasileira



FOTO: RENATO VAZ/EMBRATUR

mais competitivo, o que faz um destino entrar no radar dos grandes eventos internacionais?” A campanha mostra como o Brasil responde a essa pergunta em três frentes: competitividade e diversidade de destinos; conectividade e capacidade de entrega; e ecossistemas de conhecimento e negócios.

Para o presidente da Embratur, Bruno Reis, a ação aproxima a oferta de destinos nacionais de um mercado relevante para o segmento de negócios e eventos. “Com essa ação, apresentamos ao mercado norte-americano informações concretas sobre a capacidade do Brasil para receber encontros internacionais, mostrando nossa conectividade, infraestrutura e experiência na realização de eventos de diferentes portes. É também uma oportunidade de aproximar os destinos e o trade brasileiro dos profissionais que participam das decisões sobre onde esses eventos vão acontecer”, afirma Reis.

Para Lucio Vaquero, Diretor Regional da PCMA, “a continuidade desta parceria com a Embratur é fundamental para ampliar a presença do Brasil junto aos profissionais que influenciam e decidem onde os grandes eventos internacionais acontecem. O país reúne atributos muito competitivos, como diversidade de destinos, infraestrutura, conectividade e uma indústria de eventos experiente e qualificada. Na PCMA, vemos um enorme potencial para que o Brasil continue fortalecendo seu posicionamento global e transformando essa visibilidade em novas oportunidades para todo o ecossistema de eventos e negócios.”

Eventos Internacionais

O Brasil alcançou a 13ª posição mundial no ranking da International Congress and Convention Association (ICCA), com 42 cidades brasileiras sediando eventos internacionais, em 2025, resultado que sinaliza um mercado experiente, com destinos preparados e capacidade comprovada para receber eventos de diferentes perfis e portes. A liderança latino-americana e o avanço no ranking reforçam a confiança no país como opção competitiva para novas oportunidades internacionais.

/// A Embratur lançou uma campanha direcionada a estrategistas de eventos profissionais e tomadores de decisão do segmento de Turismo de Negócios e eventos ///

FOTO: EMBRATUR



O Brasil alcançou a 13ª posição mundial no ranking da International Congress and Convention Association (ICCA), com 42 cidades brasileiras sediando eventos internacionais, em 2025

Conectividade

A facilidade de acesso é outra vantagem competitiva do Brasil. 19 aeroportos internacionais e 38 companhias aéreas conectam o país a 63 destinos no mundo. A partir dos Estados Unidos, há voos diretos de Nova York, Miami, Orlando, Atlanta, Houston, Dallas, Chicago e Los Angeles para destinos brasileiros como São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Campinas, Belém, Fortaleza e Recife. Esse dado demonstra a capacidade do Brasil para receber eventos internacionais com escala, frequência e diferentes alternativas de acesso.

Acesso aos destinos brasileiros

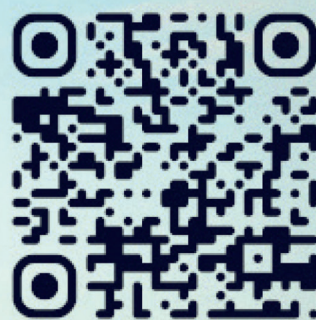
Como desdobramento do conteúdo, o artigo direciona os profissionais para o Showcase Visit Brasil de Turismo de Negócios e Eventos – 13 principais destinos brasileiros. O material reúne informações sobre hotelaria, lugares únicos, setores econômicos e experiências em diferentes cidades brasileiras, apoiando planejadores e associações na escolha do destino mais adequado para seus eventos. 

MAR CALMO FAZ BONS MARINHEIROS

Premiados no Brasil e no mundo, agora também somos certificados **Great Place To Work**.

Quando o clima é bom, o nosso trabalho gera resultados.

Recebemos prêmios pelo que fazemos e reconhecimento por como fazemos.



Siga a **klimt** no Instagram





ASSOCIADO ANABB

**TEM BENEFÍCIOS
ESPECIAIS NA**

Escreva

Leia o QR Code, fale
com nossa equipe e
conheça todos os
benefícios.

