



EMPREENDEDORES
do Brasil



20
24

RENATA VICHI

A mulher que construiu o
IMPÉRIO KOPENHAGEN.

ALCANCE

O PICO DO SUCESSO COM A JORNADA DE

RESULTADOS

Tráfego descomplicado com resultados

WWW.SIVOPLÊ.COM

Sumário

Edição 14 / 2024



Fátima Reis Bate papo com você	06
Inácio Junqueira Bate papo com Empreendedor	08
Jornada do Empreendedor Comece seu negócio da forma correta.	12
Wagner Rebouças Cliente Oculto: A Chave para Aperfeiçoar Estratégias de Vendas e Treinar melhor sua equipe	16
Rosely Boschini O que a Jornada do Herói ensina sobre Empreender?	18
Elaine Costa Obesidade e suplementos alimentares: maximizando a saúde e um estilo de vida mais ativo e saudável.	30
Juranildes Araújo Inteligência Emocional e Empatia: Fundamentos da Liderança Visionária.	32
Euler Costa Diferença entre Classe no INPI e CNAE: Entendendo as Classificações para Negócios.	34
Gabriel Matos ESG: A Prioridade do Novo Mercado - Fique por Dentro para Não Ficar de Fora!	38
Catarina Pierangeli Marca Pessoal: O ativo indispensável dos Empresários de Sucesso em Mercados Competitivos.	42
Alan Souza Devoluções Descomplicadas: Entenda Seus Direitos em Lojas Físicas e Online!	46

Capa 24



CRÉDITOS

Editora chefe: Fátima Reis
Consultor de Estratégia: Paulo Assunção
Software Engineer: Thiago Almeida
Make : Pablo Lobo, Linda Severo e Vanessa Danthas
Hair: Pablo Lobo, Stefany Oliveira e Vanessa Danthas
Consultora de imagem e estilista: Monique Paganini
Design e Diagramação: Catarina Souza e Gabriel Andrade
Webdesign: Davih Castro
Redes Sociais: Gleice Clementino e Lucas Serinolli
Videomaker master: Joilson Pereira
Videomaker: Valter Silva, Hugo Carvalho e Dante Boaventura
Fotógrafos: Joilson Pereira, Priscila Ramalho, Ana Prado e Ary Teixeira
Gestor de Tráfego: Alisson Silva e Lucas Serinolli
Design Gráfico: Pollyanna Farias e Gabriel Andrade
Desenvolvimento Humano: Rose Figueiredo, Cléia Novais, kelli Jakutis e Cristina Lang
Capa: Renata Vichi
Foto Capa: Divulgação
Formato: Digital
Publicação: 14ª edição
Divulgação: Multinacional Digital
Revisão: Equipe de redação Sivoplê
Agência: Sivoplê Comunicação & Marketing.



AGRADECIMENTOS:

Deus, Paulo Assunção, Leda Reis, Ítalo Reis, Maria Leão, Carlos Pinheiro, Iracema Pinheiro, Víctor Dias, Maria José Souza, José Antônio, Maciel Macêdo, Thiago Almeida, Camila Almeida, Pablo Lobo, Cleia Novais, Rose de Oliveira, Ronaldo de Oliveira, Rosely Boschini, Camila Hannoun, Amanda Borgato, Joilson Pereira, Ana Cerviño, Renata Vichi, Ayla Meireles, Pablo Lobo, Euler Costa, Elaine Costa de Almeida, Alan Souza, Ane Rebouças, Wagner Rebouças, Valentim Rebouças, Catarina Pierangeli, Gustavo Matos, Juranildes Araújo e Inácio Junqueira.

GRUPO
REIS



Esta publicação não se responsabiliza por conceitos ou opiniões emitidas em artigos e anúncios.

Todos os direitos desta revista são reservados a SHAMAH GRUPO REIS AGENTES DO COMÉRCIO E SERVIÇOS LTDA

CNPJ: 39.332.332/0001-09
www.empreendedoresdobrasil.com
contato@empreendedoresdobrasil.com
@empreendedoresdobrasiloficial
@eb.podcastoficial
+ 55 11 9 9813-0488 / 11 9 6581-5702

www.copiadorauniversitaria.com.br

DESDE 1978 FAZENDO HISTÓRIA

Há 45 anos, a Universitária tem o orgulho de integrar a vida dos baianos, comprometendo-se com a prestação de serviços de alta qualidade. Continuamos a investir em equipamentos de ponta e, acima de tudo, a valorizar o que realmente importa: **Você, nosso cliente e parceiro essencial.**

LOJAS:

 CIDAELA  FEDERAÇÃO  SALVADOR TRADE  PARALELA/WALL STREET  TANCREDO NEVES



45 anos

Universitária
 Impressão Digital

Bate papo com você



Nesta edição, destacamos Renata Vichi, uma empresária que consolidou a marca Copenhagen. Fundada em 1928, a empresa foi adquirida por sua família em 1996. Renata trouxe inovações e novas marcas para o grupo, tornando-se um ícone no mercado brasileiro de chocolaterias.

Em nossa conversa com empreendedores, temos o prazer de apresentar Inácio Junqueiro, um especialista em Constelações Familiares e Empresariais que tem transformado pessoas e empresas em todo o Brasil, com suas metodologias regulamentadas e reconhecidas pelo mercado nacional. Conhecer suas abordagens é uma oportunidade valiosa.

Além disso, trazemos o artigo "Cliente Oculto: A Chave para Aperfeiçoar Estratégias de Vendas e Treinar Melhor sua Equipe", escrito por Wagner Rebouças, CEO da About Brazil. Essa empresa é reconhecida internacionalmente no mercado de pesquisa e vem se destacando também pelo serviço de cliente oculto.

Rosely Boschini oferece uma perspectiva interessante sobre o que a "Jornada do Herói" pode ensinar sobre empreendedorismo. Na área de saúde, apresentamos Elaine Costa de Almeida falando sobre Obesidade e Suplementos Alimentares Ativo e Saudável", além de Inteligência Emocional e Empatia, por Juranildes Araujo. Estas autoras são destaques em seus segmentos.

Também discutimos a importância de entender e registrar sua marca como um patrimônio valioso. Euler Costa desta vez fala sobre a diferença entre Classe no INPI e CNAE. Entenda qual melhor para o seu negócio. Abordando um tema em alta, dr. Gabriel Matos fala sobre a importância da ESG (Environmental, Social, and Governance) nas organizações.

Catarina Pierangeli compartilha sua visão sobre empresários de sucesso e a importância da marca pessoal e para encerrar esta edição, Dr. Alan Souza detalha os direitos do consumidor em trocas presenciais e online.

Esperamos que você aproveite esta leitura, repleta de informações valiosas e inspiradoras.

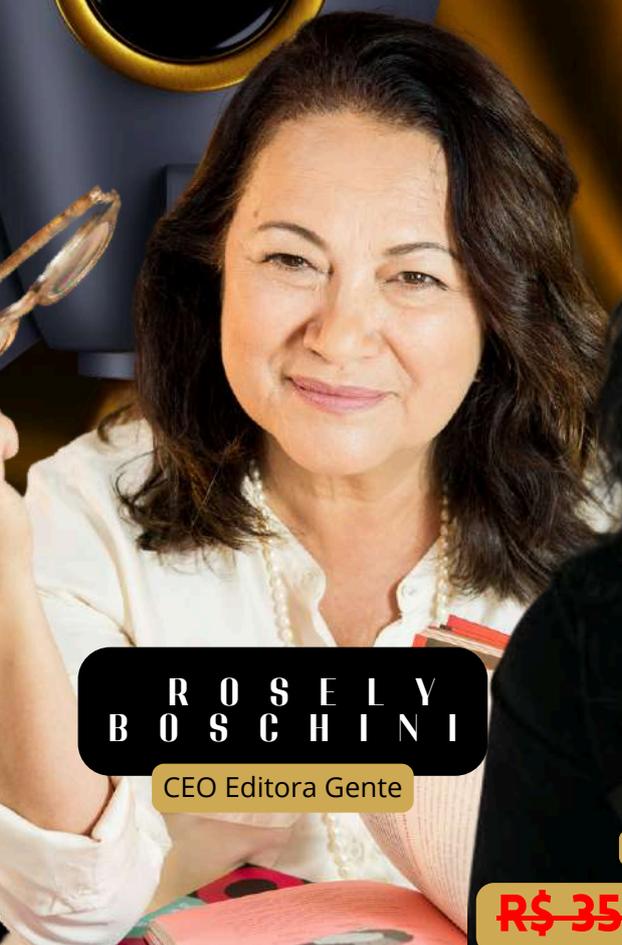
Forte abraço,



Editora Chefe

ENCONTRO DE EMPRESÁRIOS

 **EMPREENDEDORES**
do Brasil



**R O S E L Y
B O S C H I N I**

CEO Editora Gente



**F Á T I M A
R E I S**

CEO Grupo Reis e anfitriã do evento



**I T A L O
R E I S**

CEO do Ludus Lúdicos

~~R\$ 350,00~~ **POR R\$ 300,00**

3 1 D E M A I O D E 2 0 2 4 A S 1 2 H

ingressos no link da bio www.encontroempreendedores.com.br

 **MANGA BAR** – RUA. PROFA. MARIA E. DO AMARAL DICK, 200 PRÓXIMO
AO SHOPPING MORUMBI - SÃO PAULO/SP



@empreendedoresdobrasiloficial

REALIZAÇÃO

GRUPO
REIS

PARCEIROS

IS LUSO

Gente
EDITORA 40
ANOS

BEST
SELLER
experience

atom美
ATOMY

Céa Novais
Terapeuta e Palestrante Crisól

CRISTINA LANG

About Brazil
market research

KELL JAKUTIS
Associação de Terapeutas

clube
ame

Empreendedores do Brasil

Bate papo com

EMPREENDEDEDOR



INÁCIO JUNQUEIRA

ESPECIALISTA EM

COOPERATIVISMO E CONSTELAÇÃO FAMILIAR.

ENTREVISTA

Por Flávia Reis

1. Como você começou sua jornada como consultor de negócios e palestrante? Quais foram os principais desafios que enfrentou ao longo do caminho?

IJ: O grande desafio sempre é encontrar o caminho dos clientes e manter com um nível de satisfação alto, pois o que oferecemos é algo muito além do que qualquer consultor oferece.

2. Como foi sua experiência ao se tornar representante da HELLINGER©SCHULE na América Latina e disseminar a metodologia da Constelação Familiar? Quais foram os principais impactos dessa experiência em sua carreira?

IJ: A experiência foi incrível pois antes de me tornar representante da Hellinger me tornei um grande admirador desta técnica da Constelação Familiar que mudou completamente minha vida pessoal e profissional onde através dos aprendizados pude encontrar respostas que em nenhum outro lugar encontrei e a partir daí pude aceitar este desafio e disseminar de uma forma profissional tudo que aprendi.

3. Poderia compartilhar um exemplo de como a aplicação da Constelação Familiar influenciou positivamente a gestão de uma empresa ou cooperativa que você tenha consultado?

IJ: Mudei completamente a gestão das cooperativas pois antes tinha uma convicção que as diretorias teriam que ter número ímpar para evitar empates em



decisões e agora com tudo que aprendi o número par de diretores é muito melhor, que a decisão igualitária faz parte e traz equilíbrio a gestão. Desde 2018 nas minhas consultorias sempre sugiro número par de diretores, parece algo tão simples mas posso afirmar é muito eficaz. Isto também serve para as sociedades limitadas.

4. Como surgiu a ideia de fundar o IBCF - Instituto Brasileiro de Consteladores Familiares e qual o papel em relação à regulamentação da profissão de Constelador Familiar?

IJ: Em 2017 fui convidado para ir na casa de Bert Hellinger e numa conversa informal no quintal de sua casa ele falou para mim: Inácio a Constelação Familiar no Brasil está uma bagunça e precisa organizar, tenho certeza que você pode fazer isto. Saindo de lá surgiu a ideia do IBCF pois na minha experiência profissional de Cooperativismo por mais de 30 anos só conseguimos trabalhar em paz com a regulamentação das cooperativas através de um projeto de lei e acredito que o mesmo aconteceu nas Constelações Familiares.

5. O que te motivou a investir na Faculdade Innovare? Qual o diferencial dela?

IJ: A faculdade Innovare é a primeira faculdade no país que tem como mantenedora uma cooperativa educacional. Visando os princípios do cooperativismo que são: adesão livre, na democracia, na participação economia, na autonomia, na educação e conhecimento, na intercooperação e, ainda, no interesse pela comunidade. Reunimos um grupo de professores e investimos neste projeto. Seu grande diferencial é que ao contrario de muitas faculdades e com os ensinamentos das constelações familiares, formamos alunos para serem empreendedores. Temos como objetivo um mundo melhor e que as pessoas resolvam seus conflitos internos. Pregamos a solução dos conflitos através de uma forma mais humanizada, um mundo sem brigas ou guerras.

6. Com base em sua vasta experiência, que conselhos você daria para empresários e líderes que buscam melhorar a gestão de suas empresas e organizações?

IJ: O maior conselho é tomar a sua mãe. Veja este texto: Na vida o que se revela é que quem conseguiu tomar plenamente a sua mãe terá êxito e será feliz. Pois, do mesmo modo que alguém está com sua mãe também está com sua vida e sua profissão. Quando alguém rejeita sua mãe, rejeita também a vida, seu trabalho e sua profissão – Bert Hellinger. Façam uma Constelação nas suas empresas com profissionais experientes e vão encontrar o que está oculto e nós não conseguimos enxergar. Valorizem suas mães.



7. Como você equilibra suas responsabilidades como presidente da Faculdade Innovare, consultor de negócios e palestrante? Quais são suas estratégias para manter uma agenda tão diversificada?

IJ: Bom dia! Acordo todos os dias às 5:40, levo meu filho à escola, vou para a academia e começo meu dia por volta das 8:30. Quando mudei meu estilo de vida e comecei a fazer atividade física, tudo se alinhou. Tenho uma equipe maravilhosa que acredita em mim e sigo a política de que juntos somos mais fortes, pois não conseguiria fazer tudo isso sozinho.

Minhas palestras mais importantes hoje são internas, sempre motivando a equipe. Faço tudo com o coração, tanto que o tema da minha palestra é **TCC: Treinamento, Coração e Cooperação**. Acredito muito no cooperativismo e no trabalho em equipe. Não sou escravo do trabalho e obtenho resultados muito melhores.

“Faça tudo com o coração, e o dinheiro será uma consequência.”

“Acredito muito no cooperativismo e no trabalho em equipe. Não sou escravo do trabalho e obtenho resultados muito melhores.”

8. Você poderia compartilhar uma experiência de liderança inspiradora que o marcou ao longo de sua carreira?

IJ: No início de 1990, participei da constituição de um grupo de cooperativas que incluía mulheres abandonadas pelos maridos, em situação de vulnerabilidade, e ex-detentos. Capacitávamos todos para trabalharem na limpeza de escolas no estado de São Paulo. Foi um sucesso, atendemos mais de 4.000 escolas e incluímos 27.000 pessoas no mercado de trabalho através do cooperativismo, pessoas que não conseguiam empregos formais em nenhum lugar, seja pela idade, seja pela falta de experiência. Foi realmente muito bonito o trabalho ao qual me dediquei até 2010, quando, após 20 anos, encerrei meu ciclo, dando espaço para outras pessoas e partindo para novos desafios.

9. Além da Constelação Familiar, quais outras metodologias ou abordagens você considera importantes para promover um ambiente organizacional saudável e produtivo?

IJ: A maior essência de um ambiente agradável vem do empresário tratar seus colaboradores como parte de uma engrenagem de sucesso. Se você trabalha sozinho, busque não ser escravo do trabalho e equilibre sua vida com espiritualidade, exercício físico e dedicação. Faça tudo com o coração, e o dinheiro será uma consequência. 



INÁCIO JUNQUEIRA MORAES JUNIOR

Renomado consultor de negócios e palestrante, com formação em Ciências Contábeis, pós-graduação em Gestão de Pessoas e especialização em Cooperativismo. Desde 1990, comanda o Grupo IJ, fornecendo orientação especializada a cooperativas e empresas. Nos últimos anos, conheceu Bert Hellinger e se tornou representante da HELLINGER@SCHULE na América Latina, consolidando-se como autoridade na metodologia de Constelação Familiar. É vice-presidente e fundador do IBCF - Instituto Brasileiro de Consteladores Familiares, que visa regulamentar e reconhecer a profissão de Constelador Familiar. Como presidente da Faculdade Innovare, supervisiona uma instituição prestigiada que oferece 15 cursos de gestão e mais de 300 programas de pós-graduação. Com impressionantes credenciais e funções de liderança, Inácio é um palestrante e consultor muito procurado, respeitado por seus insights e experiência nas comunidades empresarial e acadêmica.



@inaciojunqueiraofc



Empreender é uma jornada de coragem, inovação e muita determinação.

Empreender é uma jornada de coragem, inovação e muita determinação. Desde a concepção de uma ideia até a gestão de um negócio próspero, o caminho é repleto de desafios, aprendizados e satisfações. Neste artigo, exploraremos os passos essenciais que todo empreendedor deve seguir para iniciar e manter um negócio organizado e bem-sucedido.

JORNADA do EMPREENDEDOR

1º Identifique uma Necessidade.

O primeiro passo é identificar uma necessidade não atendida ou um problema que precisa de solução. Um negócio bem-sucedido começa com uma ideia que oferece valor real aos seus clientes potenciais.

Valide sua Ideia

Antes de investir tempo e recursos, é crucial validar sua ideia com pesquisas de mercado, questionários e feedback de potenciais clientes. Isso ajuda a entender se há demanda para sua solução.



2º Planejamento e Estratégia.

Elabore um Plano de Negócios: Um plano de negócios detalhado é essencial. Ele deve abranger análise de mercado, plano financeiro, estratégias de marketing, estrutura operacional e projeções de crescimento.

Defina sua Estratégia:

Com um plano em mãos, defina sua estratégia de entrada no mercado, seu modelo de negócios e como você se diferenciará dos concorrentes.



3º Estruturação Legal e Financeira

Elabore um Plano de Negócios: Um plano de negócios detalhado é essencial. Ele deve abranger análise de mercado, plano financeiro, estratégias de marketing, estrutura operacional e projeções de crescimento.

Formalize seu Negócio:

A escolha da estrutura jurídica adequada (MEI, EIRELI, LTDA, etc.) é fundamental para proteger seus ativos pessoais e facilitar processos administrativos e fiscais.

Gerencie suas Finanças:

Um sistema de gestão financeira eficaz é crucial. Isso inclui a separação das finanças pessoais das empresariais, a implementação de um sistema de contabilidade e a gestão de fluxo de caixa.



4º Construção da Marca e Marketing

Desenvolva sua Identidade de Marca e registro:

Uma marca forte comunica o valor e a missão da sua empresa. Isso inclui o nome, logotipo, cores e todo o material de comunicação. Além de registrar a marca, pois será um patrimônio seu e de seu(s) sócio(s).

Elabore uma Estratégia de Marketing:

Defina seu público-alvo e elabore estratégias para alcançá-lo, seja através de marketing digital, mídias sociais, publicidade tradicional ou eventos.



5º Operações e Gestão

Otimize Processos:

A eficiência operacional é chave para a sustentabilidade do negócio. Isso pode incluir a automação de tarefas, a implementação de software de gestão e o desenvolvimento de uma cadeia de suprimentos eficiente.

Construa uma Equipe Forte:

Recrute talentos que compartilhem da visão da sua empresa e possuam as habilidades necessárias para contribuir com seu crescimento.



6º Crescimento e Escala

Avalie e Ajuste:

A eficiência operacional é chave para a sustentabilidade do negócio. Isso pode incluir a automação de tarefas, a implementação de software de gestão e o desenvolvimento de uma cadeia de suprimentos eficiente.

Explore Oportunidades de Crescimento:

Seja através da expansão de produtos/serviços, exploração de novos mercados ou aquisições, mantenha-se atento às oportunidades de crescimento do seu negócio.

A jornada empreendedora é uma aventura que exige paixão, resiliência e um compromisso contínuo com o aprendizado e a inovação. Seguindo estes passos, o empreendedor estará bem equipado para navegar no ecossistema empresarial, superar desafios e alcançar o sucesso sustentável. Empreender não é apenas sobre criar um negócio, mas sobre cultivar uma visão e fazer a diferença no mundo através da inovação e liderança.



No universo do empreendedorismo, cada decisão conta e cada passo é crucial para o sucesso do seu negócio. Sabemos que a jornada de transformar uma ideia brilhante em uma empresa próspera é desafiadora, repleta de obstáculos e aprendizados. É aqui que a nossa consultoria, “Jornada do Empreendedor” que se torna o seu maior aliado.

Por Que Escolher a Consultoria Jornada do Empreendedor?

Nós oferecemos um acompanhamento personalizado desde a fase de idealização até a escala do seu negócio. Compreendemos a importância de cada etapa destacada no artigo sobre a jornada empreendedora, e estamos aqui para guiá-lo através delas, garantindo que seu negócio não apenas comece com o pé direito, mas também cresça de forma sustentável e organizada.

[Agende um diagnóstico](#)

Deixe seu negócio profissional para vender mais!



ESTRATÉGIA EMPRESARIAL



CLIENTE OCULTO: A CHAVE PARA APERFEIÇOAR ESTRATÉGIAS DE VENDAS E TREINAR MELHOR SUA EQUIPE

No competitivo mundo dos negócios, entender a experiência do cliente é crucial para o sucesso de qualquer empresa. Uma ferramenta cada vez mais utilizada para obter insights valiosos sobre essa experiência é o "cliente oculto". Este método oferece aos empresários uma visão detalhada e imparcial sobre o atendimento e os processos internos de suas empresas, ajudando-os a aprimorar suas estratégias de vendas e programas de treinamento.

O Que é Cliente Oculto, então?

O cliente oculto, também conhecido como cliente misterioso ou mystery shopper, é um profissional contratado para se passar por um cliente comum enquanto avalia diversos aspectos do serviço de uma empresa. Esse profissional realiza compras, faz perguntas, observa interações e, posteriormente, fornece um relatório detalhado sobre a sua experiência. As avaliações podem incluir aspectos como a qualidade do atendimento, a limpeza do ambiente, a organização dos produtos e a eficiência dos processos de venda.

“Este método oferece aos empresários uma visão detalhada e imparcial sobre o atendimento e os processos internos de suas empresas”



Benefícios do Cliente Oculto para Estratégias de Vendas.

Identificação de Pontos Fortes e Fracos: O cliente oculto ajuda a identificar tanto os pontos fortes quanto os fracos no atendimento ao cliente. Isso permite que os empresários saibam exatamente onde precisam melhorar e onde estão se destacando, facilitando a alocação de recursos de forma mais eficaz.

Aperfeiçoamento da Experiência do Cliente: Ao entender melhor a jornada do cliente, as empresas podem fazer ajustes que resultam em uma experiência mais satisfatória. Isso pode incluir desde mudanças na abordagem dos vendedores até a reorganização da disposição dos produtos.

Aumento da Fidelização de Clientes: Um bom atendimento é essencial para a fidelização dos clientes. O feedback detalhado fornecido pelos clientes ocultos permite que as empresas melhorem continuamente seus serviços, o que pode levar ao aumento da satisfação e lealdade dos clientes.

Análise da Concorrência: Empresas podem usar clientes ocultos para avaliar o atendimento de concorrentes. Isso oferece insights valiosos sobre o mercado e ajuda a identificar oportunidades de diferenciação.

O serviço de cliente oculto é uma ferramenta poderosa que oferece insights detalhados sobre a experiência do cliente e a eficiência dos processos internos de uma empresa. Ao identificar pontos fortes e fracos, ajudar a melhorar a experiência do cliente e otimizar os programas de treinamento, o cliente oculto se torna um aliado estratégico essencial para empresários que desejam melhorar suas estratégias de vendas e elevar o padrão de atendimento de suas equipes. Investir em cliente oculto é investir na satisfação do cliente e no sucesso a longo prazo do negócio. ©



Wagner Rebouças
CEO About Brazil

EMPREENDEDORISMO



**O QUE A JORNADA DO HERÓI ENSINA SOBRE
EMPREENDER?**

Em um mundo em constante evolução e de ritmo acelerado, a palavra de ordem para profissionais que se destacam e brilham em seus respectivos mercados é a adaptação e pensamento visionário. Trabalhar com livros há 40 anos me ensinou essa lição, assim como provou que combinação de visões e experiências multidisciplinares é capaz de trazer insights valiosíssimos para nossa carreira e nos ajudar na busca por excelência quando o assunto é empreender.

Uma ferramenta muito poderosa no meio criativo que pode ajudar na construção de uma trajetória de alto nível é a Jornada do Herói. Popularizada pelo estudioso Joseph Campbell, esse conceito é um padrão narrativo que permeia a maioria das histórias ao nosso redor e serve como um modelo que reflete os desafios, as transformações, os aprendizados e as oportunidades que podemos encontrar em nossas vidas. A Jornada do Herói não se manifesta apenas na ficção, mas também na vida real, e pode mostrar o caminho das pedras para empreendedores que buscam se desenvolver, aprimorar a sua carreira e se tornarem multiplicadores de oportunidades para aqueles que estão ao seu redor.

O primeiro motivo para eu afirmar isso é que essa ferramenta nos convida para abraçarmos o papel de protagonistas da nossa própria vida. Olharmos para nós mesmos como heróis, que enfrentam desafios com coragem e determinação e sabem que no final da jornada existe crescimento e evolução, é o primeiro passo para vivermos o nosso verdadeiro potencial.

Mas olhando a Jornada do Herói mais de perto podemos ver como essa estrutura pode ser a virada de chave para você se tornar um empreendedor extraordinário e fora da média. Vamos juntos por esse caminho?

A nossa jornada começa com o chamado à aventura, ou seja, o momento que o protagonista, você, é convocado para realizar um grande feito. Assim como abraçar o papel principal na própria vida é o pontapé para vivermos o que viemos ao mundo para viver, aceitar o chamado para empreender é fundamental para você reconhecer o seu potencial e explorar e desenvolver as suas habilidades como empreendedor e líder de sua própria carreira.



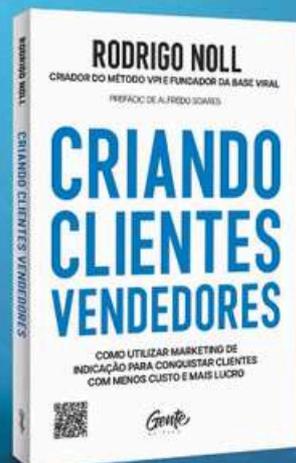
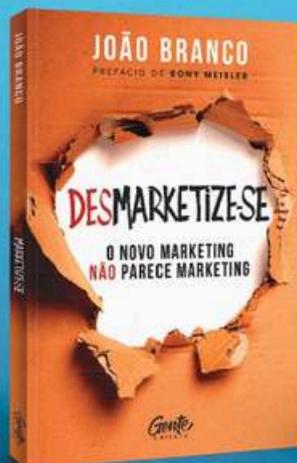
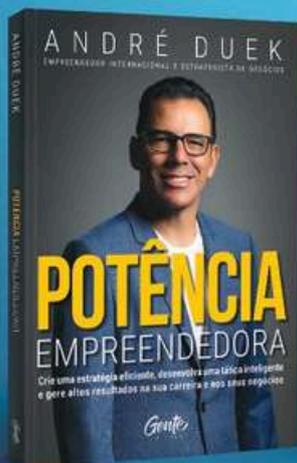
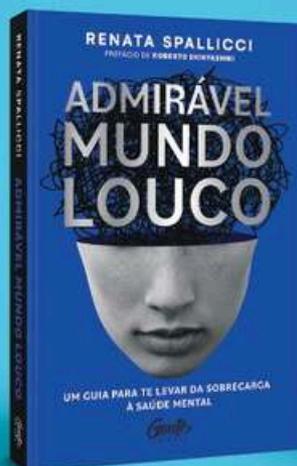
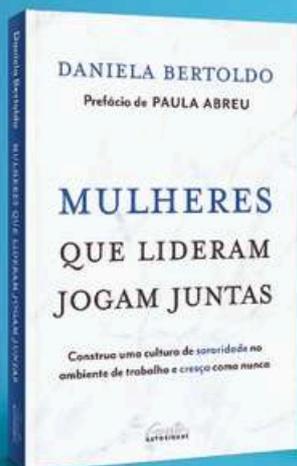


Após a convocação para empreender, muitos podem hesitar e duvidar de sua capacidade para tirar as suas ideias do papel. Esse segundo estágio é a recusa do chamado e é aqui que você confronta os seus medos e inseguranças. Essa etapa da jornada é importante porque nos convida para a autorreflexão e o fortalecimento de sua autoestima e autoconfiança – sentimentos necessários para enfrentar os obstáculos que você encontrará em seu caminho.

A terceira etapa do caminho é o encontro com o mentor e esse ponto é um dos passos mais importantes para aqueles que buscam ser um empreendedor fora da curva, já que, além de ser o momento em que você encontra pessoas valiosas que o ajudarão durante a sua jornada com sabedoria, conhecimento e experiência, é aqui que você entende que empreendedores de sucesso não buscam apenas melhorar a sua vida, mas também as de seus colaboradores e parceiros de negócios. Ou seja, como protagonista de sua vida, você terá mentores que oferecerão perspectivas externas, conselhos práticos e histórias inspiradoras que iluminarão o caminho para ter o seu próprio negócio e acelerarão o seu desenvolvimento, e, como empreendedor, você cumprirá esse papel tão importante nas jornadas do herói de quem é guiado por você.

Após encontrar os seus mentores, você estará preparado para as provações e desafios. Encontrar obstáculos durante a nossa trajetória é inevitável e todos nós sabemos que empreender significa enfrentar situações complexas que exigem resiliência, tomada de decisões e capacidade de resolver problemas. Esses desafios são essenciais para o crescimento e o desenvolvimento pessoal e profissional, já que são fonte de aprendizados valiosos e nos preparam para lidar com as próximas adversidades e incertezas que surgirão pela frente.

OS BEST-SELLERS QUE VÃO ALAVANCAR SUA CARREIRA E LEVAR A SUA EMPRESA AO SUCESSO!



ADQUIRA AQUI
SEU BEST-SELLER!

Gente
editora

Na próxima etapa da Jornada do Herói temos a conquista do objetivo, momento de alcançar resultados significativos após superar os desafios da jornada.

Como empreendedor fora da média, você precisa trabalhar constantemente para atingir metas tangíveis e, mais do que isso, fomentar o crescimento e o sucesso de seu negócio. Esse passo nos convida para celebrar as nossas vitórias coletivas e reconhecer o esforço de todos em prol de um objetivo maior – dois aspectos fundamentais para quem quer ser um empreendedor extraordinário.

Por fim, temos o retorno transformado, onde você já não é mais a mesma pessoa que aceitou o chamado para a aventura.

Agora um empreendedor mais experiente e com mais conhecimento, esse é o momento de compartilhar com seus colaboradores e parceiros de negócios as habilidades e novas perspectivas alcançadas durante a sua jornada, criando, assim, uma cultura de aprendizado contínuo preocupada no desenvolvimento de novos empreendedores.

Agora um empreendedor mais experiente e com mais conhecimento, esse é o momento de compartilhar com seus colaboradores e parceiros de negócios as habilidades e novas perspectivas alcançadas durante a sua jornada, criando, assim, uma cultura de aprendizado contínuo preocupada no desenvolvimento de novos empreendedores.

A beleza da Jornada do Herói está no fato de que ao mesmo tempo que ela nos chama para abraçarmos o protagonismo em nossas vidas, ela também incentiva o crescimento do próximo. Nós somos os heróis de nossa jornada, mas podemos ser os mentores e guias das jornadas de quem está em nossa vida. Mais do que isso, ao abraçarmos cada estágio dessa estrutura poderosa, desenvolvemos autoconhecimento, empatia, resiliência e habilidades de comunicação – talentos essenciais para levarmos a nossa carreira e nossos empreendimentos para o próximo nível.

A aventura de se tornar um empreendedor excepcional está batendo à sua porta.

Você vai aceitar esse chamado? 

Um beijo grande!

22



“Após encontrar os seus mentores, você estará preparado para as provações e desafios.”

ROSELY BOSCHINI

CEO da Editora Gente

 @roselyboschini  @editoragente



EMPREENDEDORES do Brasil

Consultoria e Comunicação



A chave do seu SUCESSO *está aqui*

*Você foca em novas parcerias para o seu negócio.
O restante é com a gente.*

Consultoria Estratégica de Marketing ● Treinamentos e Palestras ● Gestão de Tráfego ● Social Media
Consultoria de Negócios ● Recrutamento e Seleção ● Sites e E-commerce ● Revista digital
Gestão Operacional ● Captação de Lead quentes ● Identidade Visual ● Podcast e muito mais

www.empreendedoresdobrasil.com

CAPA

RENATA VICHI

POR FÁTIMA REIS

De Estagiária a Líder Visionária: Conheça a Jornada de Renata Vichi, CEO da CRM, e descubra como ela transformou a marca Kopenhagen, expandindo mercados, inovando produtos e preservando a essência da marca. Leia sobre os maiores marcos, estratégias de expansão, criação de novas marcas e os valores que sustentam uma das chocolaterias mais icônicas do Brasil.



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

1. Quando você entrou na empresa, quais cargos você passou e quais lições teve ao longo de sua carreira, dentro da Kopenhagen?

RV: Eu entrei na Kopenhagen aos 16 anos, por vontade própria. Iniciei pelo departamento de marketing, mas meu pai fazia questão que eu participasse de todas as reuniões que ele conduzia e, com isso, fui adquirindo uma excelente visão da empresa. Depois de alguns anos também assumi a área comercial/franquias, e, depois de alguns meses meu pai implementou uma mudança na empresa: manteve-se como presidente, mas criou o cargo de vice-presidência e novamente me deu voto de confiança.

A principal lição que eu aprendi ao longo da minha carreira foi a visão sistêmica do negócio, que foi uma prioridade desde o começo. Eu sempre tive a vontade de conhecer profundamente todos os departamentos e por meio desse conhecimento fica muito mais simples apurar a visão de futuro, analisando o presente como um ponto de escolha e decisão, sempre pensando na perpetuidade da marca.

2. Nos fale como contribuiu para a expansão da marca no Kopenhagen e do Grupo CRM?

RV: Eu acredito na cultura de rejuvenescer a marca, sempre firmada nos pilares e nas fortalezas já construídas ao longo dos anos, mas com muita criatividade e inovação, tanto em produtos quanto em Campanhas, que promovem uma conexão genuína com os clientes. Liderei um movimento de expansão depois que eu assumi a Companhia, uma vez que, até então, era muito focada no Sudeste. Foram movimentos assertivos para entrarmos em diversos territórios e concretizar a Kopenhagen como pioneira nesse segmento de luxo. Isso tudo fez com que a Kopenhagen fosse reconhecida, além dos chocolates, mas também como uma marca de presentes.



A principal lição que eu aprendi ao longo da minha carreira foi a visão sistêmica do negócio, que foi uma prioridade desde o começo.



Além disso, em 2009 criei uma nova marca, a Brasil Cacau, a irmã mais nova da Copenhagen com o objetivo de democratizar o chocolate de qualidade no Brasil. Em 2019, criei também a Kop Koffee, com isso, o negócio deixou de ser apenas Copenhagen para se tornar um grupo completo.

Todos esses passos levaram à entrada da Advent, em 2020, como parceira de negócios e, agora em 2023, aconteceu o maior deal da história do chocolate com a entrada da Nestlé.

3. Quais foram as inovações que trouxe na linha de produtos da Copenhagen desde que se tornou CEO do grupo CRM?

RV: Quando penso em inovação, isso nem sempre está ligado em novos produtos, mas também vejo oportunidades de negócios, movimentos de marca e parcerias, como tivemos recentemente com a Chilli Beans, Arezzo, Vivara, entre outras. O cliente Copenhagen é extremamente exigente, mas ao mesmo tempo que ele exige inovação, ele também exige que as coisas não mudem. Eu sempre digo: me tragam inovações, mas não mexam na minha Nhá Benta. Além de todos os movimentos de marca e campanhas inovadoras, junto ao meu time, busco desenvolver novos sabores e embalagens diferenciadas, as caixarias da Copenhagen são icônicas.



Por exemplo, no Natal de 2023, desenvolvemos um panettone, em comemoração aos 95 anos da marca, que foi sucesso absoluto, além do recheio abundante de damasco, a caixa também continha bombons clássicos, que eram visíveis por um acrílico no topo da embalagem. Além disso, sempre me mantenho atualizada, mas, mais que isso, sempre me mantenho adiantada às tendências de mercado, trazendo novas possibilidades e texturas. Falando de produtos, dois exemplos que cabem perfeitamente nessa resposta são o crescimento da linha Língua de Gato para tabletes e trufas e também a criação do Melt, como clássico, que foi sucesso desde seu lançamento.



Língua de gato.



Melt

4. Qual foi o papel de Renata Vichi na modernização dos processos internos da empresa?

RV: Estou na gestão do Grupo há mais de 20 anos e pude participar e encabeçar diversos projetos a fim de modernizar os processos internos da empresa, como por exemplo, a criação e desenvolvimento da fábrica, localizada em Extrema, que é uma das fábricas mais modernas do Brasil e tem uma capacidade de produção e logística que é absolutamente fora da curva.

Também intensifiquei a expansão no país com modelos maduros de negócios que colaboraram com o crescimento da Copenhagen e Brasil Cacau, mas também servem de inspiração para o mercado, é um modelo de cultura de marca muito forte, como costume dizer, com chocolate nas veias.

5. Quais são os valores e princípios familiares que Renata preservou na Copenhagen?

RV: Alguns valores são inegociáveis para mim, disciplina e ética estão no topo da minha lista. E, hoje, eu uso muito o meu tempo para gerir os colaboradores, quero que eles se apaixonem pelo negócio, assim como a minha família sempre foi.

6. Como você equilibrou a tradição da marca com a necessidade de inovação?

RV: Como disse acima: trazendo inovação ao mercado, mas não mexendo na Nhá Benta. Os clientes da Copenhagen almejam por inovações, mas sem perder o que já existe. A Copenhagen faz parte de muitos momentos marcantes, junto aos nossos produtos mais icônicos, por isso, sempre buscamos nos atualizar, estar a frente das tendências, ampliar as linhas, trazer novos sabores, novas opções de itens presenteáveis, Campanhas inovadoras, mas preservando a essência da marca, que é o que mantém a Copenhagen sendo a Copenhagen rumo ao centenário.

7. Quais foram os principais marcos alcançados pela Copenhagen sob a sua liderança?

RV: Tive muitos marcos com a Copenhagen ao longo da minha carreira, mas destaco o projeto de expansão, que levou a Copenhagen para muitos estados brasileiros, a entrada da Advent, em 2020, e mais recentemente a entrada da Nestlé na Companhia.

8. Como Renata Vichi posicionou a Copenhagen como uma marca de luxo e sofisticação?

RV: A Copenhagen sempre ocupou esse território de luxo, sendo a primeira chocolateria especializada. O que fiz foi preservar esses valores e fortalezas, principalmente os clássicos, que são os grandes heróis da marca, para potencializar essa atmosfera de sofisticação, elegância e exclusividade.



“Marcos...destaco o projeto de expansão, que levou a Copenhagen para muitos estados brasileiros, a entrada da Advent, em 2020, mais recentemente a entrada da Nestlé na Companhia.”

9. Quais estratégias Renata adotou para garantir a eficiência operacional da Kopenhagen?

RV: Disciplina é a palavra chave que rege a minha vida. Eu acordo antes das 5h da manhã para cuidar de mim e por volta das 7h30 já estou no escritório. Eu controlo a minha agenda minuciosamente para que consiga dar conta de tudo e estar inserida em todos os setores, conhecendo cada detalhe operacional.

10. Como sua gestão influenciou a cultura organizacional da Kopenhagen?

RV: Eu sempre fui muito rigorosa e disciplinada, acredito que isso tenha se refletido na Companhia ao longo dos anos.

11. Quais lições você aprendeu e que todo empresário precisa saber, para não errar no processo de expansão de uma marca?

RV: É importante escolher de uma maneira muito criteriosa os seus parceiros de negócios. Quando falamos de franquias, é preciso ter investidores embarcados dentro do negócio que estejam disponíveis para mergulhar na cultura da empresa e criarem as suas próprias estratégias, buscando o seu próprio crescimento. São investidores potentes, com uma marca potente, que propulsionam o negócio, juntos, para que a cada dia mais ele seja mais robusto, maduro e exponencial.

12. Qual o legado você quer deixar na história da Kopenhagen?

RV: Que a marca perpetue sem perder os valores e as fortalezas que cultivamos ao longo de todos esses anos, que sempre esteja munida de inovações e que esteja em constância com o mercado, mas que os futuros gestores possam lembrar da essência da marca que foi construída com tanto esmero e que faz parte da vida de muitos brasileiros. ©



“Que a marca perpetue sem perder os valores e as fortalezas que cultivamos ao longo de todos esses anos...”



Kopenhagen

**BRASIL
CACAU**

KOP
KOFFEE
Kopenhagen

Renata Vichi começou sua carreira como estagiária quando seu pai, Celso Moraes, adquiriu a Kopenhagen em 1996. Fundada em 1928 por Davih e Ana Kopenhagen, a empresa contava com 30 lojas até a compra por Celso, que já possuía outras empresas. Em 2020, ele vendeu sua participação na Kopenhagen para a Advent International.

Com 20 anos de experiência na gestão do Grupo, Renata foi responsável por diversas inovações, como a introdução de novos produtos para a marca Kopenhagen e a criação das marcas Cacau Brasil e Kop Koffee. Em 2023, a Nestlé adquiriu a participação da Advent, tornando-se sócia do Grupo, que atualmente possui 226 lojas e mais de 1.000 funcionários.

Renata é responsável pela gestão estratégica e operacional do Grupo CRM, liderando uma equipe multifuncional em áreas como vendas, marketing, produção e logística. Implementou iniciativas de expansão que transformaram a Kopenhagen em uma marca nacionalmente reconhecida e internacionalmente respeitada, ampliando o portfólio de produtos e assegurando a qualidade e autenticidade da marca.

Ela também criou a Brasil Cacau e a Kop Koffee, duas marcas que se tornaram referência em seus segmentos, contribuindo significativamente para o crescimento do grupo. Renata gerenciou com sucesso a entrada da Advent e da Nestlé como parceiras estratégicas, consolidando o Grupo CRM como uma das principais empresas do setor.

www.grupocrm.gupy.io

 [@kopenhagen_](https://www.instagram.com/kopenhagen/) / [@chocolatesbrasilcacau](https://www.instagram.com/chocolatesbrasilcacau/) / [@kopkoffee](https://www.instagram.com/kopkoffee/)



OBESIDADE E SUPLEMENTOS ALIMENTARES:

maximizando a saúde e um estilo de vida mais ativo e saudável.

A EPIDEMIA GLOBAL DA OBESIDADE É UM DESAFIO QUE AFETA NÃO APENAS A SAÚDE FÍSICA, MAS TAMBÉM O BEM-ESTAR EMOCIONAL E SOCIAL DAS PESSOAS.

No Brasil, onde a obesidade é uma realidade frequente, compreender suas origens e abordagens de tratamento torna-se essencial, especialmente para empreendedores que buscam não apenas melhorar sua saúde, mas também ajudar outros nessa jornada.

A pesquisa sobre obesidade revela uma interconexão complexa entre fatores biológicos, comportamentais, genéticos e ambientais. Nesse contexto, surgem os suplementos alimentares como uma alternativa de tratamentos disponíveis. Os suplementos oferecem uma abordagem de baixo perfil de toxicidade e são acessíveis à população, apresentando-se como uma opção complementar ou principal para muitos.

“pesquisa sobre obesidade revela uma interconexão complexa entre fatores biológicos, comportamentais, genéticos e ambientais.”

OS SUPLEMENTOS HERBALIFE

Os suplementos Herbalife são formulados com ingredientes naturais, que envolvem muitas pesquisas científicas, selecionados para promover a perda de peso e a saúde metabólica. Além disso, são uma opção conveniente e acessível para aqueles que desejam melhorar sua nutrição e alcançar seus objetivos de bem-estar, energia e saúde.

No entanto, é crucial entender a jornada da obesidade de uma perspectiva mais pessoal. Para muitos, a obesidade reflete não apenas hábitos alimentares, mas também conflitos psicológicos e emocionais. Estudos mostram que a obesidade é vivida de maneiras variadas, desde a tomada de decisão sobre o autocuidado até a percepção do emagrecimento como uma obrigação estética ou uma busca pela saúde.

A análise sociológica do culto ao corpo revela pressões sociais e culturais significativas, especialmente sobre as mulheres, para atender aos padrões estéticos impostos pela sociedade. O debate é amplo e o que está em jogo é buscar cuidar do corpo, mente e espírito para ter mais saúde, energia e disposição.

Tornar-se um consultor Herbalife oferece uma oportunidade única de empreendedorismo. Com o apoio contínuo da Herbalife e uma comunidade de consultores dedicados, você estará bem posicionado para alcançar o sucesso em sua jornada empreendedora.

Em resumo, os suplementos Herbalife oferecem uma maneira eficaz e conveniente de melhorar a saúde e o bem-estar. Ao se tornar um consultor Herbalife, você não apenas terá acesso a produtos de alta qualidade, mas também terá a oportunidade de fazer a diferença na vida dos outros enquanto constrói um negócio gratificante. Junte-se a nós hoje e comece sua jornada para uma vida mais saudável e bem-sucedida com a Herbalife.

Se você se identifica com a missão de promover saúde e bem-estar enquanto constrói uma fonte de renda, considere se cadastrar como consultor da Herbalife utilizando o ID 432852724 e as letras ALM. Juntos, podemos transformar vidas e inspirar mudanças positivas em nossa comunidade.

Elaine Costa de Almeida
Empreendedora Herbalife e especialista em Saúde e

 @herbalainefitness

+ 250 clientes transformados



SAÚDE EMOCIONAL INTELIGÊNCIA EMOCIONAL E EMPATIA. Fundamentos da Liderança Visionária.



Uma líder visionária compreende a importância da inteligência emocional e da empatia no ambiente de trabalho. Ela é capaz de entender e lidar com as emoções das pessoas, construindo relacionamentos saudáveis e promovendo um clima organizacional positivo. Daniel Goleman, autor de "Inteligência Emocional", destaca que "a empatia é uma habilidade que nos permite sentir o que outra pessoa está sentindo e nos permite responder de maneira apropriada". Contudo, uma líder visionária vai além das expectativas convencionais, impulsionando mudanças e alcançando resultados extraordinários.

As características de uma líder visionária incluem clareza de visão, mentalidade inovadora, empoderamento de equipes, resiliência e inteligência emocional. Estas qualidades são fundamentais para inspirar e motivar aqueles ao seu redor. Ao compreender essas características, o leitor é convidado a refletir sobre seu próprio potencial de liderança. Líderes renomados, como Steve Jobs, Oprah Winfrey, Elon Musk e Malala Yousafzai, exemplificam como essas características podem impactar significativamente suas organizações e, muitas vezes, o mundo.

Desenvolver habilidades de liderança visionária exige autoconhecimento e autenticidade. Peter Senge, autor de "A Quinta Disciplina", destaca que líderes com uma visão clara de si mesmos são mais capazes de articular uma visão compartilhada com suas equipes. A consciência de si permite que os líderes alinhem suas ações com seus valores, inspirando confiança e engajamento nos outros. Daniel Goleman, em seu livro "Liderança: A Inteligência Emocional", afirma que líderes autênticos são mais eficazes na obtenção de resultados e na construção de relacionamentos de confiança. A autenticidade permite que os líderes conduzam com integridade, inspirando outros a alcançar metas comuns.

Além do autoconhecimento, a inteligência emocional é crucial. Jim Collins, em "Empresas Feitas para Vencer", menciona que líderes visionários possuem uma combinação de humildade pessoal e determinação feroz para alcançar resultados duradouros.

Esses líderes são movidos por uma causa maior que eles próprios e têm clareza sobre os valores que orientam suas ações. Essa clareza proporciona uma bússola moral, influenciando positivamente suas decisões e atraindo seguidores.

A empatia, como parte da inteligência emocional, permite que os líderes se conectem genuinamente com suas equipes. Líderes visionários utilizam a empatia para entender as necessidades e perspectivas dos outros, criando um ambiente de trabalho mais colaborativo e harmonioso. Ao cultivar empatia, os líderes não apenas melhoram a comunicação, mas também fortalecem a coesão e o moral da equipe.

Aplicar inteligência emocional na liderança envolve a capacidade de reconhecer e regular suas próprias emoções, bem como as emoções dos outros. Goleman destaca que a autoconsciência é o ponto de partida para o desenvolvimento de liderança e é fundamental para o sucesso a longo prazo. Líderes que dominam a inteligência emocional conseguem criar um ambiente onde a inovação e a colaboração prosperam, levando a uma maior eficiência e satisfação no trabalho.

Steve Jobs, com sua visão clara e insistência na inovação, transformou a Apple em uma das empresas mais valiosas do mundo. Oprah Winfrey, utilizando sua empatia e conexão genuína com seu público, criou um império de mídia que inspira milhões. Elon Musk, com sua resiliência e mentalidade inovadora, continua a desafiar os limites da tecnologia. Malala Yousafzai, com sua visão e coragem, se tornou um símbolo global de educação e direitos das mulheres.

As características de uma líder visionária, incluindo inteligência emocional e empatia, são essenciais para enfrentar os desafios do mundo atual e construir um futuro melhor.

Como líderes, devemos aspirar a ser visionários, cultivando uma visão clara, buscando inovação, valorizando e desenvolvendo nossas equipes, sendo resilientes diante das adversidades e demonstrando inteligência emocional e empatia. Somente assim poderemos liderar com sucesso em um mundo em constante transformação.

Por meio da análise dessas características e do desenvolvimento de habilidades de liderança visionária, esperamos que você leitor/empreendedor seja inspirado a aprimorar suas próprias capacidades de liderança, impactando positivamente suas equipes e organizações. 



Juranildes Araújo
Vice-presidente Fecomércio/BA, autora,
palestrante, apresentadora e
empreendedora em série

 @adonadoolharagucado
 @adonadoolharagucado

PATRIMÔNIO



**Diferença entre Classe no INPI e CNAE:
Entendendo as Classificações para
Negócios.**

No mundo dos negócios, a formalização e a regulamentação de atividades são fundamentais para garantir a proteção legal e o cumprimento de obrigações fiscais. Duas das principais classificações que empresários no Brasil precisam conhecer são a Classe do INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) e o CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas). Embora ambos sejam sistemas de classificação, eles servem a propósitos distintos e têm aplicações diferentes. Vamos explorar o que cada um representa e como eles diferem.

O que é Classe no INPI?

O INPI é a instituição responsável pelo registro de marcas, patentes, desenhos industriais e outros direitos de propriedade intelectual no Brasil. Dentro desse contexto, a "classe" refere-se à categorização de produtos e serviços para o registro de marcas, conforme a **Classificação de Nice**, um acordo internacional que padroniza a classificação de produtos e serviços.

Características da Classe no INPI:

1. **Classificação de Nice:** A Classificação de Nice divide produtos e serviços em 45 classes, das quais 34 são para produtos e 11 para serviços. Cada classe abrange uma categoria específica de produtos ou serviços.
2. **Proteção de Marcas:** Registrar uma marca em uma classe específica garante proteção legal apenas para aquela categoria de produtos ou serviços. Por exemplo, uma marca registrada na classe 25 (vestuário) não protege o uso da mesma marca em outra classe, como a 30 (alimentos).
3. **Especificidade:** A escolha da(s) classe(s) correta(s) é crucial para definir o escopo de proteção da marca, garantindo que ela esteja protegida nos mercados relevantes em que a empresa atua.



O que é CNAE?

O **CNAE** é um sistema de classificação das atividades econômicas no Brasil, administrado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Ele organiza e categoriza todas as atividades econômicas realizadas no país, servindo para fins estatísticos, fiscais e administrativos.

Características do CNAE:

1. **Estrutura Hierárquica:** O CNAE possui uma estrutura hierárquica que vai desde seções amplas até níveis mais detalhados de atividades econômicas. Cada atividade possui um código específico.
2. **Tributação e Regulamentação:** A classificação CNAE é essencial para determinar regimes tributários, licenciamento de atividades, e cumprimento de obrigações fiscais.
3. **Abrangência:** O código CNAE define a atividade principal da empresa, podendo incluir códigos secundários para outras atividades complementares ou relacionadas.

Diferenças entre Classe do INPI e CNAE

Objetivo:

- **Classe do INPI:** Focada na proteção de marcas e patentes. Define o escopo de proteção de uma marca em categorias específicas de produtos e serviços.
- **CNAE:** Utilizada para a classificação de atividades econômicas das empresas. Define a atividade principal e atividades secundárias para fins fiscais e estatísticos.

Sistema de Classificação:

- **Classe do INPI:** Baseada na Classificação de Nice, com 45 classes específicas para produtos e serviços.
- **CNAE:** Baseado em uma estrutura hierárquica detalhada que cobre todas as atividades econômicas no Brasil, com múltiplos níveis de detalhamento.

Utilização:

- **Classe do INPI:** Utilizada durante o processo de registro de marcas para determinar a proteção legal da marca em certas categorias de produtos ou serviços.
- **CNAE:** Utilizada para registro da empresa junto a órgãos fiscais, licenciamento de atividades e definição de regimes tributários.



Quando Registrar um Negócio em Duas Classes no INPI?

Registrar uma marca em múltiplas classes no INPI pode ser vantajoso em diversos cenários:

1. **Diversificação de Produtos e Serviços:** Se a sua marca será utilizada em diferentes tipos de produtos ou serviços pertencentes a classes distintas, é essencial registrar em todas as classes relevantes para garantir proteção abrangente. Por exemplo, uma empresa que produz roupas (classe 25) e cosméticos (classe 3) deve registrar sua marca em ambas as classes para assegurar a proteção em ambos os mercados.
2. **Expansão de Negócios:** Empresas que planejam expandir suas operações para novos segmentos de mercado devem considerar o registro em múltiplas classes para proteger sua marca nas novas áreas de atuação.

Compreender a diferença entre a Classe do INPI e o CNAE é fundamental para a correta formalização e proteção de um negócio. Enquanto a Classe do INPI é voltada para a proteção de marcas em categorias específicas de produtos e serviços, o CNAE classifica as atividades econômicas para fins fiscais e regulamentares. Saber quando registrar um negócio em múltiplas classes no INPI pode oferecer proteção abrangente para marcas diversificadas e em expansão, assegurando que a propriedade intelectual da empresa esteja devidamente resguardada em todos os segmentos de mercado em que atua.

Consulte um especialista em registros para ajudá-lo(a) a proteger a sua marca e um contador para abrir seu negócio com segurança e eficiência. ©

“Compreender a diferença entre a Classe do INPI e o CNAE é fundamental para a correta formalização e proteção de um negócio”



Euler Costa

CEO da Agility Marcas e Patentes

 @euler.costabenfica

 @agilitymarcasepatentes

 @agilitymarcasepatentes.morumbi

COMPLIANCE

ESG: A Prioridade do Novo Mercado - Fique por Dentro para Não Ficar de Fora!



O acrônimo mais famoso da atualidade representa um novo despertar de boa parte da humanidade. As trigêmeas (siamesas) do ESG compreendem os compromissos e as práticas ambientais (Environmental), sociais (Social) e de governança (Governance) que não conseguem mais sobreviver isoladamente e estão, definitivamente, na agenda corporativa mundial.

As menções ao termo cresceram exponencialmente nos últimos tempos, demonstrando que é chegada a hora da colheita, daquilo que foi plantado pela primeira vez décadas atrás. As constantes preocupações com o futuro das próximas gerações, fizeram eclodir movimentos que buscam reduzir o impacto negativo que as organizações causam ao planeta e, por consequência lógica, a si mesmas.

A integridade é o elo que conecta a efetividade dos fatores ambientais, sociais e de governança, e da leitura da norma ABNT NBR ISO 37301/2021, que trata de sistemas de gestão de compliance, em sua parte introdutória, observa-se que “organizações que almejam ser bem-sucedidas a longo prazo precisam estabelecer e manter uma cultura de compliance, considerando as necessidades e expectativas das partes interessadas”.

Seria essa “cultura de compliance” o conjunto de valores, crenças e condutas, permeadas por toda a organização, interagindo com os sistemas de controle para produzir normas comportamentais mais evoluídas?

Analisando pelo espectro do ambiente corporativo, surgiram estímulos por parte de núcleos da sociedade civil organizada, que passaram a exigir mudanças de comportamento, elevando cada vez mais o tom, ao modo com que se consome, conduz e desperdiça não apenas produtos, mas principalmente seres humanos, revelando mais do que nunca que os fins não justificam os meios.

“Seria essa “cultura de compliance” o conjunto de valores, crenças e condutas, permeadas por toda a organização...”



As organizações passaram a ser cobradas pela sociedade, cada vez mais, por ações morais, públicas e eficientes, uma vez que, em alguns casos (emblemáticos), a veiculação de notícias positivas meramente com o intuito comercial e muitas vezes para escamotear práticas ilegais, antiéticas e imorais, configuraram o que hoje é chamado greenwashing (lavagem verde) e que em alguns casos ganharam materialidade em relatórios de sustentabilidade “fakes”.

Comparando as gerações passadas com os dias atuais, onde havia um misto de ignorância e ingenuidade, as pessoas não questionavam a veracidade do que era dito nos meios de informação, sendo induzidas a erro e acreditando em algo que nem sempre era real.

Em tempos modernos, globalizados e conectados, onde tudo que acontece no mundo vira notícia em tempo real, em todo lugar e com diversos vieses diferentes, os escândalos envolvendo impactos ambientais, sociais e de governança não conseguem mais ser abafados com a mesma eficiência, além de ganhar proporções mundiais, principalmente em corporações com investidores externos, que possuem campanhas publicitárias milionárias, defendendo pilares, aparentemente, sólidos de sustentabilidade, compliance, proteção de dados e melhores práticas de mercado.

Conhecer os objetivos, metas e indicadores é condição sine qua non para todo investidor profissional aportar recursos nos dias de hoje, além de garantir de forma permanente o reporte de novos temas identificados ao longo do processo, uma vez que esse é um sistema dinâmico, em constante evolução e aprimoramento, capaz de gerar indicadores em tempo real e passível de monitoramento em qualquer lugar do mundo.

A alta direção das organizações devem determinar as questões internas e externas que são pertinentes para o seu propósito e que afetam sua capacidade de alcançar os resultados pretendidos no longo prazo, dando legitimidade ao seu sistema de gestão de integridade (Compliance, LGPD e ESG).

Preenchidos esses requisitos a organização estará apta a criar e manter uma cultura forte, capaz de apoiar, defender e propagar medidas positivas nas três dimensões: ambiental, social e de governança. Os analistas de riscos, agências de fomento e instituições financeiras concordam em gênero, número e grau que essas são as empresas que terão não apenas longevidade, mas também benefícios operacionais, financeiros e reputacionais. 



Dr. Gabriel Matos

Advogado OAB/MT, OAB/PE, Experiência como chief compliance officer e head de ESG em empresa multinacional; especialista em Direito do Trabalho, Contratual, Compliance, Auditoria e Controladoria; formação em implantação e gestão de compliance pela LEC; auditor líder ISO 37.001 e 37.301 pela GMS; coordenador da subcomissão de ESG da Comissão de Compliance da OAB/MT; membro da Comissão de Compliance do CFOAB.

gabriel.matos@lustozamatos.com.br
Cuiabá-MT

VENHA ser nossa REVENDEDORA!



Moda infantil.



**Atendemos lojistas e
revendedoras
independentes.**



**Parcelamos em
até (6x) no cartão de
crédito sem juros**



**Entregamos em
todo o Brasil**

**Descontos especiais para
pagamento à vista.**

www.mercobrasmalhas.com.br

@mercobras_malhas

Rua Maria Marcolina, 651 - Brás

 + 55 11 2695-5303





MARCA PESSOAL: O ATIVO INDISPENSÁVEL DOS EMPRESÁRIOS DE SUCESSO EM MERCADOS COMPETITIVOS

No competitivo ambiente empresarial, a Marca Pessoal bem construída é a chave mestra que abre portas para o sucesso. Empresários visionários compreendem que sua autoridade, reputação, habilidades de networking e a constante presença online são skills tão importantes quanto suas estratégias de negócios.

Na Era Digital acelerada que estamos vivendo e no atual cenário dos negócios, onde a concorrência é acirrada e a atenção do público é disputada a cada segundo, construir uma Marca Pessoal sólida é mais do que uma estratégia, é uma necessidade. Empresários que entendem o valor de sua imagem pessoal e investem em sua construção estão alguns passos à frente na corrida pelo sucesso.

POR QUE CONSTRUIR SUA MARCA PESSOAL?

No contexto atual, marcado pela crescente digitalização das interações, a construção da Marca Pessoal emerge como elemento essencial para empresários que almejam cultivar e consolidar uma imagem auspiciosa, exercendo influência sobre parceiros de negócios, investidores e potenciais clientes.

COMO COMEÇAR O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DE SUA MARCA PESSOAL NO DIGITAL?

O primeiro passo para construir uma Marca Pessoal eficaz é definir sua identidade única. Isso envolve descobrir seus pontos fortes, valores, paixões e sua linguagem; comunicá-los de maneira autêntica e consistente nas plataformas que você escolheu. Isso inclui redes sociais, blogs, sites pessoais e participação em eventos e conferências online.

CONEXÃO É A MOEDA DO MUNDO DIGITAL

Entender quem é o seu público-alvo e como ele se comporta no ambiente online é fundamental para criar conexões genuínas. Utilize análises de dados e ferramentas de segmentação para personalizar sua mensagem e alcançar as pessoas certas nos canais certos. Descubra esse público, resgate seus contatos e interaja regularmente, respondendo a comentários, compartilhando conteúdo relevante e participando de conversas online.

NETWORKING INTELIGENTE

O networking, o famoso “boca a boca”, continua sendo uma das estratégias mais antigas, brilhantes e poderosas para expandir horizontes profissionais. No mundo digital, significa participar ativamente de comunidades online, grupos de interesse e fóruns de discussão relacionados à sua área de atuação.

Esteja presente, contribua com insights valiosos e estabeleça conexões genuínas com outros profissionais do seu setor.

CRIANDO OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

Ao construir sua Marca Pessoal, você naturalmente atrai oportunidades de negócios. Parcerias, convites para eventos, colaborações podem surgir quando você se torna conhecido como uma autoridade em sua área de atuação. Esteja aberto à novas oportunidades e preparado para capitalizá-las quando surgirem.



CRIANDO OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

Ao construir sua Marca Pessoal, você naturalmente atrai oportunidades de negócios. Parcerias, convites para eventos, colaborações podem surgir quando você se torna conhecido como uma autoridade em sua área de atuação. Esteja aberto à novas oportunidades e preparado para capitalizá-las quando surgirem.

A FORÇA DA TECNOLOGIA E DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

A tecnologia e a Inteligência Artificial oferecem uma série de ferramentas para impulsionar sua Marca Pessoal. Desde algoritmos de recomendação que ajudam a aumentar sua visibilidade até chatbots que automatizam o atendimento ao cliente, essas tecnologias podem economizar tempo e recursos, permitindo que você se concentre em atividades que agreguem mais valor à sua Marca Pessoal.

Se você se sentir sobrecarregado com o processo de construção da Marca Pessoal, não hesite em buscar ajuda de profissionais especializados. Eles podem fornecer orientação personalizada por meio de cursos e mentorias com estratégias sob medida para suas necessidades específicas.

POR ONDE COMEÇAR?

O primeiro passo para construir sua Marca Pessoal é assumir o controle de sua narrativa online. Crie perfis profissionais em redes sociais relevantes, desenvolva um site pessoal ou blog onde você possa compartilhar seu conhecimento e experiência, e comece a se envolver ativamente em comunidades online relacionadas ao seu campo de atuação.

Construir uma Marca Pessoal forte no mundo digital não é mais um luxo, mas sim uma necessidade para os empresários que desejam se destacar em mercados altamente competitivos.

Ao investir na construção de sua Marca Pessoal, você fortalece sua reputação e autoridade, e aumenta sua influência, abre portas para novas oportunidades de negócios e relacionamentos significativos.

Lembre-se! Sua Marca Pessoal é sua carta de apresentação para o mundo. Faça com que seja memorável e autêntica.

Nos vemos no digital! 



Catarina Pierangeli
Jornalista | Ghost Writer | Personal Branding

 [catarinapierangeli](https://www.instagram.com/catarinapierangeli)

Resolvemos os seus problemas contábeis de forma

**transparente
e segura.**

Conte com especialistas e simplifique a burocracia da sua empresa.

Experimente o

**AGILIZE
UNIQUE**

e tenha acesso a um gerente de conta exclusivo e disponível no Whatsapp, facilitamos a:

- ✓ Emissão de notas fiscais;
- ✓ Conciliação financeira;
- ✓ Pagamento dos seus impostos e muito mais.

 **agilize**

Solicite uma proposta

 agilize.com.br

 4020-8283



DIREITO

DEVOLUÇÕES DESCOMPLICADAS:

*Entenda Seus Direitos em
Lojas Físicas e Online!*



No Brasil, devolver produtos comprados em lojas físicas e virtuais tem regras diferentes. Conhecer essas normas pode evitar aborrecimentos e garantir uma experiência de compra mais tranquila e justa. Vamos dar uma olhada nos principais direitos e deveres de consumidores e lojistas, de forma simples e acessível!

A proteção ao consumidor no Brasil é garantida pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). Esse conjunto de leis visa proteger os consumidores, garantindo práticas comerciais justas. Os consumidores têm direito à informação adequada, proteção contra práticas abusivas e reparação de danos. Por outro lado, os lojistas devem cumprir as garantias oferecidas, respeitar prazos legais e agir com transparência.

Existem dois tipos de garantias: a legal e a contratual. A garantia legal é obrigatória e cobre defeitos de fabricação. Para produtos não duráveis, o prazo é de 30 dias, e para produtos duráveis, 90 dias. Já a garantia contratual é uma opção extra oferecida pelo fabricante ou fornecedor e deve estar clara no termo de garantia.

Segundo o artigo 18 do CDC, se o produto apresentar defeitos, o consumidor pode reclamar dentro dos prazos mencionados. O fornecedor tem até 30 dias para resolver o problema. Se não conseguir, o consumidor pode escolher entre substituir o produto, receber o dinheiro de volta ou um abatimento no preço. É importante apresentar o produto em boas condições e comprovar o defeito.



Para compras em lojas físicas, a devolução por simples desistência (sem defeito) não é obrigatória por lei, mas muitas lojas adotam essa prática para agradar os clientes. Mesmo não sendo uma obrigação legal, é uma boa prática de mercado que ajuda a fidelizar clientes.

Nas compras online, por telefone ou catálogo, o artigo 49 do CDC garante o direito de arrependimento. O consumidor pode desistir da compra em até 7 dias corridos após o recebimento do produto ou assinatura do contrato, sem precisar justificar. Em caso de desistência, o fornecedor deve devolver o valor pago, incluindo os custos de frete. É essencial que o produto seja devolvido em boas condições, preferencialmente na embalagem original.

Os fornecedores devem fornecer informações claras sobre os produtos, incluindo características, qualidade, preço, garantia e possíveis riscos à saúde e segurança.

Conhecer seus direitos como consumidor e os deveres como lojista é essencial para um ambiente de consumo justo e equilibrado. Consumidores bem informados evitam frustrações e garantem reparações adequadas em caso de problemas. Já os lojistas que respeitam as normas legais melhoram a reputação de suas empresas e aumentam a fidelidade dos clientes, promovendo um mercado mais transparente e confiável. ©





Em Resumo:

Garantia Legal: 30 dias para não duráveis, 90 dias para duráveis.

Garantia Contratual: Opcional e extra, oferecida pelo fornecedor.

Devoluções em Lojas Físicas: Não obrigatória por lei, mas comum para agradar clientes.

Direito de Arrependimento (Compras à Distância): 7 dias para desistir, com reembolso total.

Informação: Fornecedores devem fornecer informações claras e precisas.

**ESPERAMOS QUE ESSAS INFORMAÇÕES
AJUDEM VOCÊ A FAZER COMPRAS MAIS
CONSCIENTES E SEGURAS!**

DRº ALAN SOUZA

Advogado, Empresário, Rotariano e Vice-Presidente da Comissão de Direito Empresarial da OAB Seccional Bahia do triênio 2022-2024. Formado em Direito pela UCSAL - Universidade Católica do Salvador, Mestrando em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia pela UFBA - Universidade Federal da Bahia, Pós-Graduado em Advocacia Trabalhista pela LFG, Pós-Graduado em Direito Civil, Direito Empresarial e Docência do Ensino Superior pela Unifacs - Universidade Salvador, MBA em Política e Estratégia pela ADESG - Associação dos Diplomados da Escola Superior de Guerra.

 [alansouza_adv](https://www.instagram.com/alansouza_adv)



**NA JR DIESEL
TEMOS PEÇAS
PARA SEU
CAMINHÃO DE**

A À Z



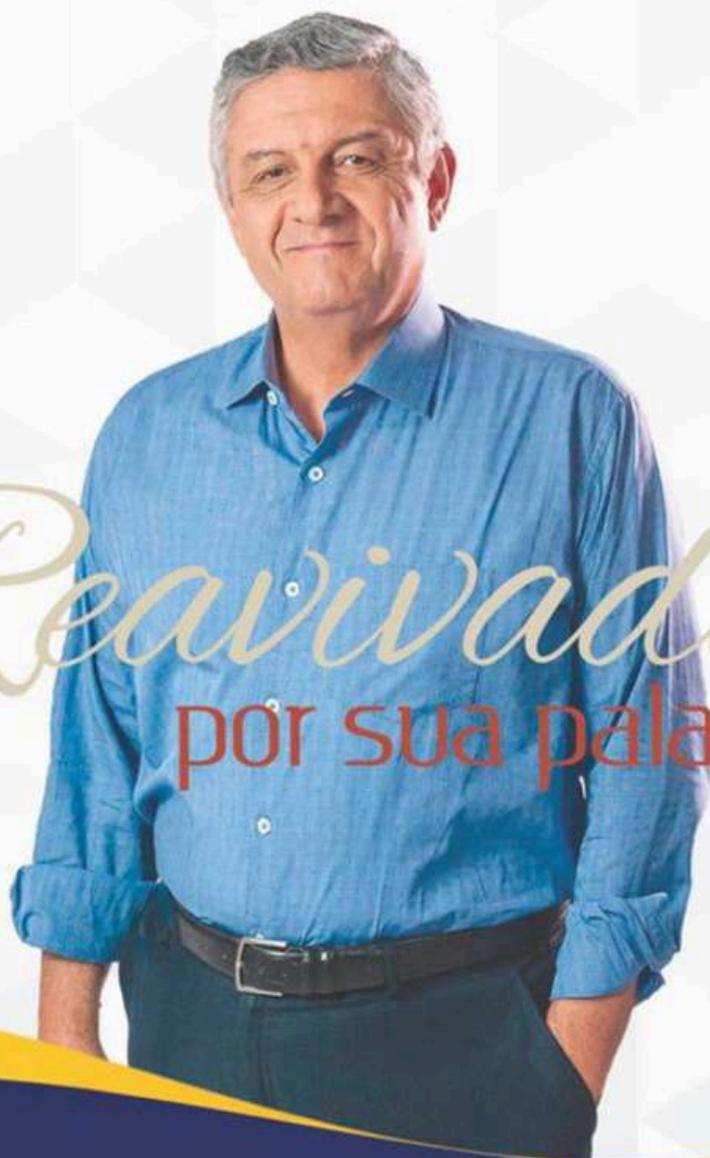
contato@jrdiesel.com.br
www.jrdiesel.com.br

(11) 3298-6000

R. Santa Erotildes, 95
Vila dos Remédios, Osasco - SP



Comece o dia
com Deus, estudando
um capítulo da Bíblia



Reavivados
por sua palavra

**Assista todos os dias, às 6h,
na TV Novo Tempo**

ntplay.com



CANAL
1

SKY

CANAL
31

Claro⁺ NET

CANAIS
27 e 527



Elegância e características naturais! *únicas!*

Somos movidos pela paixão de criar ambientes e
transformar a vida e a história de nossos clientes.



ESCANEE O QR CODE
E BAIXE O NOSSO PORTFÓLIO

SHOWROOM
ITAPUÃ
AV DORIVAL CAYMMI 943
71 3379-2019

SHOWROOM
CAMINHO DAS ÁRVORES:
ALAMEDA DAS ESPATÓDEAS, Nº53
CAMINHO DAS ÁRVORES, SALVADOR
71 3027-6610

Ana Cerviño
CEO da Tropical

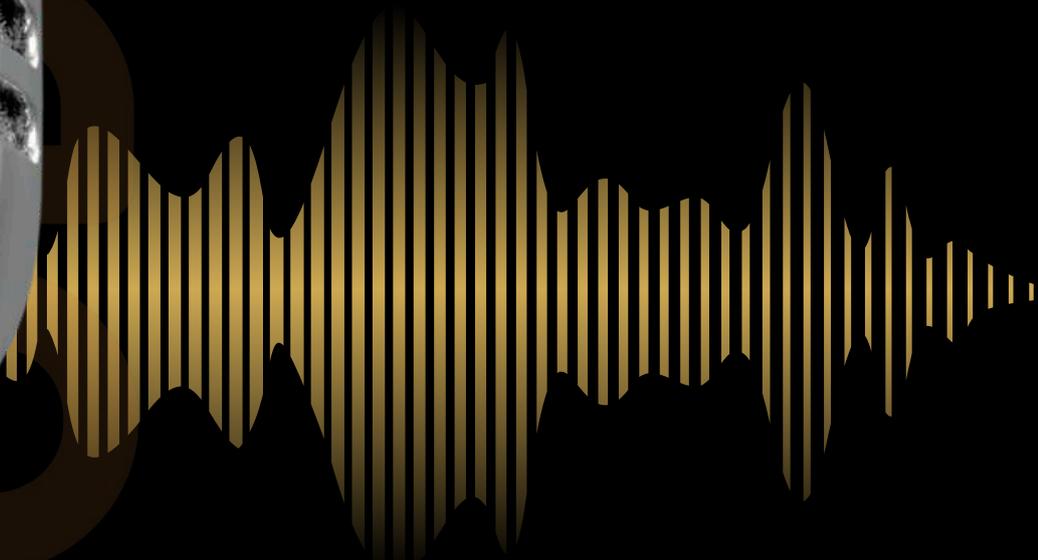
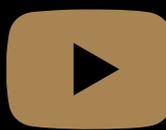


PODCAST

EMPREENDEDORES do Brasil

CONEXÕES PODEROSAS, MARCAS MEMORÁVEIS.

Venha compartilhar seu
case de sucesso com a
gente!



+ 55 (11) 99813-0488



www.empreendedoresdobrasil.com