



EMPREENDEDORES do Brasil

Ed. 29 | 2025



Da Educação Brasileira para o Mundo: A Família Carbonari e o Sonho que Ultrapassou Fronteiras - MUST University.

FAMÍLIA CARBONARI


CARBONARI

WWW.EMPREENDEDORESDOBASIL.COM



Transforme sua marca em uma máquina de vendas

Tudo para sua marca vender mais.



**Automação inteligente
Landing Pages que convertem
Gestão de tráfego
BioSites personalizados**

www.sivople.com

SUMÁRIO

Edição 29 / 2025

CAPA 28

05

BATE PAPO COM VOCÊ
Fátima Reis

08

BATE PAPO COM EMPREENDEDORA
Lívia Pereira

14

FORÇA TROUXE VOCÊ ATÉ AQUI. O QUE O LEVA ADIANTE É VISÃO ESTRATÉGICA.
Rosely Boschini

20

FAMÍLIA NÃO BASTA. POR QUE GOVERNANÇA É A CHAVE DA SUCESSÃO EMPRESARIAL
Rafael Lopes

24

A SÍNDROME DE BURNOUT: QUANDO A CABEÇA E O CORAÇÃO PRECISAM SE CONECTAR NO MUNDO EMPREENDEDOR
Cristina Lang

38

AS HABILIDADES DE LIDERANÇA ESSENCIAIS PARA CONQUISTAR O MERCADO INTERNACIONAL
André Duek

44

PEQUENAS EMPRESAS E A NOVA NR-1: AVALIAÇÃO DE RISCOS PSICOSSOCIAIS VAI PASSAR A SER EXIGIDA TAMBÉM NOS PEQUENOS NEGÓCIOS
Rafael Caribé

48

O QUE REALMENTE IMPEDE EMPRESAS DE ESCALAREM (E NÃO É FALTA DE VENDAS)
Guy Peixoto

50

O NOME QUE VOCÊ CONSTRUIU. PODE NÃO SER MAIS SEU AMANHÃ
Euler Costa



FAMÍLIA CARBONARI

CRÉDITOS

Editora chefe: Fátima Reis
Estrategista Sênior: Paulo Assunção
Software Engineer: Thiago Almeida
Make : Linda Severo, Pablo Lobo e Vanessa Danthas
Hair: Stefany Oliveira, Pablo Lobo e Vanessa Danthas
Consultora de imagem e estilista: Paola de Marco
Design e Diagramação: Catarina Souza, Gabriel Andrade e Rute Silva
Webdesign: Lucas Serinolli
Redes Sociais: Gleice Clementino e Lucas Serinolli
SDR: Gustavo Pereira
Estrategista Digital: Lucas Ferreira
Videomaker Master: Joilson Pereira
Videomakers: Valter Silva
Fotógrafos: Joilson Pereira, Tais Silva, Marina Costa Gadelha.
Gestor de Tráfego: Alisson Silva e Lucas Serinolli
Design Gráfico: Pollyanna Farias
Desenvolvimento Humano: Rose Figueiredo e Cristina Lang
Comercial: Gabriel Martins e Gustavo Pereira
Capa: Antônio Carlos Carbanari, Maria Elisa Carbonari e Giulianna Carbonari.
Foto Capa: Divulgaçãoção
Formato: Digital
Publicação: 29ª 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, Victor Dias, Maria José Souza, José Antônio, Maciel Macêdo, Thiago Almeida, Camila Almeida, Pablo Lobo, Camila Hannoun, Joilson Pereira, Lívia Pereira, Cristina Lang, Euler Costa, Rafael Lopes, André Duek, Guy Peixoto, Vanessa Moura, Antônio Carlos Carbanari, Maria Elisa Carbonari e Giulianna Carbonari.

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.emprendedoresdobrasil.com
contato@emprendedoresdobrasil.com
@emprendedoresdobrasiloficial
@fatimareisoficial
+ 55 11 9 5902-6499 / 11 9 6581-5702

Bate papo com você

Nesta 29ª edição da Revista Empreendedores do Brasil, celebramos mais do que uma trajetória de sucesso — celebramos um legado. E nada poderia representar melhor esse espírito do que nossa capa: a Família Carbonari. Três nomes, três gerações e uma missão em comum — transformar vidas por meio da educação. Antônio Carbonari Netto, Maria Elisa Carbonari e Julianna Carbonari Meneghello uniram sua experiência, valores e visão de futuro para fundar a MUST University, uma universidade americana com alma brasileira, que rompe fronteiras e amplia horizontes para latinos e brasileiros ao redor do mundo. Uma história que inspira, ensina e emociona.

Nesta edição, você também vai conhecer a trajetória apaixonante de Lívia Pereira, nossa empreendedora em destaque. Com mais de 20 anos no setor de turismo e eventos, ela mostra que viagens transformadoras vão além dos roteiros: são sobre pessoas, culturas e experiências que conectam e marcam para sempre. Seu trabalho cuidadoso com grupos e roteiros culturais revela o poder do turismo como ferramenta de educação, preservação da memória e desenvolvimento humano.

Seguimos trazendo reflexões fundamentais para quem quer empreender com consistência e visão: Rosely Boschini, CEO da Editora Gente, fala sobre como transformar conhecimento em posicionamento e legado. Sua mentoria Originals. Já Rafael Lopes, reitor do CEUB, alerta que o sobrenome não basta: governança é a chave da sucessão em empresas familiares. A psicóloga Cristina Lang traz à tona um tema urgente: a síndrome de burnout no mundo empreendedor e a importância de reconectar cabeça e coração. André Duek, com sua vasta experiência internacional, revela as habilidades de liderança necessárias para conquistar mercados fora do Brasil. Rafael Caribé, CEO da Agilize, mostra como até os pequenos negócios precisam se preparar para as novas exigências da NR 1 — inclusive os riscos psicossociais. Guy Peixoto fala O que realmente impede empresas de escalarem (e não é falta de vendas) e Euler Costa, CEO da Agility Marcas e Patentes, traz um alerta que vale ouro: o nome que você construiu pode não ser mais seu amanhã. Registrar sua marca é proteger tudo o que você construiu.

Cada página desta edição foi pensada para provocar, orientar e inspirar você, empreendedor, que sabe que não basta crescer: é preciso crescer com propósito, proteção, visão e estrutura.

Forte abraço,
Fátima Reis
Editora Chefe



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:

 CIDADELA  FEDERAÇÃO  SALVADOR TRADE  PARALELA/WALL STREET  TANCREDO NEVES



45 anos

Universitária
Impressão Digital



EMPREENDEDORES
do Brasil

O LEGADO

**HISTÓRIAS
INSPIRADORAS**

Empreendedores constroem negócios. Líderes constroem legados.

Registre a sua história e inspire as próximas gerações.

WWW.EMPREENDEDORESDOBASIL.COM

@empreendedoresdobrasiloficial

Bate Papo

Lívia Pereira

Guia do Turismo | Tradutora bilíngue Português/Japonês | Consultora Travel



@liviapereira.turismo

ENTREVISTA

Por Fátima Reis

Com mais de duas décadas de atuação no setor de turismo e eventos, Lívia Pereira é uma profissional apaixonada por conectar pessoas, culturas e histórias por meio de experiências transformadoras.

Sua trajetória começou em 2002, de forma simples, mas com um propósito que logo se revelou maior: proporcionar viagens com planejamento, segurança e significado. Desde então, guiou centenas de grupos por destinos marcantes como Gramado, Canela, o Mercosul e Portugal — lugares que, assim como os viajantes, a tocaram profundamente.

Especialista em roteiros culturais e vivências em grupo, Lívia acredita que uma viagem inesquecível vai muito além dos pontos turísticos: ela nasce do cuidado com cada detalhe, da escolha de equipes locais qualificadas e do respeito às individualidades de cada participante.

Como guia de turismo credenciada, tradutora bilíngue (Português/Japonês) e consultora de viagens, ela alia técnica, sensibilidade e vasta experiência para criar jornadas que emocionam, educam e deixam marcas positivas na vida de quem viaja com ela.

Para Lívia, o turismo é também uma ferramenta poderosa de preservação da memória cultural e desenvolvimento sustentável. Ao valorizar a história, os saberes locais e o legado de diferentes povos, ela ajuda a construir pontes entre o passado e o futuro — sempre com responsabilidade e paixão pelo que faz.

1. Lívia, o que te motivou a escolher o turismo como profissão e como surgiu sua paixão por guiar pessoas em experiências de viagem?

LP: Minha trajetória começou de forma simples, em 2002, quando surgiu uma oportunidade de trabalho na área. Com o tempo, percebi que cada viagem era uma nova chance de conectar pessoas e culturas — e foi exatamente nessa troca que minha paixão floresceu. A cada experiência, o encantamento só aumentava.

2. Quais são os destinos que mais marcaram sua trajetória como guia de turismo e por quê?

LP: Vivi experiências inesquecíveis em diversos lugares do Brasil e do exterior. Gramado e Canela me marcaram pelo charme europeu e o clima frio. O Mercosul, especialmente o Uruguai, impressiona com sua arquitetura espetacular. E Portugal, com suas raízes históricas e culturais ligadas ao Brasil, sempre traz um sentimento de pertencimento muito forte.



LÍVIA PEREIRA

E sua pereirinha...

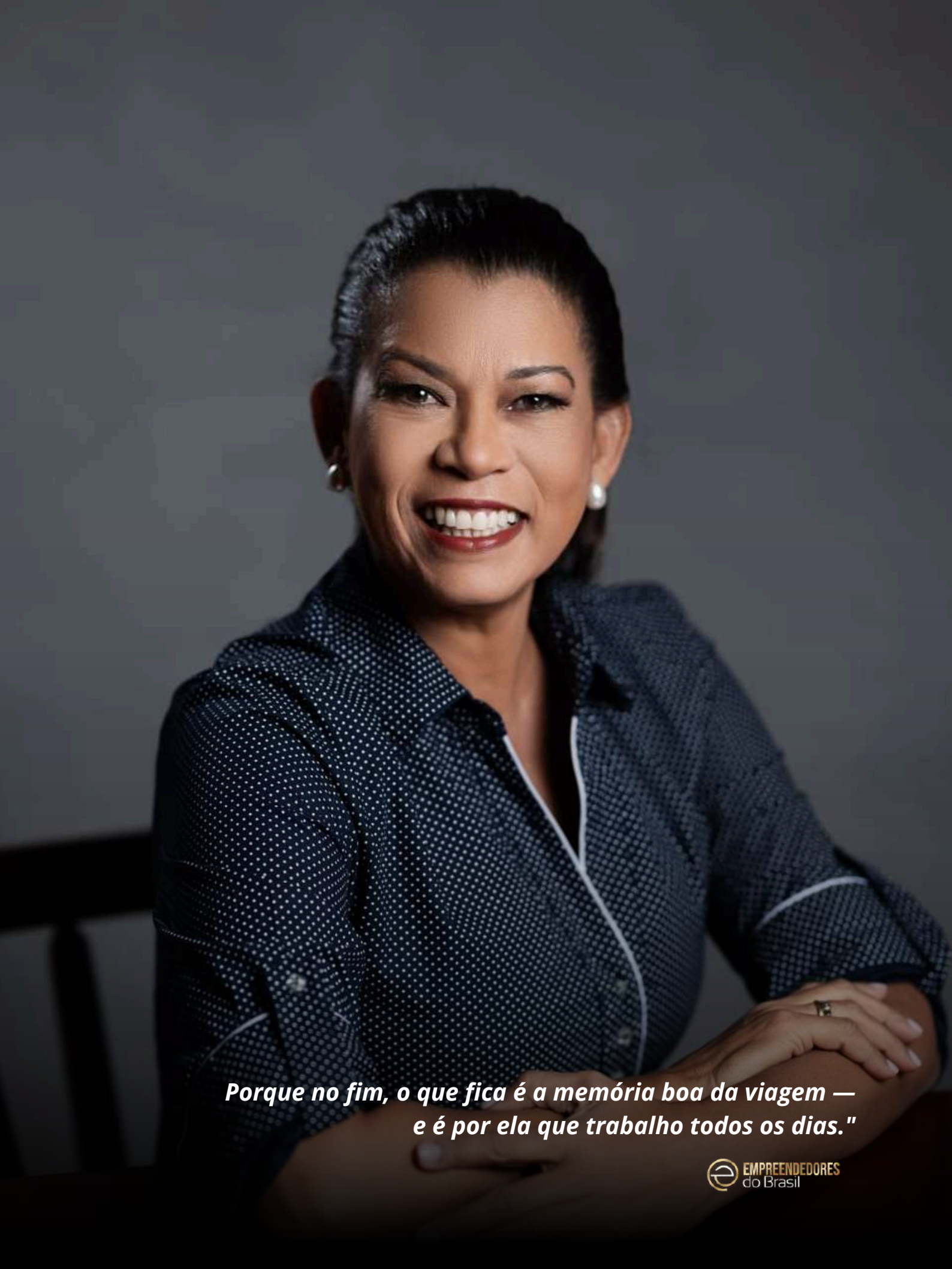
3. Como surgiu a ideia de criar a Pereirinha, sua boneca de pano que te acompanha nas viagens?

LP: A ideia da Pereirinha surgiu da necessidade de facilitar a comunicação com os grupos durante as viagens. Todo guia precisa orientar os viajantes, explicar o que vai acontecer em cada etapa do dia e garantir que todos estejam juntos — o que nem sempre é simples quando se trata de grupos grandes. Muitas vezes, as pessoas se dispersam ou não conseguem me localizar com facilidade em locais movimentados. Foi aí que nasceu a Pereirinha, uma simpática boneca de pano, que se tornou minha marca registrada. Coloco-a em um bastão e, sempre que a levanto, o grupo sabe exatamente onde estou e para onde deve ir. Além de funcional, ela traz um toque de carinho, identidade e afeto para as nossas jornadas.

4. Como você equilibra planejamento e improviso durante os passeios, especialmente quando surgem imprevistos com o grupo?

LP: Planejamento é essencial — uma viagem segura e agradável começa muito antes da partida. E embora eu acredite que improvisar não seja o ideal, imprevistos podem acontecer. Quando surgem, lidamos de forma coletiva, buscando sempre a melhor solução para o grupo como um todo, com empatia e agilidade.





*Porque no fim, o que fica é a memória boa da viagem —
e é por ela que trabalho todos os dias."*



5. Você acredita que o turismo pode transformar a vida das pessoas? Pode compartilhar uma história marcante nesse sentido?

LP: Com certeza. O turismo tem o poder de emocionar, transformar e conectar. Um momento inesquecível foi quando chegamos aos Lençóis Maranhenses. Ver os viajantes se ajoelharem, emocionados diante daquela imensidão natural, foi uma das cenas mais tocantes que já presenciei.

6. Quais são os maiores desafios da sua profissão e como você lida com eles no dia a dia?

LP: Um dos maiores desafios da minha profissão é garantir a segurança e o bem-estar de cada viajante, especialmente em grupos com perfis tão diversos. Cada pessoa tem uma expectativa, uma necessidade, um ritmo. Lidar com isso exige preparo, escuta ativa e muita sensibilidade. Além disso, imprevistos como mudanças climáticas, atrasos ou questões logísticas fazem parte da rotina — e é aí que entra o jogo de cintura, o planejamento e a parceria com equipes locais bem treinadas. Meu foco é sempre antecipar riscos, acolher com empatia e manter a experiência positiva, mesmo diante dos obstáculos. “Porque no fim, o que fica é a boa memória da viagem — e é por ela que trabalho todos os dias.”



7. Na sua visão, o que torna uma experiência turística verdadeiramente inesquecível para os viajantes?

LP: A combinação de profissionalismo e cuidado. Contratar uma agência e um guia credenciados ao Ministério do Turismo garante segurança e qualidade. Um roteiro bem planejado, com atenção aos detalhes e respeito às necessidades do grupo, faz toda a diferença.

8. Como você enxerga o papel do turismo na valorização da cultura local e no desenvolvimento sustentável?

LP: O turismo é uma ponte entre passado e futuro. Ao valorizar a herança deixada por europeus, indígenas e povos escravizados, mantemos vivas as histórias que moldaram nossos destinos. Preservar esse legado é um dever coletivo, essencial para garantir experiências ricas e conscientes às próximas gerações.



9. Quais dicas você daria para quem sonha em trabalhar com turismo e viver viajando, assim como você?

LP: Invista em formação contínua, construa parcerias com profissionais sérios e busque viver de verdade as experiências que oferece aos seus clientes. Mais do que vender viagens, oferecemos sonhos — e para isso, é preciso estar sempre em movimento, aprendendo e se reinventando. ©



**Guia do Turismo | Tradutora bilíngue
Português/Japonês | Consultora Travel**

@liviapereira.turismo



ROSELY BOSCHINI

CEO EDITORA GENTE

 @ROSELYBOSCHINI



Força trouxe você até aqui. O que o leva adiante é visão estratégica.

Este mês, quero trazer algo que você já sabe, mas que vale sempre repetir: **não basta liderar uma empresa. É preciso construir um negócio que lidere seu mercado.**

E hoje, mais do que produto, tecnologia ou operação, o que sustenta o crescimento real é posicionamento estratégico, narrativa clara e uma liderança com autoridade reconhecida.

Os seus resultados são reflexo de muito esforço operacional, isso deve estar claro para você. Mas chega um ponto em que, para atingir o próximo nível, você precisa de algo a mais: você precisa sair dos bastidores e assumir um lugar de protagonismo.

Esse é o objetivo da jornada Best-Seller, ao compartilhar a metodologia que desenvolvemos na Editora Gente, essa visibilidade impulsionou o crescimento de todo o nosso ecossistema. É isso também que apoio meus autores a fazerem. Quando eles se tornam protagonistas, todos os seus negócios crescem e prosperam.

Um grande exemplo desse ponto que estou trazendo a você é o Alfredo Soares, um dos autores que convidei para a última edição do Best-Seller Experience. Nós conversamos sobre autores que criam movimento, que transcendem o livro. E ele é um caso que ilustra muito bem isso. Bora Vender não foi apenas o seu best-seller de estreia, foi também a ponta de lança de um grande movimento.

O Alfredo não só alavancou sua própria autoridade como fortaleceu o posicionamento da Vtex e pavimentou seu caminho como uma das lideranças do G4, que hoje é um dos maiores ecossistemas de educação executiva do país. O Bora Vender foi a faísca, mas o que sustentou a escalada foi a sua estratégia.

O ponto é: a estratégia certa não é apenas sobre reconhecer tudo o que você já fez. É sobre projetar o futuro que você quer alcançar e transformar esse futuro em narrativa, produto e conexão com o mercado.

Em todos esses anos à frente da Editora Gente, aprendi que um conteúdo poderoso pode ser muito mais do que um livro: pode ser uma plataforma estratégica de posicionamento, reputação e negócios. Mas só quando ele nasce alinhado com o futuro que se quer construir.

Quando criei a mentoria Originals, meu objetivo era impulsionar ainda mais meus autores, que são empresários, fundadores e especialistas muito competentes em seus campos, mas que precisavam de um apoio mais próximo para organizarem sua bagagem, projetarem seus próximos passos de posicionamento e traduzirem tudo isso em impacto real no negócio. E a base desse processo começa com uma pergunta simples, mas poderosa: onde **você** quer estar daqui a cinco anos, e como **sua empresa** precisa se posicionar para chegar lá?



Garanta aqui
Bora ser criativos





"Visibilidade sem estratégia é vaidade. Estratégia sem visibilidade é desperdício de potencial."



O PAPEL DO LÍDER NA VISÃO DO FUTURO


Todos os melhores autores que acompanhei e sigo acompanhando entenderam que, quando crescem, o negócio também cresce. Mas isso exige uma estratégia coerente, aplicada com consistência, que envolve cultura, posicionamento e entrega.

Assim, o CEO precisa se tornar um arquiteto, com uma visão ampla e estratégica. Um verdadeiro construtor de sistemas vivos. Como? Com clareza, método, disciplina e se colocando como uma liderança que não centraliza, mas capacita. Que escolhe as ferramentas certas e se cerca das pessoas certas, para que todas as peças se movam em conjunto, seguindo a estratégia traçada.

Esses autores são líderes que criaram negócios inconfundíveis. Porque entenderam que visibilidade sem estratégia é vaidade, e estratégia sem visibilidade é desperdício de potencial.

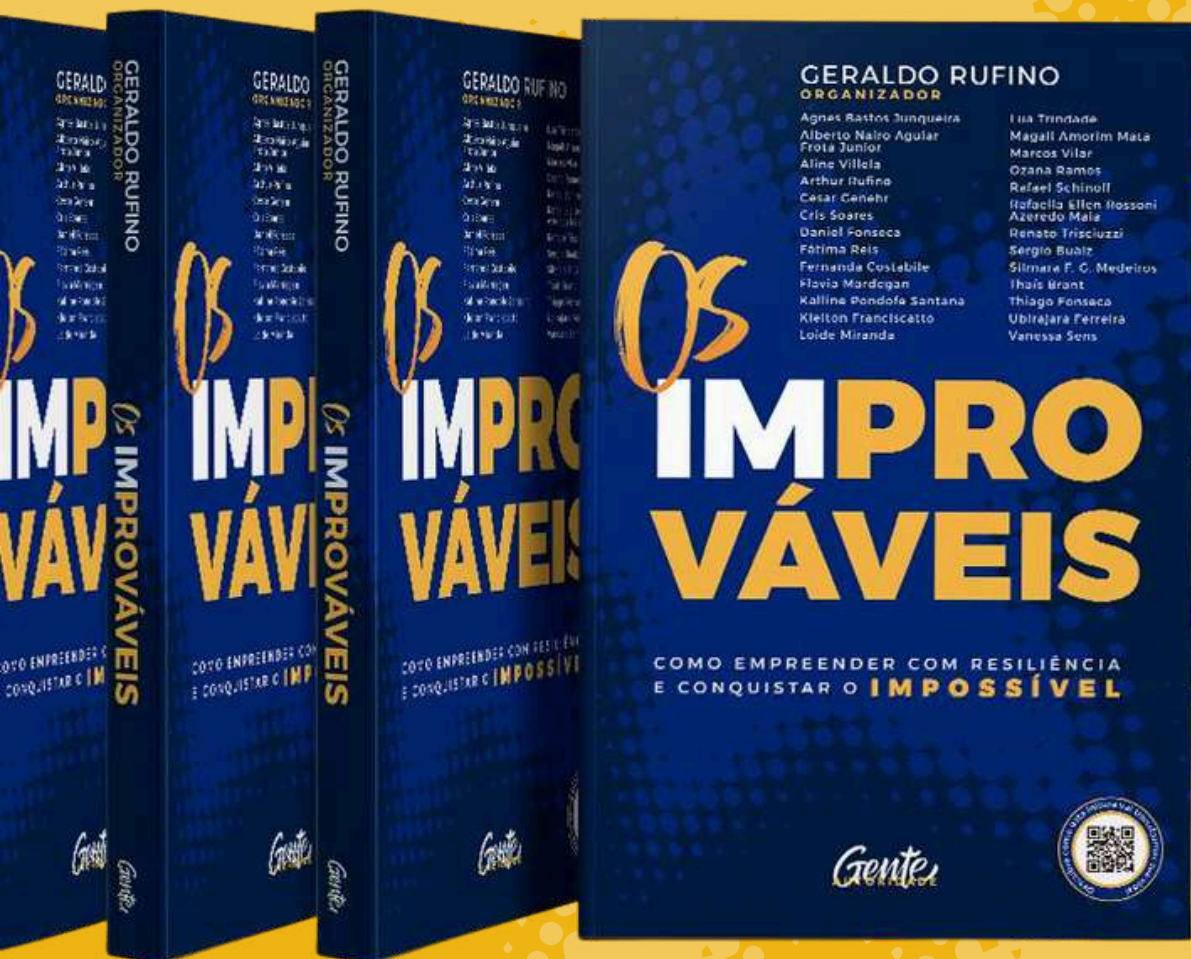
Por isso, te deixo com uma provocação clara:

Qual o futuro que você está construindo? Um futuro de esforço contínuo e resultados imprevisíveis? Ou um futuro ancorado em visão, posicionamento e protagonismo?

A escolha é sua. 

Rosely Boschini
CEO Editora Gente

FAÇA SEU NEGÓCIO DECOLAR COM
ESSE NOVO BEST-SELLER DA GENTE!



Garanta aqui
Os improváveis!

Gente
editora

A portrait of Rafael Lopes, a man with a beard and glasses, wearing a dark suit jacket, a white shirt, and a red patterned tie. He is standing outdoors in front of a modern building with a large, stylized 'X' structure. The background is slightly blurred, showing greenery and architectural details.

RAFAEL LOPES

Reitor do Centro Universitário de Brasília - CEUB



@r.mlopes

Família Não Basta:


Por que Governança é a Chave da Sucessão Empresarial

Empresas familiares são muito mais do que CNPJs. Elas carregam memórias, tradições, valores — e, muitas vezes, a alma de quem começou tudo lá atrás, com coragem, intuição e pouco recurso. Talvez você tenha crescido vendo seus pais ou avós batalharem nesse negócio. Talvez você mesmo tenha fundado a empresa e agora pense no futuro dela.

Mas aqui vai uma verdade que poucos dizem: nem toda história bonita sobrevive ao tempo. Algumas se perdem. Outras se sabotam. O que diferencia as que continuam crescendo daquelas que se desfazem pelo caminho? Uma palavra: **governança**.

É comum ver empresas familiares tratando a sucessão como algo automático — quase como passar a chave da casa de pai para filho. Mas a realidade é outra. Resistir à profissionalização, misturar contas pessoais com as da empresa, tomar decisões baseadas apenas na emoção... tudo isso pode colocar em risco aquilo que levou décadas para ser construído.





“Empresas familiares são mais do que empreendimentos. Elas são heranças emocionais, histórias que atravessam gerações.”



Se você quer que o seu negócio atravessasse gerações, precisa entender que boa governança não engessa, ela liberta. Ela cria estrutura, dá segurança nas decisões, abre espaço para a meritocracia e fortalece a cultura da sua empresa. Implantar um conselho com membros independentes, criar comitês e acordos familiares bem definidos são passos fundamentais para equilibrar tradição e inovação.

E quando falamos em sucessão, é hora de tirar o romantismo da equação. Não é sobre quem vai “herdar o trono”, mas sobre quem está preparado para dar continuidade — ou renovar — a visão da empresa. Formar sucessores leva tempo. Eles precisam de vivência, preparo, escuta e, muitas vezes, experiências fora da bolha familiar.

Profissionalizar a gestão também é urgente. Isso significa trazer talentos de fora, implementar processos claros e, principalmente, entender que o caixa da empresa não é extensão da carteira da família. Ele é o combustível do crescimento.

Se você chegou até aqui, talvez esteja refletindo sobre o futuro do seu próprio negócio. E essa reflexão é o primeiro passo. Porque legado não se constrói apenas com o que foi feito no passado — ele se sustenta com decisões conscientes no presente.

A boa notícia? Ainda dá tempo. Com visão, coragem e estrutura, a sua empresa familiar pode ser mais do que uma linda lembrança. Ela pode ser uma marca viva, próspera e duradoura.



@r.mlopes
@uniceub_oficial
www.ceub.br



A portrait of Cristina Lang, a woman with shoulder-length brown hair and bangs, wearing purple-rimmed glasses and a red sleeveless top. She is smiling and looking towards the camera. The background is a solid, muted purple color.

CRISTINA LANG

Psicanalista | Especialista em Brainspotting



@cristinalangoficial

A SÍNDROME DE BURNOUT:

QUANDO A CABEÇA E O CORAÇÃO PRECISAM SE CONECTAR NO MUNDO EMPREENDEDOR

Prezado(a) empresário(a),

Sei bem o ritmo acelerado em que você vive. A paixão por construir, inovar e crescer é o combustível que move o empreendedorismo. Mas, em meio a tantos desafios e conquistas, há um fenômeno silencioso que vem ganhando voz e que merece a sua atenção, pois toca a essência de quem somos: **a Síndrome de Burnout**.

Você já assistiu ao curta da Disney "Cabeça e Coração" (Head & Heart)? Ele é uma bela metáfora para a dualidade que muitos de nós carregamos, especialmente no universo empreendedor. De um lado, a Cabeça, lógica, estratégica, preocupada com a segurança, o planejamento e os resultados. Do outro, o Coração, pulsante de emoções, de desejo por conexão, alegria e espontaneidade. O curta mostra o descompasso entre esses dois lados, e como a vida se torna incompleta e desafiadora quando um ignora ou tenta dominar o outro. É nesse descompasso que a psicanálise encontra um terreno fértil para entender o Burnout.

Como psicanalista, tenho observado de perto os impactos desse esgotamento profundo, que não é uma "frescura" ou cansaço passageiro. É uma condição séria, reconhecida pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como um fenômeno ocupacional, fruto do estresse crônico no ambiente de trabalho que não foi gerenciado com sucesso. É uma vivência que desafia a capacidade de uma pessoa de seguir em frente com sentido e energia, pois sua Cabeça e seu Coração entraram em colapso.

Pense no Burnout como o resultado final de uma batalha interna, onde a Cabeça – focada incessantemente em produzir, em resolver problemas, em manter o controle e em alcançar metas – acaba por silenciar o Coração, que anseia por pausas, por conexão, por reconhecimento emocional e por propósito além da produtividade. Ele se manifesta em três dimensões principais que afetam diretamente o indivíduo: a exaustão extrema, onde a pessoa sente-se profundamente esgotada, física e mentalmente, mesmo após períodos de descanso, como se a energia vital simplesmente tivesse desaparecido, tornando cada pequena tarefa um enorme fardo.

Há também o cinismo e o desapego, um desenvolvimento de uma atitude de distanciamento, indiferença ou até mesmo irritação com o próprio trabalho, com colegas, clientes, ou com aquilo que antes trazia satisfação; é uma forma de defesa, onde a pessoa se blindou emocionalmente para tentar sobreviver à pressão, ignorando os chamados do Coração. E por fim, o sentimento de ineficácia pessoal, onde a percepção da própria competência diminui, mesmo que a pessoa seja altamente capaz, sentindo que o esforço não vale a pena e que a contribuição pessoal é mínima, afetando a autoestima e a motivação, um triste reflexo da desconexão interna.

O ambiente de negócios atual, com suas demandas incessantes, metas ambiciosas e a constante necessidade de adaptação, cria um terreno fértil para o Burnout. Para o empresário, essa realidade é ainda mais acentuada: a pressão pelo resultado, a responsabilidade pela equipe e, muitas vezes, a dificuldade em delegar ou desconectar. Você, que está sempre à frente, pode ser o primeiro a negligenciar os próprios sinais de alarme, pois sua Cabeça está tão no comando que não permite que o Coração sinta. E o que acontece com você ecoa em sua equipe.

Quando a atmosfera é de exaustão e o foco está apenas nas metas (Cabeça), as pessoas podem sentir-se igualmente sobrecarregadas e desamparadas, aumentando sua vulnerabilidade a esse esgotamento, pois seus próprios Corações também são silenciados.

A Síndrome de Burnout não é apenas um problema de "produção"; ela atinge profundamente o ser humano em sua integralidade, revelando a dor da separação entre Cabeça e Coração. Pense nos seus colegas, nos seus colaboradores e em você mesmo. A pessoa vive em um estado de fadiga constante, pode ter problemas para dormir, dores de cabeça frequentes e uma sensação avassaladora de tristeza, ansiedade ou irritabilidade. A alegria e o prazer pelas coisas da vida diminuem drasticamente.

O cinismo e o desapego podem se estender para fora do ambiente de trabalho, afetando a convivência familiar e as amizades, levando a pessoa a se sentir isolada e incompreendida. Quando a sensação de ineficácia se instala, a pessoa pode questionar o valor de seu trabalho e até mesmo de sua própria vida, perdendo a conexão com aquilo que a motivava. Estudos mostram que o estresse crônico libera hormônios como o cortisol em excesso, o que afeta a memória, a capacidade de tomar decisões e, inclusive, compromete a imunidade das pessoas.

O corpo e a mente dão sinais claros de que algo não vai bem. Ou seja, a ciência comprova que o Burnout tem raízes profundas na forma como o trabalho é organizado e vivenciado, com impactos reais na saúde física e mental, um grito do Coração por atenção.

Como psicanalista, sei que a mudança começa com a percepção e o autoconhecimento, assim como no curta "Cabeça e Coração", onde a solução vem da integração. Para combater o Burnout, é preciso uma abordagem que priorize o indivíduo, buscando harmonizar essa dinâmica interna.



Empresário, **você é o primeiro a precisar de limites.** Onde estão as fronteiras entre o seu trabalho (Cabeça) e a sua vida pessoal (Coração)? Descansar e ter hobbies não é luxo, é manutenção essencial da sua capacidade de estar presente e pleno, permitindo que seu Coração respire. Crie um ambiente de cuidado e respeito: isso significa ir além das palavras. Avalie as cargas de trabalho das pessoas. Estimule o diálogo aberto e honesto, onde as vozes de todos são ouvidas. **Reconheça o esforço e as conquistas individuais,** valorizando cada pessoa. A falta de clareza nas expectativas e o pouco reconhecimento são grandes geradores de estresse; **invista em comunicações francas e feedbacks** construtivos, que ajudem o outro a crescer sem se sentir julgado, honrando tanto a racionalidade quanto a emoção. Suas pessoas **precisam de tempo para se desligar;** lembre-as da importância do **descanso, do lazer,** e mostre isso com o seu próprio exemplo – o **autocuidado é fundamental** para a resiliência e para que o Coração não se esgote.



Esteja atento aos sinais: observe as mudanças de comportamento nos outros, como irritabilidade, isolamento, desânimo. **Não ignore. Pergunte como a pessoa está e se ofereça para ajudar ou indicar apoio profissional;** um olhar atento e empático pode fazer toda a diferença. Por fim, ter um canal para que as pessoas **busquem ajuda psicológica ou psicanalítica,** quando necessário, pode ser um grande diferencial, demonstrando que você se importa com o **bem-estar genuíno de cada um, ajudando-os a reconciliar sua própria Cabeça e Coração.**

A **Síndrome de Burnout é um alerta.** Ela nos convida a repensar a forma como vivemos o trabalho e como nos relacionamos com ele, assim como o curta nos convida a harmonizar nossas partes internas. **Investir na saúde mental de cada indivíduo** – na sua e na de quem faz parte do seu círculo – não é um gasto, mas um investimento essencial na qualidade de vida, na felicidade e na capacidade de florescer de cada ser humano.

Pense nisso: um ambiente onde as pessoas se sentem valorizadas e cuidadas, onde Cabeça e Coração podem trabalhar juntos, é o maior presente que você pode oferecer.

CAPA




família

CARBONARI

Três nomes, uma missão e um legado que atravessa gerações e fronteiras. Antônio Carbonari Netto, renomado educador e visionário fundador da Anhanguera Educacional, uniu forças com sua esposa, a educadora e especialista em desenvolvimento humano Maria Elisa Carbonari, e com a filha, a empreendedora e executiva Julianna Carbonari Meneghello, para fundar a MUST University — uma universidade americana com DNA brasileiro e olhar voltado ao mundo.

Com sede na Flórida e foco na inclusão de latinos e brasileiros no ensino superior internacional, a MUST nasceu com um propósito ousado: tornar a educação de qualidade acessível, prática e global. Nesta entrevista exclusiva, a Revista Empreendedores do Brasil mergulha nos bastidores dessa história inspiradora, marcada por inovação, coragem, valores familiares e uma paixão em comum: transformar vidas por meio da educação.

Conheça os bastidores desse projeto que uniu experiência, propósito e visão de futuro, e descubra como essa família de empreendedores está deixando sua marca no cenário educacional internacional.

 @must.education

1. Como surgiu a ideia de fundar a MUST University nos Estados Unidos, e qual foi o propósito central por trás dessa iniciativa?

AC: A ideia surgiu a partir da nossa vivência e da certeza de que a educação de qualidade pode e deve ultrapassar fronteiras. Depois da trajetória no Brasil com a Anhanguera, percebemos que havia uma lacuna importante para brasileiros e latinos que desejavam estudar fora, mas encontravam barreiras culturais, linguísticas e financeiras. A MUST nasceu para ser uma ponte: uma universidade americana com essência brasileira, acessível e global.

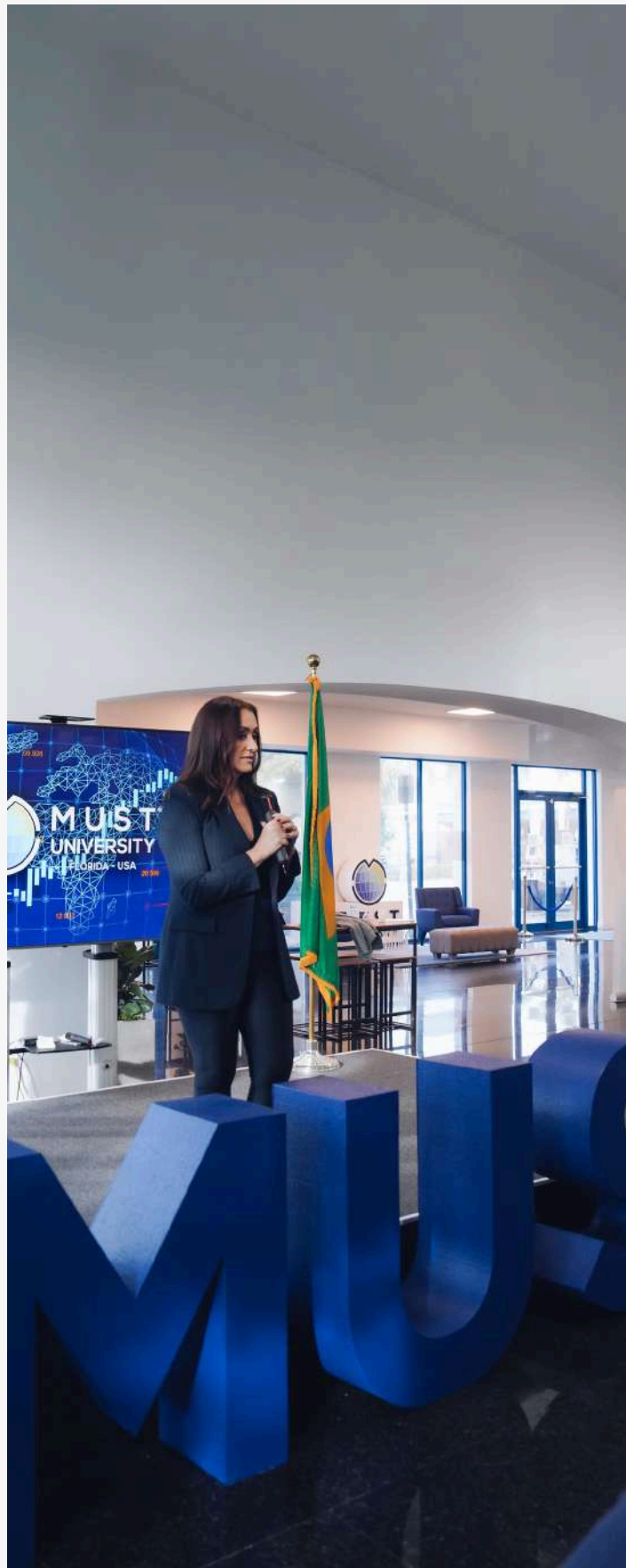
2. O que mais os desafiou no processo de empreender no exterior, especialmente no setor educacional norte-americano?

GC: Empreender no setor educacional dos Estados Unidos exige não apenas adaptação às normas rigorosas do país, mas também um profundo entendimento de como conciliar o que há de mais inovador na educação americana com o acolhimento e a personalização que marcam nossa cultura brasileira. O maior desafio foi manter nossa identidade enquanto ganhávamos reconhecimento internacional.

3. A MUST University tem como foco os latinos e brasileiros. Como vocês enxergam o papel da educação internacional na transformação de vidas?

MC: A educação internacional amplia horizontes. Ela não transforma apenas carreiras, mas a forma como o indivíduo enxerga o mundo e seu papel nele. Quando um brasileiro ou latino acessa o ensino superior em outro país, ele passa a construir pontes culturais e profissionais — e isso é transformador para ele, para sua comunidade e para o seu país de origem.





4. Como é trabalhar em família em um projeto tão grandioso? Quais os aprendizados dessa convivência profissional e pessoal?

MC: É um privilégio e também uma grande responsabilidade. Trazemos para o trabalho os nossos valores familiares – como respeito, escuta e apoio – e isso cria um ambiente mais humano. O aprendizado é diário, porque conciliar visões de gerações diferentes exige flexibilidade e confiança, mas os frutos disso são muito gratificantes.

5. O que diferencia a MUST de outras universidades americanas? Qual o maior diferencial da proposta pedagógica?

GC: Nosso maior diferencial é unir a excelência acadêmica americana com uma abordagem inclusiva e personalizada. A MUST é uma universidade feita para o aluno que precisa conciliar estudo, trabalho e vida pessoal, sem abrir mão da qualidade. Valorizamos o conhecimento prático, a aplicabilidade no mercado e o suporte emocional ao aluno.

6. Como vocês lidam com a constante necessidade de inovação na educação, especialmente no ensino a distância?

AC: Inovação está no nosso DNA. Buscamos constantemente novas tecnologias, metodologias ativas e ferramentas que facilitem o aprendizado. Mas, mais do que isso, inovar é entender o aluno de hoje e como ele aprende melhor. A educação a distância exige empatia, acompanhamento e qualidade – e é nisso que investimos continuamente.



Universidade Guarulhos
Diploma

O Magnífico Rector da Universidade Guarulhos (UNG), no uso de suas atribuições e em conformidade com o Regimento Geral, o Estatuto e as normas estabelecidas pelo Conselho Universitário, outorga o presente título de

Doutor Honoris Causa

Antonio Carbonari Netto

concedido pelas distintas, notáveis e significativas realizações em prol da sociedade e das instituições de educação superior do País, contribuindo com o desenvolvimento econômico e social de gerações por meio da Educação.

Dado e passado na cidade de Guarulhos, Estado de São Paulo, no décimo nono dia do mês de novembro de dois mil e vinte e quatro.

"A MUST nasceu para ser uma ponte: uma universidade americana com essência brasileira, acessível e global."

ANTÔNIO CARBONARI



7. O senhor foi responsável por transformar a Anhanguera em uma das maiores instituições educacionais do Brasil. O que mudou em sua visão de empreendedorismo da época da Anhanguera para agora, com a MUST?

AC: Na Anhanguera, meu foco era ampliar o acesso ao ensino superior no Brasil. Com a MUST, o desafio é ainda maior: garantir acesso global à educação. Hoje vejo o empreendedorismo como uma ferramenta de transformação que precisa ser ainda mais ágil, tecnológica e conectada com o mundo.



8. O que te motivou a seguir empreendendo após a venda da marca Anhanguera para a Kroton?

AC: Educação sempre foi minha paixão. Acredito que temos uma missão contínua de servir à sociedade por meio do conhecimento. A venda da Anhanguera foi uma etapa, mas a vontade de continuar impactando vidas me levou à criação da MUST, agora com a família ao meu lado e um olhar mais global.



9. Como vocês lidam com a constante necessidade de inovação na educação, especialmente no ensino a distância?

AC: O futuro da educação é híbrido, tecnológico e multicultural. E os brasileiros têm um papel importante porque são criativos, resilientes e têm grande capacidade de adaptação. Nosso desafio é garantir que eles estejam preparados para competir e colaborar globalmente – e isso passa por ampliar o acesso à educação internacional.



"A educação internacional amplia horizontes — ela transforma a forma como o indivíduo enxerga o mundo e seu papel nele."



MARIA CARBONARI

10. A senhora é uma referência em educação e felicidade no trabalho. Como esse olhar influencia as decisões acadêmicas e culturais da MUST?

MC: Acredito que ninguém aprende sob pressão constante. Valorizamos o bem-estar dos nossos alunos e colaboradores. Por isso, desenvolvemos uma cultura institucional que promove o equilíbrio emocional, o autoconhecimento e o desenvolvimento humano como parte essencial da formação acadêmica.


11. Qual o papel das emoções e da saúde mental na formação de um aluno preparado para o mercado global?

MC: O mercado exige competências técnicas, mas também emocionais. Um aluno emocionalmente equilibrado toma decisões melhores, se comunica com mais eficácia e é mais resiliente. Na MUST, enxergamos o aluno como um ser integral – e cuidamos da sua mente tanto quanto de seu currículo. Há um ano, criamos um centro de bem-estar universitário – o Wellness Center, para cuidar da saúde emocional de nossos docentes, alunos e colaboradores.

12. Como tem sido a experiência de contribuir com uma universidade que carrega não apenas valores educacionais, mas também familiares?

MC: É uma realização muito especial. Sinto que, ao lado da minha família, estamos plantando sementes que vão muito além do campo educacional. A MUST reflete nossos valores, nossa fé na educação e nosso desejo de deixar um legado que inspire outras famílias e educadores ao redor do mundo.





"Acredite no seu propósito, esteja aberto a aprender com outras culturas e não tenha medo de começar pequeno."

GIULIANNA CARBONARI


13. Como foi assumir o papel de liderança em uma universidade internacional, ao lado dos seus pais?

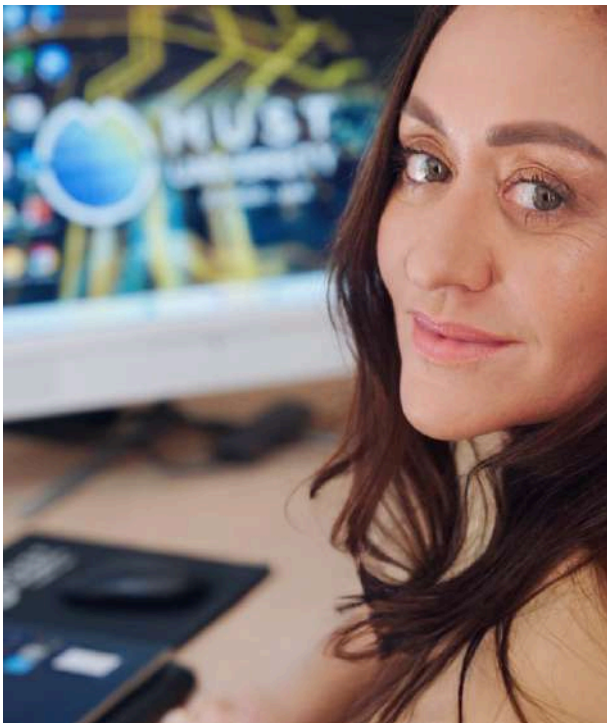
MC: Foi desafiador e inspirador. Cresci vendo meus pais transformarem vidas por meio da educação, e assumir um papel de liderança ao lado deles é motivo de orgulho e responsabilidade. Trago um olhar mais contemporâneo, voltado à experiência do aluno e à inovação digital.

14. Como se sente carregando o legado da família na educação?

GC: Sinto uma mistura de honra e propósito. É um legado de trabalho duro, ética e paixão pelo que fazemos. Mas também é um convite à inovação constante, para que esse legado continue vivo e relevante no cenário atual.

15. Que conselhos você daria para jovens empreendedores brasileiros que sonham em empreender fora do país?

AC: Acredite no seu propósito, esteja aberto a aprender com outras culturas e não tenha medo de começar pequeno. Empreender fora exige coragem, planejamento e resiliência. Cerque-se de pessoas que compartilham sua visão e mantenha sempre o foco no impacto positivo que você quer gerar. 



QUAL É O PRIMEIRO PASSO PARA O SUCESSO?

SER DONO DA
SUA MARCA!



Diante de um mercado cada vez mais competitivo, garantir o direito exclusivo de uso da sua marca é primordial. Sabemos que ela estabelece uma relação de valor com o consumidor, além de criar uma identidade duradoura que agrega muito no processo de marketing de seus produtos ou serviços. É fundamental entender que o conceito de marca é mais intangível do que tangível. Por meio dela, o consumidor experimenta sensações, vivencia experiências e forma percepções únicas. Por esse motivo, uma marca pode se tornar um elemento temático importante para a publicidade. No entanto, se esse nome, após anos de uso, precisar ser alterado, todo o conceito mercadológico poderá ser abalado.

Sem registro, a marca não possui domínio e pode ser facilmente apropriada por terceiros, causando severos prejuízos financeiros ao fundador. Por outro lado, com uma marca registrada, além do direito de uso exclusivo, o titular pode firmar contratos de cessão e licenciamento, recebendo royalties como retorno financeiro.

Registro de marca e patente

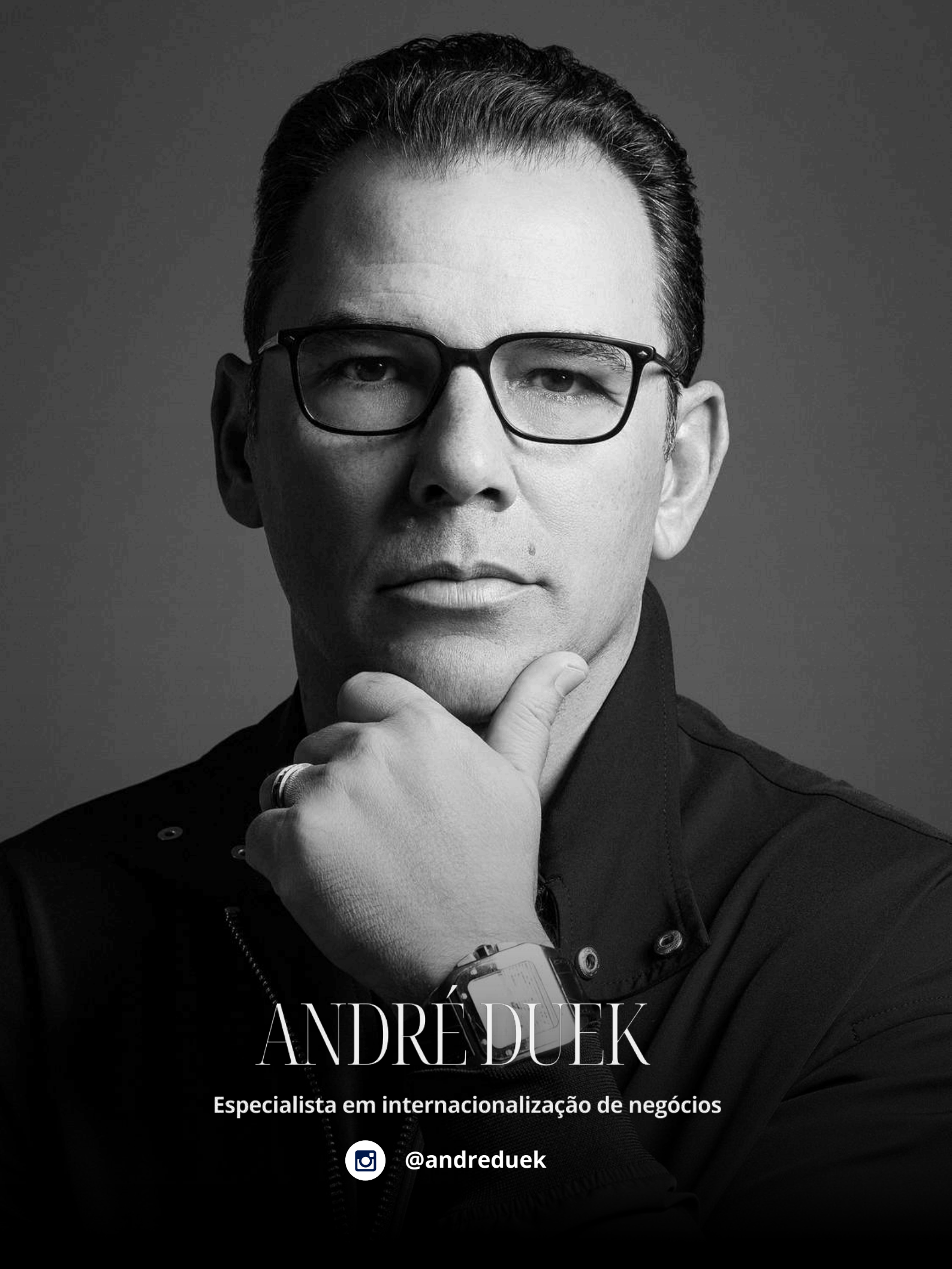
 @agilitymarcasepatentes

 @agilitymarcasepatentes.morumbi

Registro de softwares Prop. Intelectual

 31 99663-2617

 11 9 5902-6499



ANDRÉ DUEK

Especialista em internacionalização de negócios



@andreduek



AS HABILIDADES

DE LIDERANÇA ESSENCIAIS PARA CONQUISTAR O MERCADO

INTERNACIONAL

Expandir negócios além das fronteiras nacionais é um dos maiores desafios – e também uma das maiores oportunidades – para líderes contemporâneos. Mas, ao contrário do que muitos pensam, liderar em um mercado global exige muito mais do que conhecimento técnico. O verdadeiro diferencial está em habilidades comportamentais e estratégicas que envolvem conexão humana, sensibilidade cultural e construção de parcerias genuínas.

A seguir, destaco três competências indispensáveis para quem deseja atuar com sucesso no cenário internacional:



*"Internacionalizar não é expandir território
- é expandir relações."*

1. Adaptabilidade Cultural

Em ambientes globalizados, compreender e respeitar as diferenças culturais não é apenas desejável – é essencial. As maiores negociações não se baseiam apenas em números, mas na capacidade de gerar empatia e de se adaptar a diferentes contextos e realidades.

Como desenvolver a adaptabilidade cultural:

- Pesquise sobre os costumes e valores locais.
- Pratique a escuta ativa.
- Esteja aberto a diferentes formas de conduzir negócios.

Empresas que prosperam em diferentes países são aquelas que aprendem a pensar globalmente, mas agir localmente.

2. Comunicação e Negociação em Diferentes Idiomas

Mais do que fluência em outro idioma, é preciso dominar os nuances culturais da comunicação. Isso inclui saber interpretar o tom, os gestos, o tempo de resposta e até mesmo os silêncios. Pequenos detalhes podem transformar uma conversa em um acordo – ou em uma oportunidade perdida.

Como melhorar sua comunicação internacional:

- Estude expressões comuns do mercado-alvo.
- Valorize a clareza e a simplicidade.
- Considere a ajuda de um mediador cultural.

A comunicação eficaz vai além da tradução de palavras: ela traduz intenções, valores e expectativas.

3. Construção de Parcerias Estratégicas


Conexões autênticas são um dos maiores ativos no mercado internacional. As parcerias certas ajudam a entender melhor o comportamento do consumidor local, a acelerar o posicionamento da marca e a abrir portas para novas oportunidades.

Dicas para construir parcerias sólidas:

- Busque pontos em comum e valores compartilhados.
- Priorize relações de longo prazo.
- Invista tempo em conhecer seus parceiros fora do ambiente profissional.

Parcerias bem construídas são a base para relações sustentáveis e crescimento mútuo no longo prazo.

Grandes líderes sabem que internacionalização não é apenas sobre território — é sobre relações. E, nesse cenário, as habilidades de liderança tornam-se o maior ativo de um empreendedor global.

Se você quer internacionalizar seu negócio com inteligência e propósito, comece investindo em pessoas, cultura e conexões. O mundo está aberto para quem sabe se conectar com ele. 

[@brnation.us](https://brnation.us)



TROPICAL
ARTE EM MADEIRAS

Móveis que contam

Histórias

Ambientes que inspiram

momentos!

@tropicalartemmadeiras

(71) 3379-2019

(71) 99739-3281

ESCANEE O QR CODE
E BAIXE O NOSSO PORTIFÓLIO



01 EDIÇÃO / ANO 2025



REIS MAGAZINE

Seu Guia de Serviços na Zona Sul de São Paulo



VENHA PARA O MELHOR
GUIA DA ZONA SUL DE
SÃO PAULO

VENHA
CONTAR A SUA HISTÓRIA
E/OU DIVULGAR SEUS SERVIÇOS

**TENHA SUA MARCA
DESEJADA**

Revista Impressa + App de Vantagens

Distribuição gratuita nos melhores
pontos da zona sul

Entre em contato e reserva seu anúncio: 11 95902-6499



agilize



Agilize Contabilidade

1ª Contabilidade On-line do Brasil

 @agilizeonline



PEQUENAS EMPRESAS E A NOVA NR-1:

**AVALIAÇÃO DE RISCOS PSICOSSOCIAIS VAI PASSAR
A SER EXIGIDA TAMBÉM NOS PEQUENOS NEGÓCIOS**

O Ministério do Trabalho decidiu que a nova redação da NR-1 só entrará em vigor em maio de 2026. A norma, que trata de Segurança e Saúde no Trabalho (SST), vai passar a exigir avaliação de riscos psicossociais como estresse, ansiedade e assédio, oferecendo às pequenas empresas oportunidade de estruturar práticas preventivas. Mesmo com o adiamento da vigência da norma, é importante que as pequenas empresas comecem a refletir sobre o tema.

Para se ter uma ideia da importância dessa norma, em 2024, mais de 472 mil afastamentos foram registrados por transtornos mentais no Brasil — um aumento de 68% em relação a 2023 — com impacto direto na produtividade e custos operacionais.

O QUE MUDOU NA NR-1

A norma, que trata da gestão de segurança e saúde no trabalho, foi atualizada para incluir de forma explícita a identificação e gestão de riscos psicossociais, como estresse, assédio e carga mental excessiva. As empresas agora devem avaliar tais riscos e adotar medidas para prevenção, mitigação e acompanhamento.

POR QUE ISSO É RELEVANTE PARA PEQUENAS EMPRESAS

O impacto da saúde mental no ambiente de trabalho é um tema que vem ganhando atenção crescente, especialmente entre pequenos negócios, onde as equipes são mais enxutas e vulneráveis a oscilações de produtividade. Os transtornos mais recorrentes, em 2024, segundo dados do INSS, foram ansiedade, com 141.414 casos, e depressão, com 113.604 registros. Segundo Rafael Caribé, CEO da Agilize Contabilidade, esse cenário representa um desafio significativo para micro e pequenas empresas, que muitas vezes não possuem estrutura formal de recursos humanos e dependem diretamente da saúde de seus colaboradores para manter as operações.



“ A sobrecarga emocional, o estresse contínuo e a ausência de práticas preventivas resultam não apenas em afastamentos, mas também em rotatividade, dificuldade de retenção e aumento de custos operacionais”, afirma Caribé.

Por isso, a nova exigência da NR-1 relacionada aos riscos psicossociais é uma oportunidade estratégica para essas empresas atuarem preventivamente, reduzindo perdas e fortalecendo o ambiente de trabalho.

“O olhar preventivo é essencial mesmo em empresas sem departamento de RH. Identificar sinais de estresse, implantar diálogo aberto e apoio inicial pode evitar crises e reduzir faltas por esgotamento”, destaca o CEO.

Orientações para empreendedores

- **Identifique sinais:** observe queda de desempenho, irritabilidade, isolamento.
- **Promova diálogo:** incentive conversas abertas sobre pressão e sobrecarga.
- **Treine líderes:** capacite gestores para reconhecer riscos e agir preventivamente.
- **Acesse ferramentas acessíveis:** utilize telepsicologia, treinamentos online e apps de bem-estar.
- **Integre à gestão de riscos:** inclua a saúde mental nos processos obrigatórios de avaliação da NR-1.

“A saúde mental é pilar do crescimento sustentável. Empresas que a valorizam reduzem ausências, mantêm equipes motivadas e fortalecem sua cultura. Cuidar do bem-estar hoje é investir no futuro do negócio”, afirma Rafael Caribé.



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





Guy Peixoto

Empreendedor Serial | Palestrante | Mentor



@guypeixoto

O que realmente *impede* as empresas de escalam (e não é falta de vendas)

Todos os meses converso com dezenas de empresários que já deixaram para trás a fase de sobrevivência. São donos de negócios que vendem bem, têm produtos validados, clientes fiéis, equipes formadas e até lucro. Mesmo assim, muitos se veem travados, sem conseguir dar o próximo passo.

O cenário é quase sempre o mesmo: o crescimento desacelera, os números não acompanham o esforço e a rotina vira uma sequência de incêndios para apagar. O empreendedor, que deveria estar focado na estratégia, continua preso à operação, resolvendo problemas que não deveriam chegar até ele. Quando pergunto o que está impedindo a empresa de escalar, as respostas são previsíveis: falta tempo, falta gente boa, falta investimento. Poucos têm coragem de admitir a verdade incômoda — a empresa não está pronta para crescer.

Crescer sem estrutura é ilusão. Escalar não significa apenas vender mais; é aumentar a receita sem crescer, na mesma proporção, os custos e a complexidade. E o maior inimigo da escala é algo que muitos ignoram: a desorganização invisível. Ela se manifesta na falta de alinhamento entre sócios e lideranças, na centralização de decisões no dono, em rotinas repletas de tarefas, mas vazias de produtividade real, e na ausência de clareza sobre margens e fluxo de caixa.

É por isso que tantas empresas que parecem “crescer” estão, na prática, se sabotando. Faturam mais, mas lucram menos. Trabalham mais, mas sentem que não saem do lugar. O esforço aumenta, mas os resultados não acompanham.

Escalar exige método, não mágica. Para uma empresa se tornar escalável, é preciso coragem para encarar a realidade e disciplina para implementar mudanças estruturais.

Tudo começa com clareza estratégica — saber exatamente onde se quer chegar e garantir que todos na equipe estejam alinhados a esse objetivo. Depois, é essencial contar com o time certo nos lugares certos, com lideranças fortes e preparadas para sustentar o crescimento sem depender do fundador para tudo.

A execução também precisa de ritmo: reuniões objetivas, indicadores claros e prioridades bem definidas, semana após semana. E nada disso funciona sem o domínio do caixa, com controle absoluto sobre margens, custos, lucros e projeções. Sem esses pilares, o crescimento acontece à base de improviso, esforço desmedido e um alto custo emocional.

Por outro lado, quando há método, estrutura e clareza, a empresa cresce com previsibilidade, consistência e rentabilidade. O empreendedor deixa de ser refém da operação e assume o papel de estrategista — aquele que guia o negócio, e não o contrário.

A pergunta que fica é simples: sua empresa está realmente pronta para escalar ou está apenas ocupada demais para perceber que parou?





EULER COSTA

Founder Agility Marcas e Patentes | Co Founder Lifemi



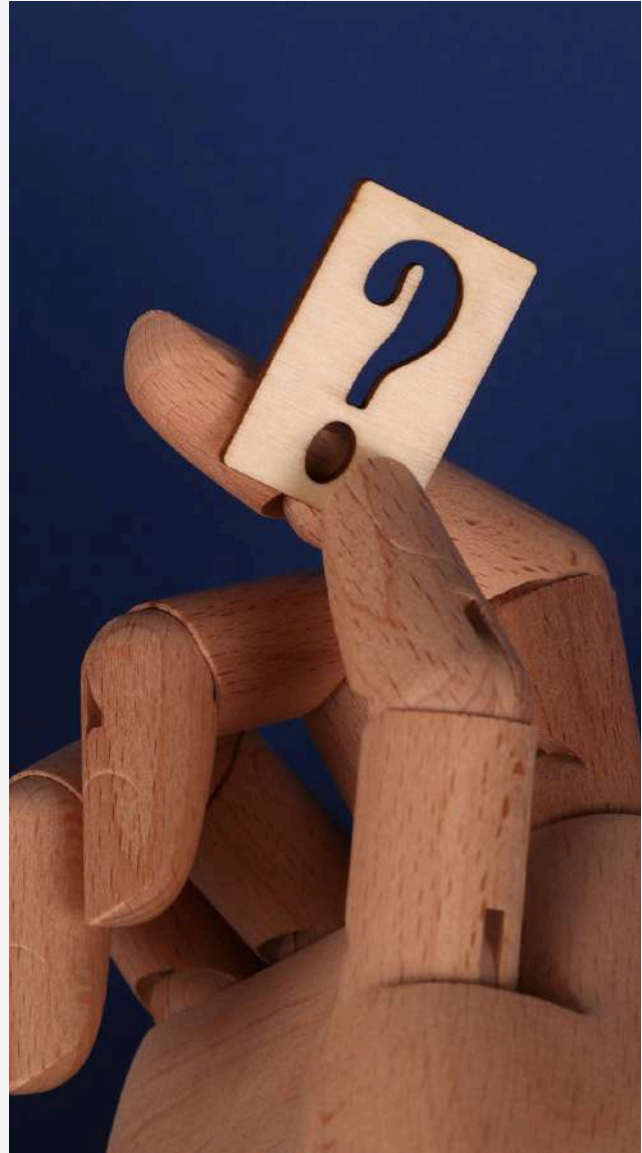
@euler.costabenfica

O NOME QUE VOCÊ CONSTRUIU PODE NÃO SER MAIS SEU AMANHÃ

Você já imaginou precisar trocar o nome do seu evento, curso ou produto de última hora porque alguém registrou antes de você? Pode parecer improvável, mas essa situação é mais comum do que parece — e quando acontece, o prejuízo vai muito além do nome.

Durante anos, acompanhei empresários que investiram tempo, energia e recursos na construção de uma marca forte, com identidade visual bem definida, presença digital consolidada e reputação no mercado. Mas deixaram um detalhe fundamental de lado: o registro da marca. E foi justamente esse detalhe que custou caro.

Quando uma marca não é registrada no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), ela simplesmente não é sua — por mais que você a tenha criado. E nesse cenário, qualquer outra pessoa pode registrá-la antes e passar a ter o direito exclusivo de uso, obrigando você a mudar tudo: nome, logotipo, identidade visual, domínio e até redes sociais. Todo o investimento pode ir por água abaixo em questão de dias.



"Se a marca não é registrada, ela não é sua — mesmo que tenha sido você quem a criou."

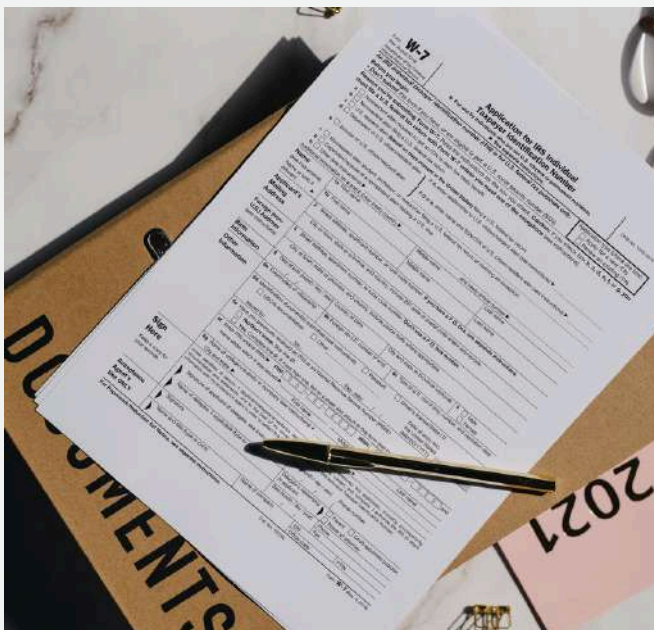
EULER COSTA



“Registrar sua marca não é formalidade — é estratégia.”

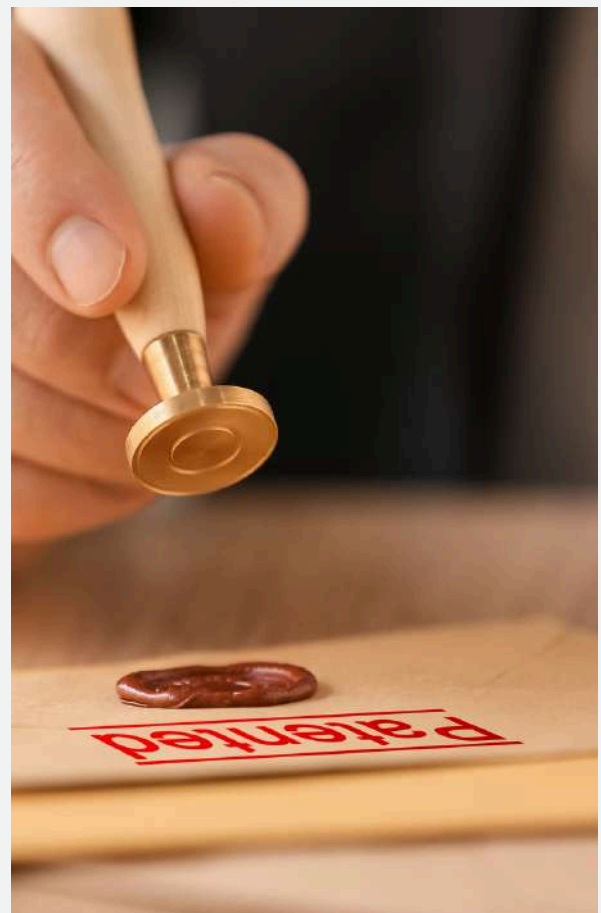
REGISTRAR UMA MARCA NÃO É APENAS UMA FORMALIDADE.

É uma atitude estratégica. É o que separa o amador do profissional. É o que garante segurança jurídica, proteção do seu patrimônio intelectual e liberdade para crescer sem medo de ter seu negócio bloqueado ou contestado legalmente.



Se você já está no mercado ou pretende lançar um novo projeto, não espere o pior acontecer para agir. O melhor momento para registrar a sua marca foi no início. O segundo melhor momento é agora.

Proteger o nome que você construiu é garantir que ele continue sendo seu. E mais do que isso: é garantir que ninguém possa usá-lo no seu lugar. Cuide da sua marca hoje, antes que alguém decida fazer isso por você – e contra você. ©





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



Jogos estratégicos

Jogos voltados para o desenvolvimento humano, entretenimento e terapias

PODCAST EMPREENDEDORES do Brasil

CONEXÕES PODEROSAS, MARCAS MEMORÁVEIS.



Venha compartilhar sua
história de sucesso com
a gente!

+ 55 (11) 95902-6499



[www.empresenedoresdobrasil.com](http://www.empresendedoresdobrasil.com)