



**EMPREENDEDORES**<sup>®</sup>  
do Brasil

Edição 39/2026

# OS GIGANTES


Ubirajara Ferreira, Euler Costa e Ivan Zanchi

**Os líderes que estão transformando negócios através de propósito, estratégia e pessoas.**

[www.empreendedoresdobrasil.com](http://www.empreendedoresdobrasil.com)



Transformamos o digital em vendas para **empreendedores que não entendem de marketing**


 **Escale seu negócio**

**Você cuida do seu negócio.**

**Nós cuidamos do seu posicionamento, criamos sua página, desenvolvemos seu e-book, gerenciamos o tráfego no Meta e implementamos automações para que você venda mais.**

 **Método único**

Pronta para parar de tentar e **começar a vender?**

 **Expansão Acelerada**

**Quero vender**

[www.sivople.com](http://www.sivople.com)

Edição 39/ 2026

# SUMÁRIO

08 **Rosely Boschini**

Por que seu evento precisa existir?

13 **Bruna Arguello**

Como Diversificar Negócios e Criar  
Novas Fontes de Faturamento

18 **Livia Pereira**

Turismo de bem-estar: viajar se tornou  
uma necessidade emocional

49 **Ivan Alexandre**

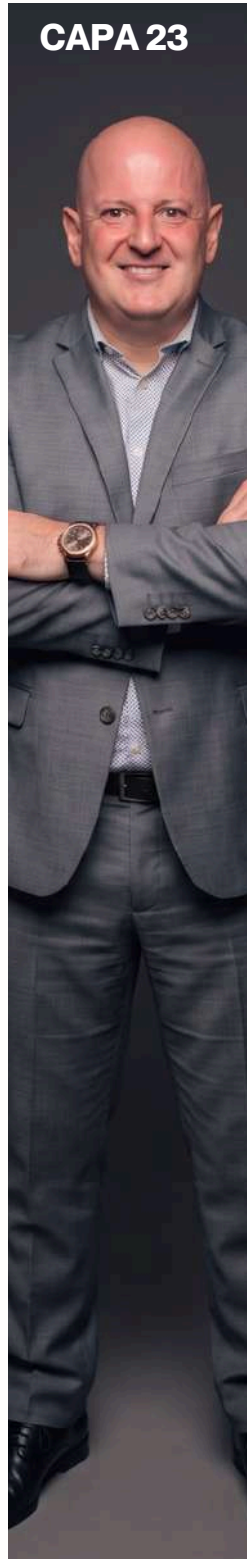
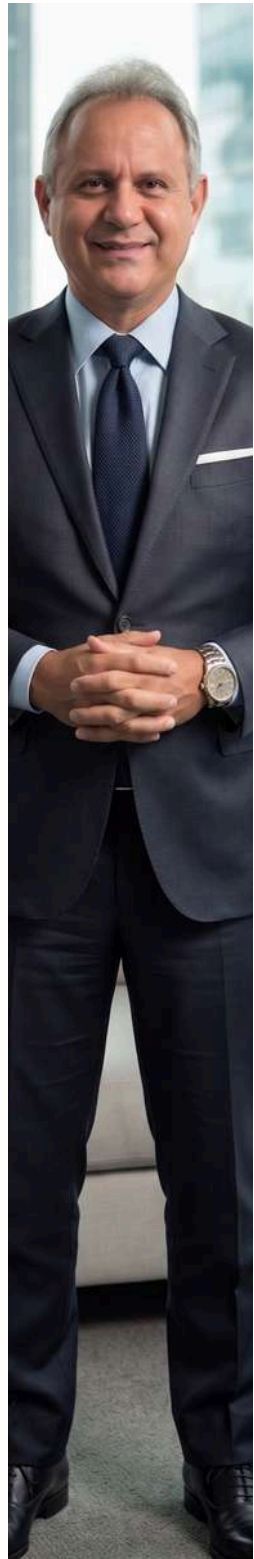
O Fator Invisível da comunicação

54 **Patrícia Marinho**

Mova-se. A história de força de quem  
transforma recomeços em combustível  
para viver

59 **Euclides Germiniani Neto, Felipe  
Zidane e Marcos Vittorio**

O Movimento dos Bons: A Nova Era  
dos Empresários que Constroem  
Legado



UBIRAJARA FERREIRA,  
EULER COSTA E  
IVAN ZANCHI

[www.copiadorauniversitaria.com.br](http://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

# EDITORIAL

**V**ivemos um tempo em que o empreendedorismo deixou de ser apenas uma ferramenta para geração de renda e passou a representar algo muito maior: uma oportunidade de construir legado.

Nesta edição da Revista Empreendedores do Brasil, reunimos três histórias que, embora atuem em áreas completamente diferentes, convergem para uma mesma verdade: prosperidade não é apenas sobre ganhar dinheiro. É sobre gerar impacto.

Na matéria de capa, Ubirajara Ferreira nos convida a refletir sobre uma pergunta que durante décadas provocou debates, crenças limitantes e interpretações equivocadas: Deus quer você rico?

Sua resposta não está baseada em fórmulas mágicas nem em promessas de enriquecimento rápido. Pelo contrário. Ubirajara apresenta uma visão profunda sobre a relação entre fé, trabalho, propósito e abundância, mostrando que prosperar não significa acumular, mas transbordar. Sua mensagem resgata um princípio poderoso: a riqueza só encontra sentido quando se transforma em instrumento de serviço, transformação e contribuição para o próximo. Em seguida, conhecemos a trajetória de Euler Costa, empresário que transformou a proteção de marcas em uma verdadeira missão empresarial. Em um mercado onde muitos empreendedores investem fortunas em crescimento, mas negligenciam a proteção dos seus ativos mais valiosos, Euler nos lembra que construir um negócio sólido exige visão estratégica. Sua história mostra que autoridade não nasce apenas da técnica, mas da capacidade de educar, comunicar e gerar consciência. Afinal, patrimônio não é apenas aquilo que possuímos, é aquilo que protegemos. Complementando esta edição, Ivan nos conduz a uma reflexão essencial sobre liderança. Em um mundo cada vez mais acelerado, onde a produtividade muitas vezes é colocada acima das pessoas, ele nos lembra que empresas não crescem sozinhas. São pessoas que crescem. São líderes que inspiram. São equipes que sustentam resultados. Sua filosofia da "Engenharia da Liberdade" revela que o verdadeiro sucesso empresarial acontece quando o empreendedor deixa de ser prisioneiro da operação para se tornar estrategista da própria vida.

Ao observar as trajetórias destes três empresários, fica evidente que existe um elo invisível conectando suas mensagens. **Ubirajara fala sobre propósito. Euler fala sobre proteção. Ivan fala sobre pessoas.**

E talvez seja exatamente essa combinação que define os empreendedores preparados para construir o futuro.

Propósito para saber por que fazemos.

Proteção para preservar aquilo que construímos.

Pessoas para tornar possível aquilo que sonhamos.

Mais do que uma edição sobre negócios, esta revista é um convite à reflexão. Porque o verdadeiro sucesso não pode ser medido apenas pelo faturamento, pelo patrimônio acumulado ou pelo tamanho da empresa.

O sucesso genuíno é aquele que permanece quando os números deixam de ser protagonistas.

É aquele que transforma vidas, fortalece famílias, inspira comunidades e deixa marcas que ultrapassam gerações.

Que esta leitura provoque novas perguntas, amplie horizontes e fortaleça a convicção de que prosperidade, liderança e legado caminham juntos.

**Porque empreender é construir riqueza. Mas construir riqueza com propósito é transformar o mundo.**

Boa leitura.

**Fátima Reis**  
**Editora Chefe EB**



# CRÉDITOS

**Editora chefe:** Fátima Reis

**Conselheiro Editorial:** Paulo Assunção e Rodrigo Romero

**Software Engineer:** Thiago Almeida

**Make :** Linda Severo, Pablo Lobo e Vanessa Danthas

**Hair:** Stefany Oliveira, Pablo Lobo e Vanessa Danthas

**Design e Diagramação:** Rute Silva e Amanda Araújo

**Webdesign:** Domingos Ferreira e Lucas Serinolli

**Redes Sociais:** Luana Souza

**Videomaker Master:** Joilson Pereira

**Videomakers:** Valter Silva

**Fotógrafos:** Joilson Pereira, Tais Silva, Felipe Zidane

**Gestor de Tráfego:** Lucas Serinolli

**Design Gráfico:** Pollyanna Farias

**Desenvolvimento Humano:** Rose Figueiredo

**Capa:** Ubirajara Ferreira, Euler Costa e Ivan Zanchi

**Foto Capa:** Divulgação

**Formato:** Digital

**Publicação:** 39ª edição

**Divulgação:** Multinacional Digital

**Revisão:** Equipe de redação Sivoplê

**Agência:** Sivoplê Comunicação & Marketing



## AGRADECIMENTOS:

Deus, Paulo Assunção, Leda Reis, Carlos Pinheiro, Iracema Pinheiro, Victor Dias, Maria José Souza, José Antônio, Maciel Macêdo, Thiago Almeida, Camila Almeida, Pablo Lobo, Rosely Boschini, Pedro Boschini, Mayara Lima, Valéria Trindade, Rafael Caribé, Marlon Freitas, Rafael Viana, Adriano Fialho, Ana Cerviño, Livia Pereira, Bruna Arguello, Euclides Germiniani Neto, Felipe Zidane e Marcos Vittorio, Patrícia Marinho, Ivan Alexandre, Ubirajara Ferreira, Euler Costa e Ivan Zanchi

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 REIS COMPANY LTDA

CNPJ: 66.257.843/0001-86

www.empreendedoresdobrasil.com  
contato@empreendedoresdobrasil.com

@empreendedoresdobrasiloficial  
@fatimareisoficial

+ 55 11 9 5902-6499 / 11 9 6581-5702



BRASIL

EB

*CHEGOU O NOVO PORTAL*  
**O PALCO QUE FALTAVA  
PARA EMPREENDEDORES  
QUE QUEREM SER VISTOS**

[www.empreedoresdobrasil.com](http://www.empreedoresdobrasil.com)

**Mais  
Visibilidade**

**Mais  
Autoridade**

**Mais  
Posicionamento**

**PARTICIPE DA PRIMEIRA FASE EXCLUSIVA**

**AUTORIDADE**



**POR QUE SEU  
EVENTO PRECISA  
EXISTIR?**

*Por Rosely Boschini*

*CEO Editora Gente*

Esta é a pergunta que tenho feito a muitos dos meus autores. Sim, porque na jornada de construção de autoridade, os eventos têm um papel importante no ecossistema best-seller. No entanto, é aqui que muitos erram: não na execução, mas na concepção do evento. E aqui já quero deixar claro que me refiro a diversos formatos de evento, palestras, imersões, encontros de mentoria... Ou seja, são encontros estratégicos com um público qualificado, que conversa com seu posicionamento, que pode ser beneficiado pelos seus produtos e serviços.

Errar nessa entrega custa caro: investimento, reputação, influência, energia, tempo... tudo é colocado em jogo. Ainda mais quando o líder ou especialista começa a desenhar o seu evento pelos motivos errados — qual o tema, qual a data, quantas pessoas. Embora estas sejam questões legítimas, normalmente chegam cedo demais.

O que precisa vir primeiro é o propósito: a razão genuína pela qual aquele encontro deve acontecer naquele momento, com aquelas pessoas específicas. Sem esse alicerce, o evento pode até lotar, mas dificilmente entregará o que mais importa — conexão real, transformação percebida e avanço concreto para o negócio de quem o organiza.





# AS 3 CAMADAS DO PORQUÊ

O grande porquê conecta você, o público, e toda experiência ao redor dessa mesma promessa. E, assim, esse propósito deve ser pensado pelas lentes dessas 3 camadas:

## 1. O seu porquê

É a sua motivação pessoal. A paixão que o move não só no evento, mas para fazer o que você faz de melhor. É a história que dá sentido a tudo o que você diz e faz. É o seu propósito, o que dá autenticidade à sua curadoria, sustenta você nas semanas difíceis de organização, cria conexão emocional com o público antes mesmo do primeiro contato e diferencia o seu evento de qualquer similar no mercado.

## 2. O porquê do negócio

É a missão estratégica deste evento dentro do seu negócio. Este evento abre ou fecha um ciclo de negócios? Qualifica audiência para uma oferta específica? Fortalece ou cria um posicionamento de mercado? Constrói comunidade e te coloca na posição de líder, autoridade? Gera receita direta, indireta ou as duas? É esse o porquê que te mostra como o evento fecha a conta, para além da receita.

## 3. O porquê do cliente

É a dor específica que seu público carrega, o desejo que ele ainda não nomeou com clareza, as tentativas que ele já fez e não funcionaram, e as perguntas ainda sem resposta. É a motivação que faz seu público ir ao seu encontro. Assim, conhecendo esse porquê, você pode mostrar que esse evento entrega a transformação que ele busca, e, com isso, faz ele sentir que este evento foi feito para ele.

Apreendi isso, em parte, observando. Mas aprendi também vivendo.

Quando comecei a desenhar o Best-Seller Experience, evento anual que reúne autores da editora no palco e na audiência, não tinha clareza sobre tudo que queria entregar, mas sabia que a nossa missão ali era nutrir e aprofundar as relações com autores, mentorados e a comunidade ao redor da Editora Gente. Nós precisávamos entregar respostas aos autores estreatantes e não havia maneira melhor do que colocá-los frente a frente com quem trilhou o caminho que eles desejam percorrer, com eficiência e sem atalhos que comprometam a credibilidade. Esse alinhamento de todas as dimensões – meu propósito, o modo como o Experience se alinha ao nosso posicionamento com especialistas nacionais e o compromisso em entregar uma experiência realmente transformadora para os autores participantes – fez com que o Best-Seller Experience se consolidasse como um encontro muito mais significativo do que apenas um evento. Ali, decisões são tomadas, parcerias começam, uma comunidade inteira se reúne para trocar, compartilhar, crescer junto.

Por isso eu sempre digo que um evento não acaba quando ele acaba, pois é muito maior do que os dias em que o público se reúne com você. Ele gera negócios, fortalece posicionamento, conecta comunidade e se torna uma peça estratégica para quem deseja ocupar um lugar de autoridade no mercado. Quando o propósito está claro, o evento deixa de ser um projeto paralelo e passa a ser um ativo, uma alavanca de crescimento.

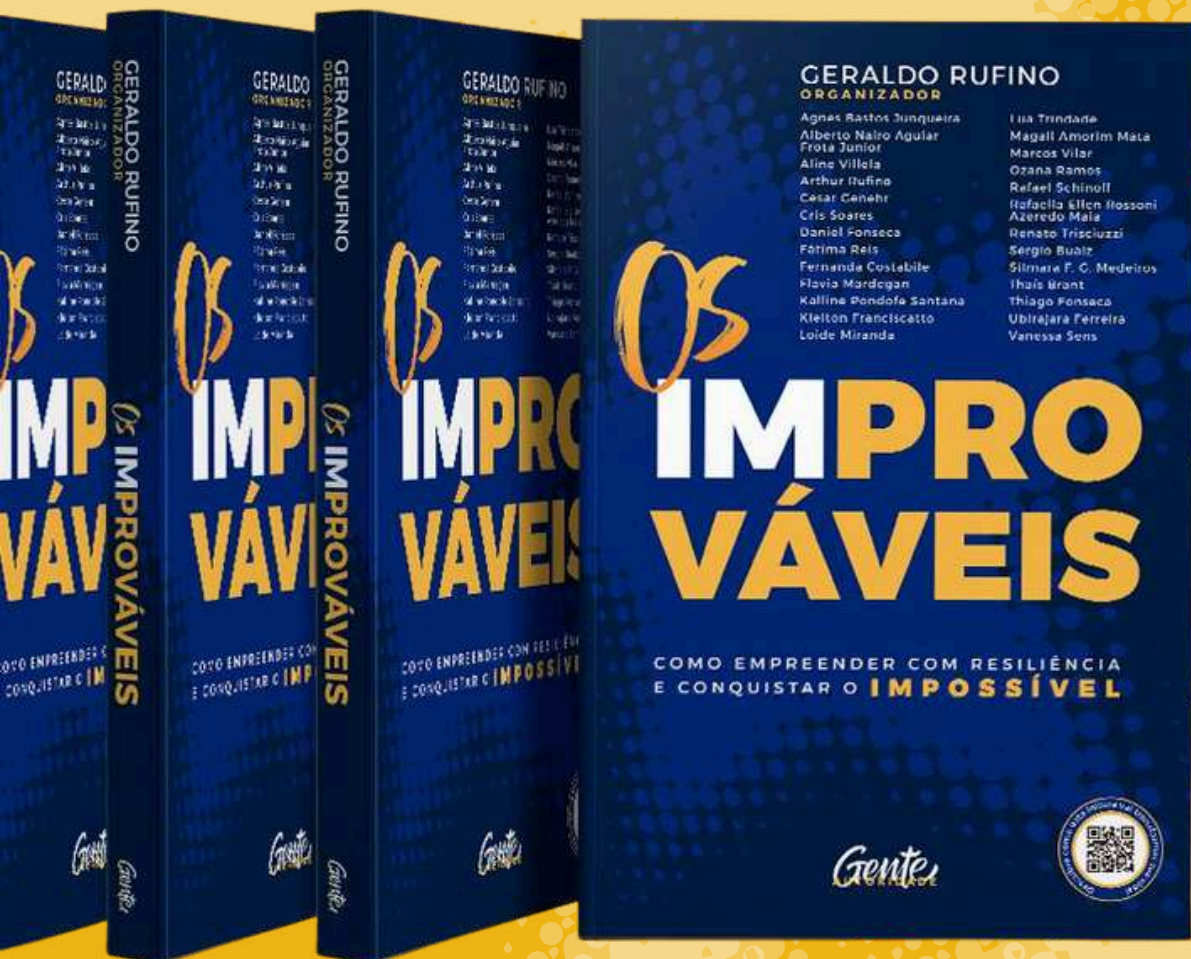
Se você está criando o seu primeiro evento ou quer acelerar os resultados de algo que já existe, comece pelo propósito. Não pelo tema, não pela data, não pela programação. Quando o porquê está claro, tudo o mais encontra o seu lugar e, principalmente, o evento encontra as pessoas certas.

**Um beijo grande,  
Rosely Boschini.**



Rosely Boschini  
[@roselyboschini](#)

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



Garanta aqui  
**Os improváveis!**

*Gente*  
editora

OPORTUNIDADES

A woman with long dark hair, wearing a white blazer, is the central figure of the image. She is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a plain, light-colored wall.

# COMO DIVERSIFICAR NEGÓCIOS

e Criar Novas Fontes de Faturamento

*Por Bruna Arguello*

*Empresária, palestrante, escritora e mentora especialista em estratégia comercial.*

# Durante anos atuando como consultora e palestrante,



uma pergunta se repetia em salas de treinamento, em eventos de negócios e nas mensagens que recebia de empreendedoras de todo o Brasil: "Bruna, eu vendo bem, mas dependo de uma coisa só. E se parar?"

Essa pergunta mudou a forma como eu mesma conduzo o meu negócio.

Diversificar não é distração. É estratégia inteligente.

Por que depender de uma única fonte é um risco que você não pode ignorar. Não importa o seu segmento, moda, beleza, alimentação, serviços, educação. Qualquer empreendedora que depende de uma única fonte de faturamento está, na prática, construindo o seu negócio sobre uma base frágil. Um mês fraco. Um cliente grande que some. Uma plataforma que muda o algoritmo. Uma crise que ninguém previu. E de repente, o que parecia sólido, treme.

A maioria das empreendedoras constrói a renda sobre uma única estrutura: um produto, um serviço, um canal de venda. Isso é como sentar em um banquinho de uma perna só — qualquer vento derruba.

A diversificação é a arte de construir mais pernas nesse banquinho.

A diferença entre diversificar e se perder

Aqui está o erro mais comum que vejo: a empreendedora escuta "diversifique" e sai abrindo frentes em dez direções diferentes, sem foco, sem estratégia, e acaba não fazendo nenhuma delas bem.

Diversificar com inteligência significa identificar o que você já sabe fazer muito bem e encontrar novos formatos para monetizar esse conhecimento ou esse relacionamento.

## Os caminhos mais eficientes que já vi funcionarem são:

### 1. Do produto para o conhecimento

Se você domina o seu mercado, você tem matéria-prima para criar treinamentos, mentorias e consultorias. O conhecimento que você usa todos os dias dentro do seu negócio tem valor enorme para quem ainda está começando. Eu mesma trilhei esse caminho — o produto mudou, mas a autoridade acumulada continuou sendo o meu ativo mais valioso.

### 2. Do presencial para o digital

O digital não veio para substituir o presencial — ele veio para multiplicar o seu alcance. Uma empreendedora que sempre atendeu localmente pode usar as redes sociais, o WhatsApp com estratégia, plataformas digitais, e chegar em clientes que jamais a encontrariam de outra forma. O produto é o mesmo. O canal é novo. O faturamento se multiplica.

### 3. Do avulso para o recorrente

Uma das transformações mais poderosas que qualquer negócio pode fazer é criar fontes de receita recorrente — algo que entra todo mês, independente de fechar uma venda pontual. Pode ser uma assinatura, um programa de acompanhamento, um clube de acesso exclusivo. Recorrência é previsibilidade. E previsibilidade é paz financeira.



## TIKTOK SHOP AFILIADO

A importância de variar as entradas, antes de qualquer nova oportunidade

Antes de falar de qualquer canal ou estratégia específica, preciso te dizer algo que mudou completamente a forma como eu penso sobre dinheiro no meu negócio:

Renda que vem de uma só direção, some por uma só direção.

Pensa assim: se hoje 100% do seu faturamento depende de um único canal — seja sua loja física, seu Instagram, seus clientes recorrentes, ou qualquer outra fonte, você não tem um negócio. **Você tem uma aposta.**

A empreendedora que tem três, quatro entradas diferentes de faturamento dorme diferente. Porque ela sabe que se um canal travar, os outros sustentam. Ela não precisa aceitar qualquer cliente, não precisa baixar o preço por desespero, não precisa paralisar diante de uma crise.

Variar as entradas não é sobre ganância — é sobre liberdade de escolha.

E é exatamente com essa mentalidade que eu quero te apresentar uma oportunidade que eu mesma comecei a explorar e que tem transformado a renda de muitas empreendedoras: o TikTok Shop como afiliada.

Uma nova entrada de faturamento que você pode começar agora.

O TikTok Shop é a plataforma de vendas integrada ao TikTok e o programa de afiliados dela permite que qualquer pessoa venda produtos de marcas parceiras e receba comissão por cada venda gerada pelo seu conteúdo.

Sem precisar ter estoque. Sem logística. Sem emitir nota fiscal de produto. Você cria o conteúdo, indica o produto, a venda acontece e a comissão cai na sua conta. Para empreendedoras que já têm autoridade, audiência ou presença digital, isso é uma entrada de renda que se encaixa no que você já faz — sem exigir que você monte um novo negócio do zero.

### Por que o TikTok Shop especificamente?

Porque o TikTok é hoje a plataforma com maior potencial orgânico de alcance. Um vídeo pode chegar a milhares de pessoas sem que você invista um centavo em anúncio. E quando esse alcance está conectado a uma vitrine de produtos com link de compra integrado, cada visualização se torna uma oportunidade real de venda.



“Qualquer empreendedora que depende de uma única fonte de faturamento está construindo seu negócio sobre uma base frágil.”

Eu atuo como afiliada no TikTok Shop e posso te dizer: é uma das formas mais acessíveis de criar uma nova entrada de faturamento usando o que você já sabe fazer — falar, mostrar, recomendar. Não precisa ter milhões de seguidores. Precisa ter consistência, autenticidade e estratégia.

## A pergunta que vai mudar o seu planejamento

Antes de sair adicionando novos serviços, produtos ou canais ao seu negócio, sente com você mesma e responda:

"Quem já confia em mim — e o que mais eu poderia oferecer a essa pessoa?"

A sua cliente mais fiel, a sua seguidora mais engajada, o seu parceiro comercial mais próximo. Eles já cruzaram a barreira mais difícil, que é a da confiança. O próximo passo é simples: o que mais você tem a oferecer?

É aí que nascem as melhores fontes de faturamento, não em mercados desconhecidos, mas nos relacionamentos que você já construiu.

Comece pequeno, mas comece agora

Você não precisa reestruturar tudo de uma vez. A diversificação eficiente começa com um passo:

·Escolha uma nova fonte de faturamento para testar nos próximos 90 dias

·Defina uma meta pequena e realista para ela

·Meça o resultado antes de expandir

A empreendedora que constrói três fontes de renda sólidas ao longo de dois anos é infinitamente mais estável do que aquela que tentou dez e não consolidou nenhuma.

Faturamento diversificado é liberdade

No fim, diversificar não é só sobre ganhar mais, é sobre depender menos.



É sobre ter a tranquilidade de que, se uma porta fechar, outras já estão abertas. É sobre construir um negócio que não para quando você para. Que não quebra quando um canal trava. Que não afunda quando uma venda não acontece.

É sobre ter controle de verdade sobre o que você construiu.

E esse controle começa com uma decisão: a de não apostar tudo em uma única fonte. ©



Bruna Arguello  
@brunaarguello

Empresária, palestrante, escritora e mentora especialista em estratégia comercial.

Atua com empreendedoras em todo o Brasil, com foco em crescimento de vendas, posicionamento e geração de novas fontes de faturamento.

EXPERIÊNCIA

# TURISMO DE BEM-ESTAR:

viajar se tornou uma necessidade emocional

*Por Livia Pereira*

Guia de Turismo | Consultora Travel Nacional e Internacional



## "VIAJAR DEIXOU DE SER LAZER. TORNOU-SE UMA NECESSIDADE EMOCIONAL."

Durante muito tempo, viajar esteve associado apenas ao lazer, às férias ou ao status. Hoje, essa realidade mudou. Em um mundo acelerado, hiperconectado e emocionalmente sobrecarregado, as pessoas passaram a enxergar as viagens como uma ferramenta de equilíbrio mental, reconexão interior e bem-estar.

O chamado turismo de bem-estar deixou de ser uma tendência passageira para se consolidar como um novo estilo de vida.

Após a pandemia, milhões de pessoas reavaliaram prioridades, rotinas e a forma como desejam viver. O excesso de produtividade, a pressão constante e o desgaste emocional despertaram uma necessidade cada vez mais evidente: **desacelerar**.

É justamente nesse cenário que o turismo ganha um novo significado.

Hoje, muitas pessoas não viajam apenas para conhecer novos lugares. Viajam para descansar a mente, respirar melhor, recuperar energia e encontrar paz interior. Mais do que destinos, elas buscam sensações. Procuram experiências que promovam equilíbrio, presença e qualidade de vida.

A procura por viagens ligadas à natureza, ao silêncio, à espiritualidade, à cultura local e ao bem-estar cresceu significativamente nos últimos anos. Praias, montanhas, áreas verdes e experiências mais autênticas passaram a ser prioridade para quem deseja se desconectar do excesso e se reconectar consigo mesmo.

O luxo também ganhou uma nova definição. Deixou de estar relacionado apenas a hotéis sofisticados ou serviços exclusivos. O novo luxo é ter tempo, paz, liberdade e qualidade de vida.

Essa mudança transformou o perfil do viajante moderno. Hoje, muitas pessoas preferem roteiros mais leves, menos corridos e mais conectados a experiências verdadeiras. Caminhar sem pressa, contemplar a natureza, conhecer a cultura local, experimentar a gastronomia regional e viver momentos de silêncio se tornaram desejos cada vez mais presentes.

Viajar passou a ser um investimento emocional. E essa transformação impacta diretamente destinos turísticos, profissionais do setor e a forma como as experiências são planejadas e oferecidas.

Guias turísticos, hotéis, pousadas e empresas de turismo precisaram compreender que o viajante atual não busca apenas informação. Ele procura acolhimento, conexão e experiências memoráveis. Quer sentir que faz parte da história do lugar que visita.

A Bahia é um excelente exemplo desse movimento. O estado se tornou um dos destinos mais procurados por pessoas que buscam uma combinação única de cultura. O turista moderno não quer apenas visitar um lugar.

Ele deseja sentir o lugar.



"O turista moderno não quer apenas conhecer lugares. Ele quer sentir o lugar."

# "O novo luxo não é ter mais coisas.

*É ter mais tempo, paz e qualidade de vida."*



Esse movimento também revela uma mudança importante na sociedade: cuidar da saúde mental deixou de ser um luxo para se tornar uma necessidade. E viajar passou a fazer parte desse processo de autocuidado.

Em tempos de ansiedade coletiva, excesso de informação e rotinas cada vez mais intensas, desacelerar tornou-se um verdadeiro ato de inteligência emocional.

Além disso, o turismo de bem-estar fortaleceu uma nova forma de consumir experiências: com mais consciência, propósito e significado. Os viajantes estão cada vez mais interessados em compreender a cultura local, valorizar comunidades, respeitar a natureza e criar conexões genuínas com os destinos que visitam.

Não se trata apenas de passar por um lugar.

Trata-se de viver experiências capazes de gerar memórias, aprendizados e transformação pessoal.

Essa mudança também mostra que o futuro do turismo está menos relacionado à quantidade de atrações visitadas e mais à qualidade das experiências vividas. As pessoas desejam voltar para casa não apenas com fotografias, mas com sentimentos renovados, novas perspectivas e uma visão mais ampla sobre a vida.


Quando uma viagem proporciona bem-estar, autoconhecimento e inspiração, ela ultrapassa o conceito de passeio e passa a fazer parte da jornada de desenvolvimento humano.

Para os profissionais do setor, essa é uma grande oportunidade. O papel do guia turístico, por exemplo, vai muito além de apresentar pontos históricos ou fornecer informações sobre um destino. Ele se torna um facilitador de experiências, alguém capaz de conectar pessoas, culturas e emoções, tornando cada viagem mais significativa, humana e transformadora.

Talvez seja por isso que viajar tenha deixado de ser apenas entretenimento.

Hoje, viajar representa reconexão, equilíbrio, saúde emocional e qualidade de vida.

Porque, no fim, existem viagens que não mudam apenas o destino.

Mudam também a forma como enxergamos a vida. 



Lívia Pereira  
[@liviapereiras.turismo](#)

# COMO EMPRESÁRIOS ESTÃO CRESCENDO EM 2026

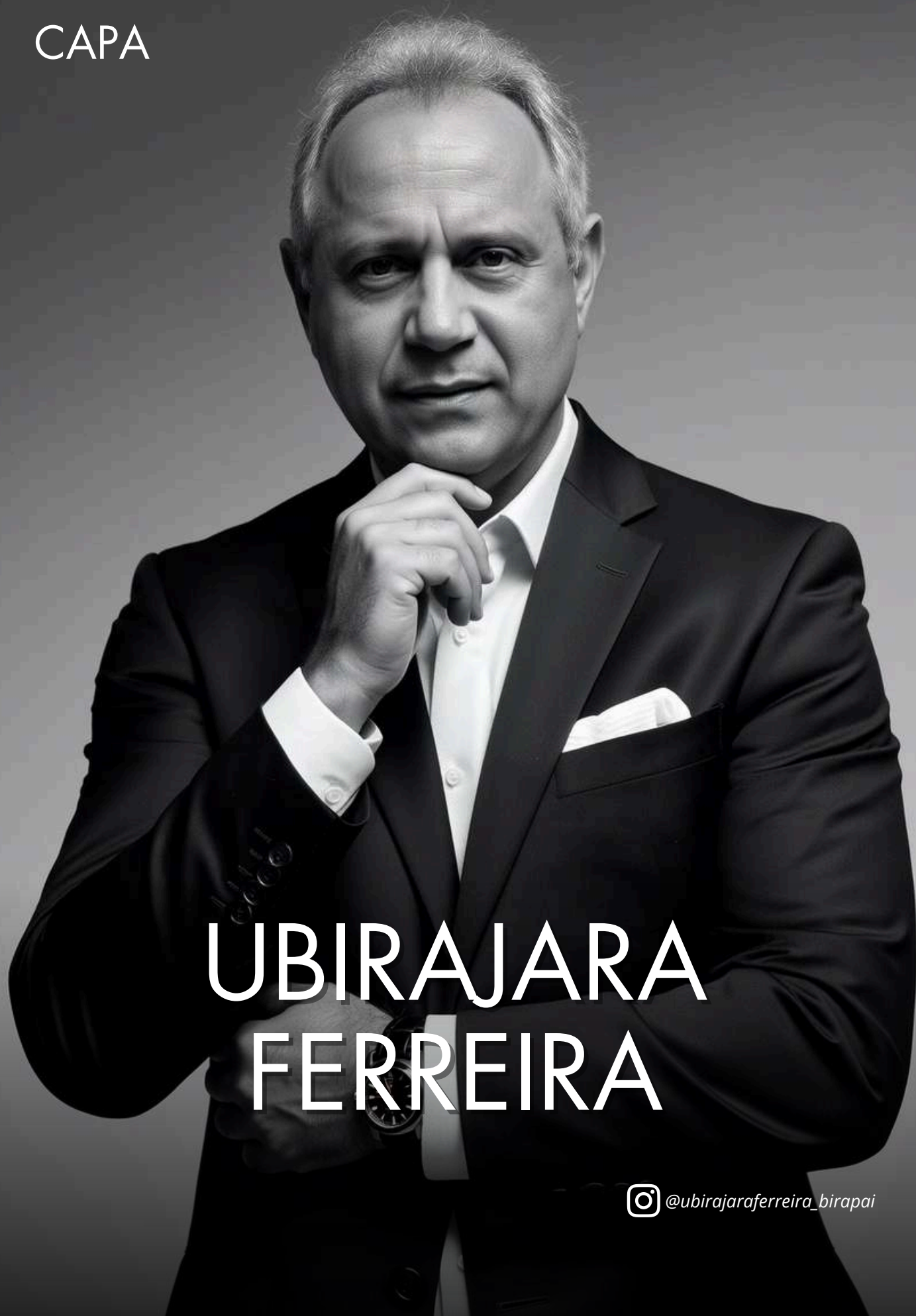
Um guia prático para crescimento,  
posicionamento e autoridade



Baixe  
Gratuitamente

[www.empresariosdobrasil.com](http://www.empresariosdobrasil.com)

CAPA



# UBIRAJARA FERREIRA

 @ubirajaraferreira\_birapai

# ENTREVISTA

Por Fátima Reis

“**D**eus quer você rico?  
A verdade sobre fé,  
trabalho e prosperidade  
segundo Ubirajara  
Ferreira”.

Por décadas, a relação entre dinheiro e espiritualidade foi tratada como um território delicado dentro do cristianismo.

Enquanto muitos aprenderam que prosperar poderia afastar o homem de Deus, outros transformaram a fé em promessa de riqueza imediata. Entre extremos, uma pergunta permaneceu ecoando silenciosamente dentro de milhares de empreendedores cristãos: afinal, é errado desejar crescer?

Na edição de maio da Revista Empreendedores do Brasil, conversamos com Ubirajara Ferreira, advogado, consultor empresarial, escritor e referência nacional em Planejamento Patrimonial Familiar e Sucessório, sobre um dos temas mais provocativos da atualidade: prosperidade com propósito.

Com uma trajetória construída ao longo de 30 anos no Sistema Financeiro Nacional, atuando em diferentes regiões do Brasil, Ubirajara carrega uma visão rara: a de quem conhece profundamente o comportamento humano diante do dinheiro, mas também entende o impacto da fé na construção da mentalidade empreendedora.

## AUTOR DE OBRAS COMO: O PODER DO TRABALHO, COMO ENCAIXAR DEUS NA ROTINA E DEUS QUER VOCÊ RICO?”

ELE DEFENDE UMA TESE QUE DESAFIA ANTIGOS PARADIGMAS: DEUS NÃO CONDENA A PROSPERIDADE, CONDENA O AMOR AO DINHEIRO.

**Nesta entrevista, Ubirajara fala sobre:**

- o medo que muitos cristãos têm de enriquecer;
- a diferença entre riqueza e plena prosperidade;
- os ensinamentos econômicos do povo judeu;
- a distorção sobre o dízimo;
- e como fé e trabalho podem caminhar juntos na construção de uma vida abundante.

Mais do que uma entrevista sobre dinheiro, este é um convite para refletir sobre legado, propósito, responsabilidade e transformação.

Porque talvez a verdadeira pergunta nunca tenha sido “Deus quer você rico?”

Mas sim: “O que você fará com a prosperidade que receber de Deus?”

Ubirajara Ferreira é advogado, consultor empresarial, escritor e referência nacional em Planejamento Patrimonial Familiar e Sucessório. Atuou por três décadas no Sistema Financeiro Nacional, exercendo funções de liderança em estados como AC, RO, AM, MT, GO, TO, MA, BA, RJ e MG.

Mestre em Desenvolvimento e Planejamento Territorial pela PUC Goiás e com dupla certificação MBA pela FGV em Gestão Empresarial e Banking. Consultor Empresarial, Membro Ouro no Time Holding Brasil-THB. Autor de obras como Dinâmica Populacional e Desenvolvimento (Kelpes Editora, 2020), Os Improváveis (Best Seller, Editora Gente, 2025), Café com o Rei, O Poder do Trabalho-Como Encaixar Deus na Rotina (Amazon, 2025) e Deus Quer Você Rico? (Appris, 2025), é palestrante do evento “Ore e Trabalhe 2025” com o tema “O Poder do Trabalho – Como Encaixar Deus na Sua Rotina”. Pai de três filhos e avô dedicado, carrega como lema: “Sozinhos não estamos e nada somos.”



## ENTREVISTA

**1. Seu livro começa quebrando um tabu milenar: afinal, Deus quer ou não quer que as pessoas sejam ricas?**

**UF:** Sim, Deus quer você rico, sem dúvida, mas não no sentido raso e materialista, que olha apenas para a conta bancária, os iates ou automóveis de luxo que a sociedade em geral tenta vender. Deus quer você rico de propósito, rico de consciência, rico de generosidade, rico de trabalho honesto. E quando essa riqueza interior se manifesta em prosperidade material, ela deixa de ser pecado e passa a ser ferramenta divina.

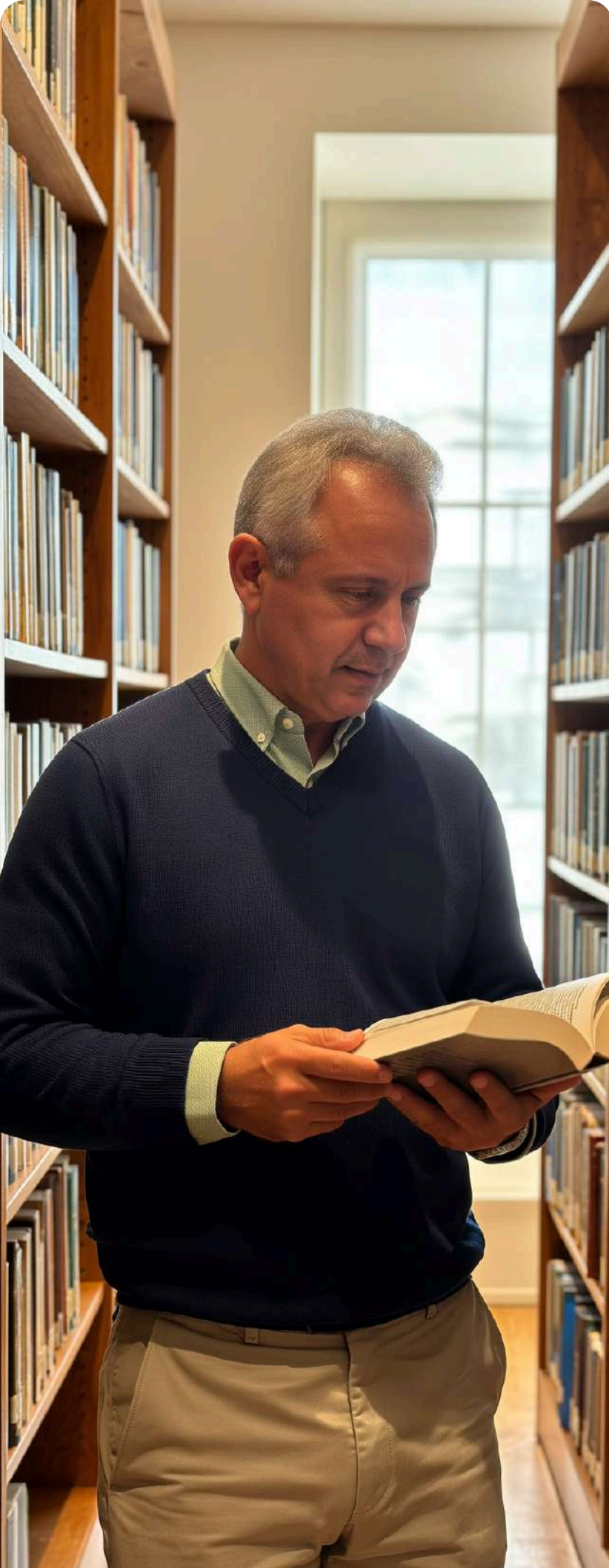
A pergunta nunca foi “pode ter dinheiro?”, mas sim: “O que o seu coração fará com ele?” A riqueza não condena ninguém; o apego a ela, sim. A mensagem central está no alerta para todo cristão, para que não se detenha nos bens passageiros, que a traça corrói, mas que olhe para o alto e se filie aos bens eternos. Meu livro é uma defesa firme de que o cristão é chamado a prosperar, mas sobretudo, transbordar, desaguar no seu entorno.

**2. Você afirma que a frase “é mais fácil um camelo passar pelo fundo de uma agulha...” possui impacto semântico negativo e foi mal interpretada por muito tempo. Como isso pode ter impactado a mentalidade dos cristãos?**

**UF:** Quando a frase é forte, traz medo de progredir se levada ao “pé da letra”. Essa má interpretação gerou cristãos culpados pelo próprio desenvolvimento. Cresci, por desconhecer e não ser esclarecido adequadamente, acreditando que trabalhar e prosperar me afastaria de Deus. Muitos carregam ainda hoje, de forma inconsciente, esse “pecado imaginário”. Jesus não condenou o rico, condenou o coração que encontra no dinheiro seu Deus substituto. A consequência? Milhares de empreendedores cristãos escondem seus talentos, enterram oportunidades e vivem uma fé atrofiada quando, se esclarecidos, poderiam alcançar a plena prosperidade.



*“A fé sem ação não movimenta o mercado. A ação sem fé não movimenta o céu.”*



Ainda hoje repercute negativamente. A correção desse entendimento é urgente, porque a pobreza espiritual não é virtude, e a prosperidade bem direcionada é caminho para salvação.

### **3. Depois de 30 anos no Sistema Financeiro, como essa vivência se conecta com a construção do conceito de “capital cristão”?**

**UF:** A vida inteira observei o mesmo padrão: Onde há trabalho digno, propósito claro e valores espirituais sólidos, a prosperidade floresce, mesmo em regiões onde ela parecia improvável. O verdadeiro capital cristão não é apenas “dinheiro de igreja”. Portanto não diz respeito ao dízimo ou doações voluntárias. É o conjunto de valores que tira o homem da mediocridade, o impulsiona ao trabalho, à transformação da realidade própria, da sua família e do meio em que vive... E o chama ao “serviço”. É o capital moral, espiritual, emocional e social, convertido na plena prosperidade, aquela que agrada a Deus. Não é a fé que cria o “dinheiro”, mas o trabalho iluminado pela fé que produz este “capital” a que me refiro.

### **4. Você dedicou parte do livro ao estudo do povo judeu. Qual é o maior ensinamento econômico que os cristãos ainda não aprenderam com eles?**

**UF:** Na minha compreensão a ocidentalização e os matizes regionais provocou uma “desaprendizagem” ou “tupiquinização” no nosso caso, dos ensinamentos judaicos (respondeu sorrindo). Apesar de nem todos os judeus serem cristãos, não podemos esquecer que Jesus era judeu e viveu desde a infância o aprendizado de educação, disciplina, integridade e dedicação ao trabalho, que caracteriza e justifica a riqueza comum ao seu povo. Ele demonstrou no seu ministério, conhecer muito bem a economia daquele tempo, a ponto de nos lembrar “não podeis servir a dois deuses” deixando claro que se deve “dar a César o que é de César e a Deus o que é de Deus”!

O judeu compreendeu desde cedo algo que muitos cristãos do nosso tempo ainda resistem a aceitar: a prosperidade é responsabilidade, não culpa.

Eles tratam o trabalho como vocação, a educação como mandamento e a partilha como dever moral. Por isso prosperam. Não é “mistério divino”; é cultura, disciplina, estudo e ética. Se o cristão moderno adotasse essa lógica, o mundo veria um exército de empreendedores crescendo e transbordando, em vez de se justificando pela escassez.

##### **5. Sua obra apresenta a “Plena Prosperidade” como algo maior do que riqueza. O que exatamente define esse estado?**

**UF:** ena Prosperidade é quando a abundância deixa de ser patrimônio e se torna propósito. É o ponto em que o seu trabalho melhora vidas, sua renda vira semente, e a sua existência passa a produzir impacto ao redor, no outro e no meio em que vive.

Ela não depende do saldo na conta do Banco. Depende do transbordo. É quando o ter se submete ao ser para mudar a vida das pessoas e do mundo.

Frei Gilson, que vive em voto de pobreza pode ser tão próspero quanto um empresário bem sucedido, que nas mais de 180 lojas emprega milhares de pessoas, como o intrépido Sr Luciano Hang, o “Véio da Havan” que também denomino o “Dinamo do Trabalho”. E o melhor? Sob este conceito, ambos plantam sementes de plena prosperidade e podem ser bilionários no céu!

##### **6. Por que a Igreja Católica, na sua visão, ainda fala pouco sobre dinheiro, apesar de a Bíblia falar tanto?**

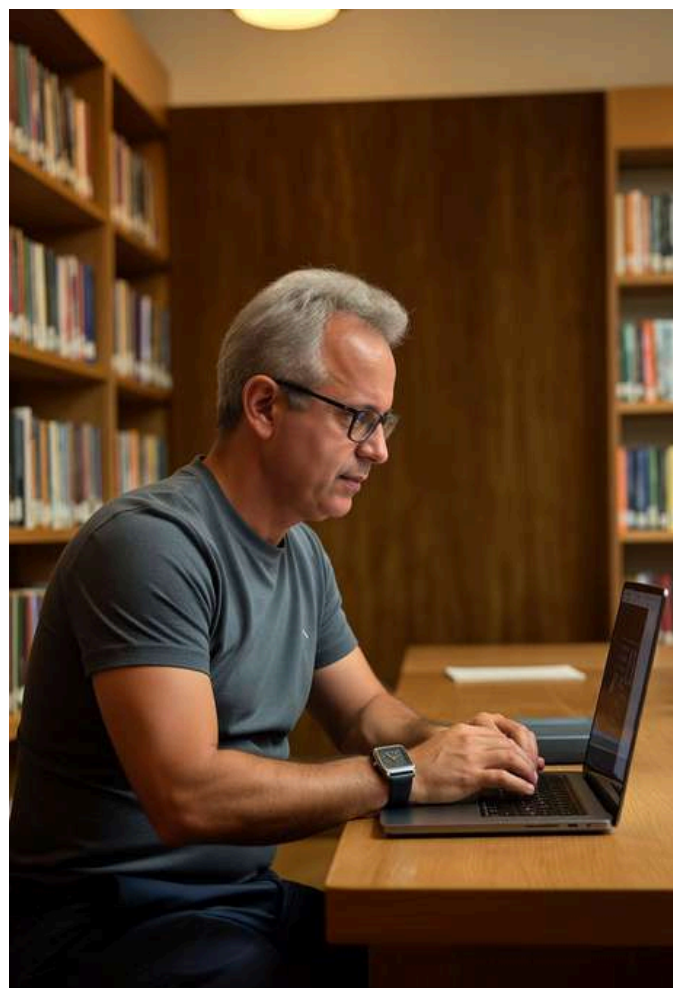
**UF:** Porque por medo de parecer mercantil. Pode não parecer, mas para mim a Igreja se tornou silenciosa num tema em que o próprio Jesus foi ousado. Vejam: a Bíblia tem 2.300 versículos sobre dinheiro, mais do que sobre fé e oração. O silêncio institucional comum à discricção da igreja abriu espaço para dois extremos: – a teologia da miséria, que demoniza a riqueza por afastar o homem da salvação; – a teologia da barganha, que a transforma em moeda de troca, combatida por Jesus contra os “mercadores do Reino” no templo, em Jerusalém.

Meu livro é um chamado ao meio do caminho: o cristão tá autorizado a enriquecer, desde que respeitadas a ética, responsabilidade, partilha e prosperidade com propósito. Chamo muito a atenção ao que o próprio Jesus condenou: o apego aos bens terrenos, passageiros, em detrimento aos bens do céu, que são eternos.

##### **7. O dízimo é tratado no livro de forma profunda. Para você, qual é a maior distorção que o cristão moderno tem sobre ele?**

**UF:** A maior distorção é acreditar que o dízimo é perda. O dízimo não é imposto nem chantagem emocional — é exercício de maturidade espiritual, praticado por gente que sabe dar valor à partilha.

Seu simbolismo não está no valor dado, mas no coração que reconhece a fonte e o destino da própria prosperidade – Deus. Afinal, viemos nus e voltaremos nus desta vida. Melhor se filiar aos bens que não passam, aqueles produzidos na doação.





*“A prosperidade que agrada a Deus  
é a que transforma o mundo para  
melhor.”*



Católicos, especialmente, até evitam falar sobre o tema. Mas se o cristão não aprender a devolver, jamais aprenderá a transbordar. Ao me propor escrever este livro, disse a um mentor em Goiânia que queria “criar um movimento”, especialmente no meio católico, onde nem todos “abrem a mão” com facilidade. Fui lembrado que teria de trabalhar duro, pelo perfil da igreja e pela formação inculcada ao longo do tempo, porque plantaria em solo estéril. O Cristão de uma forma geral teme que o seu dinheiro ganho com integridade e trabalho duro não chegue ao seu destino – simples assim, somos desconfiados. Até mesmo na igreja os desvios ocorrem, porque somos falhos, pecadores. Mas o dízimo é bênção divina. Ao doarmos o que temos e aqueles que somos, plantamos propósito e colhemos vida eterna, pois auxiliamos no cuidado dos nossos irmãos, dos outros filhos do Criador.

**8. Você viveu em quase todo o Brasil como executivo e agora consultor em Goiás. O que mais percebeu sobre a relação entre fé, pobreza e oportunidade?**

**UF:** Percebi que a pobreza, muitas vezes, não mora na carteira ou no bolso das pessoas — mas começa na sua mente.

Vi pessoas, empresas e lugares, saírem do zero e construir impérios. Vi Estados pobres das regiões Norte e Nordeste gerarem empreendedores brilhantes e Estados considerados ricos como na região Sudeste produzirem vidas sem direção.

A diferença? Cabeça boa, que não se entrega, ainda que sem preparo e aparentemente sem horizonte.

Aqueles que prosperam não pedem autorização para crescer. Irrompem, tal qual o “lírio que nasce no lodo”, se recusam a serem “frutos do meio”. Ao contrário, obstinados, ignoram a escassez e buscam com seu desejo e dedicação, transformar o meio em que vivem.

Entendem que fé não é anestesia, pedir, ficar quieto esperando as coisas caírem do céu; é sim, combustível porque permite caminhar no escuro, até mesmo sem chão. “Deus proverá”, quantas vezes ouvi esta frase, enquanto agiam, corajosamente.



Outra coisa: Deus não promove quem se esconde e enterra os seus talentos: Ele promove quem age, aquele ora e trabalha, com ou sem talento. Não à toa o meu capítulo na obra coletiva “Os Improváveis”, coordenada pelo grande Geraldo Rufino teve como título “Para crescer é preciso sair do lugar”.

#### 09. Qual é, na sua opinião, o maior erro do empreendedor cristão hoje?

**UF:** É achar que Deus fará a parte dele e a parte de Deus também. A maioria dos empreendedores, inclusive cristãos ora muito e age pouco. Ou age muito, e ora nada, ignorando que Deus caminha consigo e “está no meio de nós”. A vida exige considerarmos duas coisas: trabalho e transcendência.

Posso explicar melhor? A fé sem ação não movimenta o mercado. A ação sem fé não movimenta o céu. Quando o cristão integra as duas, ele descobre a sua verdadeira potência – ativa o poder divino que habita dentro do seu coração!

#### 10. Se você pudesse resumir em uma frase o propósito maior do seu livro, qual seria?

**UF:** Prospere sem culpa – compartilhe sem dó! Pode ser esta? (risos).

Poderia ser também: “Transforme o medo de prosperar em missão cristã de abundância na partilha”.

Meu objetivo é libertar o cristão do medo de crescer e devolvê-lo ao propósito original do Evangelho: vida em abundância para transbordar.

Ao mesmo tempo, impedir que olhe para baixo, fixe o seu olhar nos bens terrenos, e se volte para o alto, onde está Cristo, para que conecte o seu coração aos bens que não passam.


Afinal, a prosperidade que agrada a Deus não é aquela voltada para o próprio umbigo, que acumula sem propósito — é a que, inspirada na obra do próprio Cristo, transforma o mundo para melhor. ☺



Ubirajara Ferreira  
[@ubirajaraferreira\\_birapai](https://www.instagram.com/ubirajaraferreira_birapai)

CAPA

EULER COSTA

 @euler.costabencana

## ENTREVISTA

Por Fátima Reis

**E**uler Costa: o empresário que transformou proteção de marcas em estratégia de crescimento empresarial.

Em um mercado onde milhares de empresários investem pesado em marketing, estrutura e expansão, poucos percebem que podem estar construindo tudo sobre uma base frágil: **a ausência de proteção jurídica da própria marca.**

Foi justamente enxergando esse problema de perto que Euler Costa encontrou o seu propósito.

CEO da Agility Marcas e Patentes, Euler atua há mais de 10 anos no segmento de propriedade intelectual e se tornou uma referência ao transformar um tema técnico e burocrático em algo estratégico para empresários que desejam crescer de forma segura.

Sua trajetória começou dentro do INPI, onde teve acesso a uma realidade que mudaria completamente sua visão sobre negócios. O que parecia apenas uma oportunidade profissional revelou um cenário alarmante: empresas promissoras perdendo patrimônio, identidade e crescimento por não protegerem suas marcas e diferenciais.

# MAS EULER PERCEBEU ALGO AINDA MAIOR.

O PROBLEMA NÃO ESTAVA APENAS NA FALTA DE REGISTRO, ESTAVA NA FALTA DE CONSCIÊNCIA EMPRESARIAL SOBRE **O VALOR DA MARCA COMO PATRIMÔNIO.**

Enquanto muitos profissionais do segmento insistiam em uma comunicação carregada de juridiquês, procedimentos complexos e linguagem distante da realidade do empreendedor, ele decidiu fazer diferente: simplificar a comunicação e aproximar a propriedade intelectual da estratégia de negócios. Foi assim que começou sua construção de autoridade.

Ao longo dos anos, Euler entendeu que conhecimento técnico, sozinho, não sustenta crescimento. Era preciso **desenvolver posicionamento, comunicação e presença no mercado** para deixar de ser apenas mais um especialista e se tornar uma referência percebida. Mais do que registrar marcas, ele passou a educar empresários sobre proteção patrimonial, segurança jurídica e crescimento sustentável.

Nesta entrevista exclusiva para a Revista Empreendedores do Brasil, Euler Costa compartilha os bastidores da sua trajetória empreendedora, fala sobre os erros mais perigosos que empresários cometem com as próprias marcas e revela por que **muitos negócios milionários ainda correm riscos** silenciosos por não protegerem aquilo que construíram. Uma conversa sobre autoridade, posicionamento, patrimônio empresarial e o verdadeiro **valor de uma marca no mercado atual.**



## ENTREVISTA

**1. O que te levou a entrar no mercado de marcas e patentes há mais de 10 anos? Foi estratégico ou aconteceu por acaso?**

**EC:** Começou como uma oportunidade e acabou se tornando um propósito.

Quando entrei no INPI, achei que estava apenas diante de uma oportunidade de emprego. Mas logo percebi que teria acesso a informações que muitos empresários desconheciam e que eram extremamente necessárias para a sobrevivência dos seus negócios. E o que eu vi foi assustador: empresas excelentes morrendo por erros básicos, como não proteger suas marcas e diferenciais.

**2. No começo, qual foi a maior dificuldade para se posicionar em um mercado tão técnico?**

**EC:** O erro clássico era falar difícil. Muita gente ainda usa esse artifício para aparentar mais valor nas entregas. Eu decidi mudar o jogo no meu segmento. Enquanto o mercado falava apenas sobre procedimentos, jurídicos e burocracia, passei a tratar a propriedade intelectual como estratégia de negócio.

Com isso, me tornei mais interessante para os empresários e comecei a educar mais do que vender. As vendas passaram a acontecer com muito mais facilidade e frequência, porque minha audiência começou a ter mais maturidade sobre o assunto.

**3. Qual foi o maior desafio que você enfrentou ao empreender nesse segmento?**

**EC:** Escalar de forma sustentável. É um segmento com poucas possibilidades de recorrência, e isso fazia com que a “bola de neve” acontecesse: todo mês parecia que começávamos do zero e precisávamos faturar tudo novamente.

#### 4. Quais erros você cometeu no início que hoje jamais repetiria?

**EC:** Não investir em marketing digital desde o dia zero do negócio. Se eu tivesse construído autoridade desde o início, hoje seria muito mais conhecido. Outro erro foi criar expectativas excessivas em relação à equipe. Eu acreditava que competência era suficiente, mas aprendi que também é preciso avaliar o quanto a pessoa realmente quer crescer e se comprometer. Saber e não querer não leva ninguém a lugar algum. Além disso, subestimei o poder do posicionamento e da construção de autoridade.

#### 5. Em que momento você percebeu que precisava sair do técnico e construir autoridade?

**EC:** Quando vi pessoas menos preparadas crescendo mais do que eu. Aquilo me incomodou, mas foi necessário. Foi nesse momento que entendi que o mercado não premia apenas o melhor técnico, ele premia quem é percebido como referência. A partir daí, comecei a me posicionar de verdade.

#### 6. Como foi o processo de se posicionar como referência nesse mercado?

**EC:** Foi desconfortável no começo. Gravar vídeos, expor opiniões e bater de frente com ideias erradas não é simples. Mas eu tinha algo muito forte: vivência real. E isso nenhuma inteligência artificial ou copy bem-feita consegue substituir. Eu não falo apenas de teoria. Eu vi empresas perderem marcas. Eu vi negócios travarem o crescimento por falta de proteção. Quando você fala com verdade, o mercado sente.

**“Faturamento não traz proteção. Registro, sim.”**





*“Marcas fortes sem proteção jurídica  
são patrimônios em risco.”*



**7. O que fez mais diferença na sua virada de crescimento: técnica, marketing ou posicionamento?**

**EC:** Começou Posicionamento. A técnica faz você executar. O marketing faz você vender. Mas o posicionamento é o que sustenta tudo no longo prazo.

**8. Depois de mais de 10 anos, qual foi o maior aprendizado que esse mercado te trouxe?**

**EC:** Que muitos empresários brasileiros erram por acreditar que podem fazer tudo de qualquer jeito. A verdade é que existem regras que precisam ser respeitadas, independentemente do segmento ou do tamanho da empresa.

**9. Qual habilidade você precisou desenvolver para crescer nesse mercado?**

**EC:** Comunicação. Não basta apenas saber. É preciso fazer o outro entender, confiar e agir. Aprendi a simplificar sem perder profundidade e isso muda completamente o jogo das vendas.

**10. Você costuma dizer que muitos empresários estão construindo em “terreno alugado”. O que isso significa na prática?**

**EC:** Significa que o negócio, juridicamente, pode não ser realmente deles. Muitos empresários constroem marca, investem em marketing, crescem... mas não registram sua marca. Na prática, estão fortalecendo um ativo que pode ser tomado a qualquer momento.

É como construir uma casa em um terreno alugado: você investe tudo, mas corre o risco de perder.

**“Posicionamento transforma especialistas em referências.”**



*“Comunicação é a ponte entre conhecimento e crescimento.”*



**11. Qual é o maior erro que empresários cometem com a própria marca, mesmo faturando alto?**

**EC:** Achar que faturamento traz proteção. Não traz. Existem empresas faturando milhões sem ter a marca registrada. Isso é um risco silencioso e extremamente perigoso. O grande erro é confundir “eu uso a marca” com segurança jurídica.

**12. O que realmente acontece com quem constrói um negócio sem registrar a marca?**

**EC:** Mais cedo ou mais tarde, três cenários costumam acontecer:

- A empresa perde a marca;
- Precisa trocar de nome;
- Ou entra em uma disputa jurídica cara e desgastante.

**E o pior:** normalmente isso acontece quando o negócio já cresceu. Ou seja, o prejuízo acaba sendo muito maior.

**13. Que conselho você daria para quem quer empreender nesse mercado hoje?**

**EC:** APare de ser apenas técnico. Se você quer crescer de verdade nesse mercado, precisa dominar três pilares:

- Posicionamento;
- Comunicação;
- Comercial.

E, principalmente, entender que você não vende apenas papel ou registro. Você vende proteção patrimonial, segurança jurídica e crescimento para empresas.


Quem entende isso, cresce. ©



Euler Costa  
[@euler.costabenfica](#)

CAPA

IVAN ZANCH

 @zanchi.ivan

# ENTREVISTA

Por Fátima Reis

**I**van: o mentor que transformou liderança em engenharia da liberdade

Durante décadas, o mercado ensinou empresários a crescerem através de números, metas e processos. Mas poucos compreenderam algo fundamental: empresas não crescem sozinhas, pessoas crescem, e são elas que sustentam qualquer resultado extraordinário.

Foi exatamente essa percepção que transformou a trajetória de Ivan.

Depois de mais de 30 anos lapidando líderes, sua missão deixou de ser apenas desenvolver negócios para se tornar um chamado ainda maior: destravar o potencial humano por trás das empresas. Sua jornada começou longe dos palcos corporativos. Antes de se tornar mentor sênior, especialista em liderança e franqueado de uma das maiores escolas de liderança do mundo, Ivan viveu a realidade das vendas porta a porta, enfrentou crises, golpes financeiros, depressão e os desafios emocionais que muitos empresários silenciam nos bastidores do sucesso. Mas foi justamente nas adversidades que ele encontrou a essência da liderança verdadeira.

Ao longo dos anos, Ivan percebeu que o maior patrimônio de uma empresa não está apenas na estratégia ou no faturamento, mas na capacidade do líder de influenciar pessoas, desenvolver equipes e construir ambientes emocionalmente saudáveis.

## ENQUANTO MUITOS LÍDERES AINDA ACREDITAM QUE LIDERAR É EXERCER PODER, IVAN DEFENDE UMA VISÃO MAIS PROFUNDA: LIDERANÇA É RESPONSABILIDADE EMOCIONAL.

PARA ELE, EMPRESAS NÃO QUEBRAM  
PRIMEIRO NOS NÚMEROS, QUEBRAM  
NAS PESSOAS.

E é justamente por isso que sua metodologia une inteligência emocional, autoconhecimento, comunicação e gestão estratégica para formar líderes capazes de crescer sem se tornarem escravos do próprio negócio.

Criador do conceito “Engenharia da Liberdade”, Ivan ensina empresários a saírem da centralização operacional para assumirem o verdadeiro papel de estrategistas, construindo empresas que funcionam com autonomia, equilíbrio e propósito.

Nesta entrevista exclusiva para a Revista Empreendedores do Brasil, Ivan compartilha aprendizados acumulados ao longo de três décadas de liderança, revela os erros silenciosos que destroem empresas e mostra por que o futuro dos negócios depende menos de processos perfeitos e mais da evolução humana dos líderes.

Uma conversa profunda sobre inteligência emocional, transformação, liberdade empresarial e o desafio de formar líderes preparados para construir o Brasil de amanhã.



## ENTREVISTA

**1. Ivan, você fala em “30 anos lapidando líderes”. Em que momento entendeu que sua missão era desenvolver pessoas e não apenas liderar negócios?**

**IZ:** O entendimento veio quando percebi que, embora eu pudesse gerir números e processos, os resultados extraordinários só aconteciam através do brilho nos olhos e da competência de quem executava.

Minha própria jornada — de vendedor de assinaturas porta a porta até me tornar franqueado de uma das principais escolas de liderança do mundo e mentor sênior — me mostrou que o negócio é apenas o palco; os atores são o que realmente importa.

Quando vi empresários que, após passarem pelo meu processo, não apenas lucravam mais, mas recuperavam a saúde e até conseguiam engravidar por estarem mais equilibrados emocionalmente, entendi que minha missão era destravar a essência humana.

Muitas vezes, as pessoas acreditam que estão no controle, mas apenas seguem no “piloto automático”. Enxergar possibilidades de mudança e evolução exige, antes de tudo, humildade verdadeira.

**2. Existe muita romantização sobre liderança hoje. Na prática, qual é o maior “choque de realidade” que um líder enfrenta quando assume essa posição?**

**IZ:** O maior choque é descobrir que liderança não é sobre poder, mas sobre responsabilidade emocional. Muitos assumem cargos esperando status, mas o “dia seguinte” traz a solidão da tomada de decisão e o peso de ser exemplo constante. O líder descobre que precisa ser o primeiro a mudar para que o time mude. Se você está estagnado, sua empresa também estará.

Costumo brincar que empresas não quebram primeiro, pessoas quebram. Depois disso, as empresas apenas acompanham o movimento.

Cuidar de si mesmo exige inteligência.



*“Muitas pessoas acreditam que estão no controle,  
mas apenas vivem no piloto automático.”*

**3. Você defende que o retorno financeiro vem através das pessoas. Como um empresário pode medir, na prática, esse ROI dentro da empresa?**

**IZ:** O ROI das pessoas é medido pela redução do “imposto da incompetência” e do custo da rotatividade. Na prática, isso aparece através do engajamento e da autonomia da equipe. Quanto menos o dono precisa intervir no operacional para que vendas aconteçam e problemas sejam resolvidos, maior é o retorno sobre o investimento em liderança.

Dinheiro no caixa é efeito colateral de pessoas bem treinadas e emocionalmente equilibradas. Você pode ter uma gestão fantástica e os melhores processos, mas jamais deve esquecer que empresas existem para atender necessidades humanas. No final, o grande desafio é a gestão das emoções entre diferentes gerações convivendo dentro do mesmo ambiente.

**4. No dia a dia de um líder, onde a inteligência emocional mais falha e como corrigir isso antes que impacte o time?**

**IZ:** Ela falha na reatividade. O líder que age no “sequestro da amígdala”, explodindo ou se omitindo diante de um erro, destrói a segurança psicológica da equipe. A correção vem através do autoconhecimento profundo e da pausa estratégica. É preciso identificar o gatilho antes da reação. Eu ensino que um líder que não governa a si mesmo jamais governará um império. Toda mudança real acontece na preparação prévia. Existe um ditado que diz: “Bons capitães são forjados em mares agitados.” Eu entendo a intenção dessa frase, mas acredito que nenhum capitão, sem preparo prévio, conseguirá conduzir uma embarcação durante uma tempestade.

*“O vício do sucesso gera cegueira estratégica.”*



## 5. Qual é o erro mais comum que líderes experientes ainda cometem sem perceber?

**IZ:** Acreditar que aquilo que os trouxe até aqui será suficiente para levá-los ao próximo nível.

O “vício do sucesso” gera cegueira estratégica. Muitos param de aprender, fecham-se para novas metodologias e passam a operar no automático, ignorando que o cenário mudou.

Eles deixam de ouvir e passam apenas a ditar, perdendo conexão com o mercado e com o próprio time.

Jeff Bezos costumava dizer aos seus funcionários: “Hoje é o primeiro dia da empresa.” Ele repetia isso diariamente porque não queria que as pessoas entrassem em uma zona de conforto cômoda. Queria todos atentos, o tempo inteiro.

## 6. O que significa, na prática, “engenharia da liberdade” dentro da vida de um empresário ou líder?

**IZ:** Significa construir sistemas e pessoas tão eficientes que a presença física do dono se torne opcional, não obrigatória. É sair da escravidão do operacional e assumir o verdadeiro papel de estrategista. A liberdade real acontece quando o empresário consegue ter tempo para a família, para a saúde e até para novos negócios, sem que a empresa pare de crescer por isso. Não é raro eu perguntar aos meus mentorados por que decidiram empreender. Respostas como “ganho financeiro”, “qualidade de vida” e “futuro melhor para a família” aparecem com frequência. Então eu pergunto: “Quanto disso você realmente está vivendo hoje?”

Nem sempre a resposta os motiva, mas é justamente aí que muitos decidem dar o próximo passo.

## 7. O que precisa acontecer na mentalidade de um empresário para que ele viva uma transformação profunda?

**IZ:** Ele precisa aceitar a dor do crescimento e admitir suas próprias limitações.

Transformações profundas exigem romper padrões de comportamento que, muitas vezes, estão enraizados há décadas.

É exatamente isso que fazemos na Mentoria VÓRTICE: ajudamos líderes a enxergarem seus pontos cegos e substituírem o medo por autoconfiança baseada em ferramentas práticas.

As mudanças que acontecem quando uma pessoa decide se compreender e se reconectar com aquilo que realmente a motiva são impressionantes.

## 8. Até que ponto um líder precisa se desconstruir para evoluir?

**IZ:** Até o ponto em que consiga abandonar o ego para dar lugar à eficácia. Muitas vezes, é preciso “matar” o gestor centralizador do passado para dar espaço ao líder mentor que o futuro exige. A evolução é um processo constante de morte e renascimento. Você precisa decidir abandonar aquilo que não agrega mais valor e priorizar aquilo que o levará ao lugar onde deseja chegar. Parece simples, mas poucas pessoas conseguem fazer isso sozinhas.

## 9. Qual é o erro mais grave que líderes cometem ao se comunicar com suas equipes?

**IZ:** Supor que o óbvio foi dito e que aquilo que foi dito foi realmente compreendido. A falta de clareza e o excesso de ruído emocional geram desorientação dentro das equipes. O líder precisa ser um mestre da comunicação, garantindo que a visão da empresa esteja alinhada ao propósito individual de cada colaborador. Além disso, ele precisa adaptar sua comunicação às diferentes personalidades do time. Para um verdadeiro líder, nenhuma mensagem é “padrão”. A comunicação deve ser ajustada aos ouvintes para potencializar resultados.

## 10. Nos momentos de crise, o que separa um líder que cresce de um líder que entra em colapso?

**IZ:** A resiliência emocional e a capacidade de leitura de cenário.



*“Transformação profunda exige coragem  
para romper padrões antigos.”*



Eu mesmo já enfrentei depressão, golpes financeiros e crises de mercado. O que me levantou foi o conjunto de ferramentas que acumulei ao longo de mais de 40 formações.

O líder que cresce durante a crise é aquele que mantém a calma, ajusta as velas e foca na solução enquanto os outros focam no pânico.

E existe algo importante: mantenha boas conexões. É nos momentos de crise que você descobre quem realmente está ao seu lado.

#### **11. O que a nova geração de líderes está fazendo melhor — e onde ainda está falhando?**

**IZ:** A nova geração é excelente em agilidade e domínio tecnológico.

No entanto, muitas vezes falha na profundidade das relações humanas e na paciência necessária para amadurecer processos.

Querem resultados de “micro-ondas” em situações que exigem o tempo do “fogão a lenha”.

#### **12. Se pudesse deixar uma única mensagem para os líderes que estão construindo o Brasil de amanhã, qual seria?**

**IZ:** Pare de tentar fazer tudo sozinho.

O isolamento é o inimigo número um do crescimento. Invista em você, cerque-se de pessoas que já trilharam o caminho e entenda que seu maior ativo não é o produto que vende, mas sua capacidade de influenciar positivamente pessoas.

Saia da mediocridade e assuma o protagonismo da sua história. Decida por você. Aprenda a ouvir seu coração acima da razão, porque, quando existe sintonia verdadeira, você aprende a perceber a corrente e entende quando deve nadar a favor ou contra ela. ©



**Ivan Zanchi**  
**@zanchi.ivan**

# ENCONTRAMOS OS LÍDERES QUE SUA EMPRESA PRECISA



essencial.  
todos sem exceção

Quero agendar uma reunião

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

COMUNICAÇÃO

FONOAUDIOLOGIA

# O FATOR INVISÍVEL DA comunicação

*Ivan Alexandre*

Fonoaudiólogo | Mentor em Voz Autêntica

# O que pode estar reduzindo sua percepção *de valor, influência e resultados.*

## **Quando a comunicação não representa quem você é**

Você já conheceu alguém muito competente, mas que, ao falar, parecia não sustentar o mesmo valor que possui?

E também pessoas que geram confiança naturalmente, mesmo sem excesso de fala ou performance? Isso não acontece apenas por técnica.

Existe um fator invisível na comunicação que interfere diretamente na forma como sua presença, clareza e valor são percebidos.

Esse fator aparece no tom da voz, no excesso de explicação, na necessidade constante de aprovação, na fala acelerada e na tentativa de parecer suficiente o tempo inteiro.

Tudo isso acaba transmitindo insegurança, tensão ou excesso de controle. Muitas pessoas acreditam que precisam apenas melhorar expressão e a performance. Mas, muitas vezes, o problema não está na técnica.

Está na desconexão entre quem a pessoa realmente é e a forma como aprendeu a se comunicar tentando agradar, evitar críticas e buscar aceitação.

### **Esse é o verdadeiro FATOR INVISÍVEL da Comunicação:**

A dificuldade de sustentar a própria verdade enquanto se comunica. Quando isso acontece, a comunicação passa a funcionar a partir de medo, adaptação e esforço constante para convencer. E isso impacta diretamente influência, posicionamento e resultados.





"O maior bloqueio da comunicação nem sempre está na técnica. Está na desconexão entre quem você é e a forma como aprendeu a se comunicar."



## *"A voz revela aquilo que as palavras tentam esconder."*

Um líder pode ter conhecimento técnico, mas não sustentar clareza e direção ao falar.

Um empreendedor pode ter um excelente produto, mas não conseguir transmitir percepção de valor.

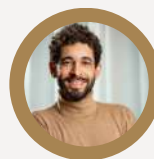
Muitas pessoas dizem reconhecer o próprio valor. Mas basta observar como se posicionam e comunicam suas ideias para perceber o quanto ainda deixam o medo de julgamento interferir na própria expressão. Comunicação coerente gera resultados mais consistentes.

Quando percepção, expressão e autoimagem entram em coerência, a comunicação muda. A fala ganha mais clareza, a presença transmite mais confiança e a conexão acontece de forma mais natural.

Existe uma tendência cada vez maior de conexão com profissionais que transmitem coerência, clareza e segurança ao se expressar. A técnica continua importante.

Ao mesmo tempo, existe algo ainda mais profundo: a forma como a pessoa sustenta sua presença, identidade e valor enquanto se comunica. Talvez o próximo passo não seja apenas aprender novas técnicas de comunicação. Mas desenvolver uma expressão mais coerente com quem você realmente é e com o valor que deseja transmitir diante das pessoas.

Porque a **VOZ AUTÊNTICA** fortalece sua presença, amplia a percepção de valor que você transmite e sustenta uma expressão mais coerente com quem você realmente é.



Ivan Alexandre  
[@ivanalexandrevoz](#)

Mentor de VOZ e Comunicação Consciente  
Palestrante e Educador Corporativo  
(71) 99962-2092



TROPICAL  
ARTE EM MADEIRAS

**Móveis que contam**

*Histórias*

**Ambientes que inspiram**

*momentos!*

@tropicalartemmadeiras

(71) 3379-2019

(71) 99739-3281

ESCANEIE O QR CODE  
E BAIXE O NOSSO PORTIFÓLIO



MARCA

# MOVA-SE!

A história de força de quem transforma  
recomeços em combustível para viver

*Patrícia Marinho*

Empreendedora | Influenciadora de atividades físicas e do bem-estar.

A vida raramente segue um roteiro previsível. Em alguns momentos, ela nos convida a construir. Em outros, exige coragem para reconstruir. A trajetória de Patrícia Marinho França é uma prova de que os recomeços podem se transformar em grandes oportunidades de crescimento, autoconhecimento e superação.

Nascida em Uberlândia, Minas Gerais, filha de mãe mineira e pai sergipano, Patrícia viveu sua infância e juventude em Aracaju, cidade que ajudou a moldar seus valores, suas amizades e sua visão de mundo. Desde cedo, aprendeu que a vida é movimento, e talvez por isso nunca tenha tido medo de atravessar fronteiras.

Aos 21 anos, embarcou para as Ilhas Cayman, onde construiu uma sólida experiência profissional internacional. Atuou como secretária executiva do COO da rede KFC e, posteriormente, trabalhou no Itaú International Bank. Foram anos de aprendizado, disciplina e ampliação de horizontes.

Aos 28 anos, retornou ao Brasil e escolheu Salvador para escrever um novo capítulo de sua história. Casou-se, empreendeu e fundou o Patrícia Dantas Noivas e Festas Ateliê, negócio que rapidamente conquistou reconhecimento e se tornou referência no segmento de eventos e celebrações na capital baiana.

Por mais de uma década, construiu uma vida familiar e empresarial sólida. No entanto, como acontece com muitas pessoas, chegou o momento em que foi necessário tomar uma decisão difícil.

Em dezembro de 2014, após 12 anos de casamento, Patrícia saiu de um escritório de advocacia em Salvador depois de dar entrada em seu divórcio. O coração carregava sentimentos contraditórios: tristeza pelo encerramento de um ciclo e alívio por encerrar uma história que já não fazia sentido.

Naquele estacionamento, antes de ligar o carro, uma sensação profunda tomou conta de sua alma. Em meio à dor, uma voz interior parecia dizer: "Acalma seu coração, tudo vai ficar bem."

Hoje, olhando para trás, ela reconhece que aquele momento representou muito mais do que um fim. Foi uma libertação.

Decidida a recomeçar, vendeu seu negócio e retornou para Aracaju, buscando proximidade com a família e os amigos de infância. O que ela não imaginava era que a vida ainda lhe reservaria um dos maiores desafios de sua jornada.

Pouco tempo depois, foi acometida por uma grave enfermidade. Durante um mês, permaneceu internada entre a vida e a morte. Médicos, familiares e amigos acompanharam momentos de extrema tensão e incerteza.

Mas havia algo que faria toda a diferença. Dois anos antes, Patrícia havia adotado a corrida como parte de sua rotina. O que começou como atividade física transformou-se em um dos fatores que ajudaram seu organismo a enfrentar aquele período crítico. Ela sobreviveu. E não apenas sobreviveu. Renasceu.

Após a recuperação, tomou uma decisão ousada: partir para o Chile. Durante dois anos, mergulhou em uma nova cultura, aperfeiçoou o espanhol e ampliou ainda mais sua visão sobre a vida, o mundo e as infinitas possibilidades que surgem quando nos permitimos sair da zona de conforto.

Ao retornar ao Brasil, iniciou uma nova fase profissional como representante de vinhos, até que mais uma mudança aconteceu. Seu atual companheiro foi transferido para Santa Catarina por uma multinacional, estado onde Patrícia vive atualmente e continua construindo sua história.

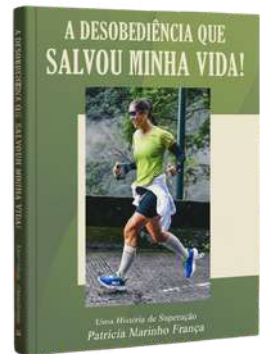
Ao longo de todos esses anos, uma constante permaneceu presente em sua vida: o compromisso com a atividade física.



"A vida pode até mudar sua rota, mas nunca deve tirar sua capacidade de seguir em frente. Mova-se."



"O que parecia ser um fim foi, na verdade, uma libertação."




Há mais de 13 anos, ela pratica exercícios regularmente e se tornou uma inspiração para inúmeras pessoas que desejam melhorar sua saúde física e emocional. Mais do que cuidar do corpo, Patrícia encontrou no movimento uma filosofia de vida.

Ela sabe, por experiência própria, que o exercício vai muito além da estética. É uma ferramenta de fortalecimento mental, disciplina, autoestima e resistência diante das adversidades.

Sua trajetória ensina que não importa quantas vezes a vida nos obrigue a recomeçar. O importante é continuar avançando.

Mudou de cidade.  
Mudou de país.  
Mudou de carreira.  
Mudou de relacionamento.  
Mudou de perspectiva.  
Mas nunca deixou de seguir em frente.

Hoje, sua história inspira pessoas que enfrentam separações, doenças, mudanças profissionais ou qualquer situação que pareça um obstáculo intransponível. Porque Patrícia aprendeu algo que poucos compreendem profundamente: A vida não para. E nós também não devemos parar.

Seu lema resume perfeitamente sua jornada e sua mensagem para o mundo: **"Mova-se!"** 



Patrícia Marinho  
*@patriciamarinhof*

Patrícia Marinho França é empreendedora, ex-proprietária do renomado Patrícia Dantas Noivas e Festas Ateliê, representante comercial e defensora da saúde física e mental por meio da atividade física. Sua trajetória é marcada por empreendedorismo, superação e reinvenção pessoal.

# 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

NEGÓCIOS

# O MOVIMENTO DOS BONS:

A Nova Era dos Empresários que Constroem Legado

*Euclides Germiniani Neto, Felipe Zidane e Marcos Vittorio*

Sócios da Tríade



## “O empresário do futuro não vende apenas soluções. Ele constrói relevância.”

Durante muitos anos, o empreendedorismo brasileiro foi marcado pela corrida acelerada por crescimento, faturamento e expansão. Empresas surgiam movidas pela necessidade de vencer crises, conquistar mercado e sobreviver em um ambiente altamente competitivo. Porém, uma nova geração de empresários começou a perceber que resultados financeiros, sozinhos, já não sustentam relevância de longo prazo.

Hoje, os grandes líderes entendem que empresas fortes não são construídas apenas com marketing, networking ou vendas. Elas são fortalecidas por posicionamento, percepção, relações estratégicas e propósito.

É exatamente dentro desse novo cenário que nasce a Tríade.

Mais do que um clube de negócios, a Tríade surge como um movimento empresarial voltado para empresários que desejam crescer de forma inteligente, sustentável e coerente com o legado que pretendem deixar no mundo.

A proposta rompe com os modelos tradicionais de networking superficial e encontros empresariais sem profundidade estratégica. A Tríade foi criada como um verdadeiro ecossistema de posicionamento, comunicação e estratégia, onde cada empresário recebe acompanhamento estruturado e direcionamento personalizado para ampliar sua autoridade e fortalecer sua empresa no mercado.



“O lucro sustenta empresas.  
O legado sustenta gerações.”

# Empresas passam. Legados permanecem.

Com atuação nas vertentes Tríade Health, Tríade Law e Tríade Business, o movimento conecta empresários da saúde, direito e negócios a uma experiência inédita no Brasil: o primeiro business club com conselho consultivo aplicado e plano estratégico individual para cada membro.

O conceito nasce da compreensão de que crescimento sustentável exige clareza de marca, comunicação inteligente e decisões alinhadas com visão de longo prazo.

Na prática, isso significa que cada empresário participante possui acompanhamento mensal estruturado nos pilares fundamentais da marca, trabalhando não apenas o crescimento do negócio, mas também a evolução da liderança, da comunicação, da percepção de mercado e da estratégia empresarial.

A Tríade acredita que empresas mais humanas, estratégicas e bem posicionadas se tornam naturalmente mais fortes, mais respeitadas e mais preparadas para atravessar gerações.

Essa filosofia é sustentada por valores sólidos como profundidade, verdade, construção coletiva, transformação com propósito e visão de longo prazo — princípios que vêm se tornando cada vez mais raros em um mercado imediatista.

Por trás da Tríade estão especialistas com trajetórias complementares e ampla experiência no desenvolvimento empresarial.

Entre eles, Euclides Germiniani Neto, especialista com MBA em Marketing e Gestão Empresarial pela FGV, que há mais de duas décadas atua apoiando o crescimento de empresas em diferentes segmentos.

Ao seu lado está Felipe Zidane, referência em posicionamento, imagem e percepção de marca, com atuação nacional e internacional, auxiliando empresários a construírem autoridade e reconhecimento de forma estratégica.

Completando o ecossistema, Marcos Vittorio, diretor criativo e estrategista audiovisual, transforma comunicação em um ativo de crescimento, presença e fortalecimento de marca.

Com escritório e estúdio exclusivo em Campinas, no interior de São Paulo, a Tríade representa uma nova mentalidade empresarial: a de empresários que compreenderam que reputação, percepção e conexões estratégicas são ativos fundamentais para sustentar crescimento real.

Mais do que formar negócios, a Tríade ajuda a construir histórias.

Histórias de empresários que decidiram parar de apenas vender produtos ou serviços para começar a construir relevância, autoridade e legado.

Porque no fim, os maiores empreendedores não são lembrados apenas pelo que faturaram. São lembrados pelo impacto que deixaram. ©



Euclides Germiniani  
Neto, Felipe Zidane e  
Marcos Vittorio  
[@triade.br](https://www.triade.br)

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](https://agilize.com.br)

 4020-8283





# Jogos estratégicos

Jogos voltados para o desenvolvimento humano, entretenimento e terapias



PODCAST

**EMPREENDEDORES**  
do Brasil

Com Fátima Reis

CONEXÕES PODEROSAS, MARCAS MEMORÁVEIS.



Venha compartilhar sua  
história de sucesso com  
a gente!



[www.empreendedoresdobrasil.com](http://www.empreendedoresdobrasil.com)