



EMPREENDEDORES[®] do Brasil

Edição 41/2026

VITOR TAVARES

**O homem que transformou livros em legado,
negócios e pontes para o futuro**

De office boy no centro de São Paulo à presidência das maiores entidades do mercado editorial brasileiro, Vitor Tavares construiu uma trajetória marcada por coragem, visão estratégica e paixão pela cultura. Uma história de empreendedorismo com propósito, onde cada página virou oportunidade e cada desafio se transformou em resistência.

www.empreendedoresdobrasil.com



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

**Mais
Visibilidade**

**Mais
Autoridade**

**Mais
Posicionamento**

www.empreendedoresdobrasil.com

CAPA 26

Edição 41/ 2026

SUMÁRIO

08 Rosely Boschini

A estrutura que nenhum conteúdo pode ignorar.

12 Gislaïne Canelli

Conectando Talentos, Transformando Empresas e Construindo um Legado no Desenvolvimento Humano.

18 Bruna Arguelo

Todo mundo quer vender. Poucos têm um processo.

22 Lívia Pereira

O destino pode mudar sua empresa.

36 Dra. Próton I Mayara Paulino

Mentalidade de Riqueza: O Que Acontece no Cérebro dos Empreendedores de Alta Performance.

42 Euler Costa

Sua marca vale mais do que você imagina. A pergunta é: Ela está protegida?

46 Giane França

A Força das Conexões: Como o Empreendedorismo Feminino Está Transformando Negócios, Vidas e Gerações.

49 Vanessa Carvalho

Por que líderes bons também tomam decisões ruins?

52 Ubirajara Ferreira

O Brasil Cresce quando o Empreendedor Tem Espaço para Prosperar.

VITOR TAVARES

www.empreendedoresdobrasil.com

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



m um mundo onde as mudanças acontecem em uma velocidade cada vez maior, permanece atual a capacidade de quem escolhe construir um legado baseado em valores, propósito e contribuição para a sociedade.

É com esse olhar que apresentamos a 41ª edição da Revista Empreendedores do Brasil, trazendo na capa um homem que fez da cultura, da educação e do empreendedorismo sua missão de vida: **Vitor Tavares**.

Sua história nos lembra que grandes realizações não nascem de circunstâncias perfeitas. Nascem da coragem de quem acredita em um sonho e decide construí-lo todos os dias. Filho de uma família simples, criado na periferia de São Paulo, Vitor encontrou nos livros muito mais do que uma profissão. Encontrou um propósito capaz de transformar vidas, conectar pessoas e fortalecer um dos pilares mais importantes de qualquer sociedade: **o conhecimento**.

Ao longo de sua trajetória, liderou empresas, presidiu instituições que representam o mercado editorial brasileiro, enfrentou crises econômicas, acompanhou profundas transformações no setor e conduziu decisões importantes em um dos momentos mais delicados da história recente: **a pandemia**. Em todas essas fases, manteve a mesma convicção: **os desafios existem para impulsionar a inovação e fortalecer quem escolhe seguir em frente**.

Durante nossa conversa, uma frase sintetizou tudo aquilo que Vitor representa e, acredito, resume também a essência do verdadeiro empreendedorismo: **"Empreender é entender e atender pessoas."**

Essa reflexão vai muito além do universo dos negócios. Ela nos convida a compreender que empresas são feitas por pessoas, para pessoas. Que tecnologia, processos e resultados somente fazem sentido quando colocam o ser humano no centro das decisões.

Vivemos uma era marcada pela Inteligência Artificial, pela transformação digital e por novos modelos de negócios.

Entretanto, esta edição reforça uma verdade que jamais perderá sua relevância: **nenhuma tecnologia substituirá a sensibilidade, a ética, a visão e a capacidade humana de inspirar, liderar e construir relacionamentos verdadeiros**. Na Revista

Empreendedores do Brasil, acreditamos que compartilhar histórias como a de Vitor Tavares é fortalecer uma cultura empreendedora baseada em conhecimento, responsabilidade e propósito. Mais do que apresentar empresários de sucesso, nosso compromisso é revelar trajetórias que deixem ensinamentos capazes de inspirar novas gerações de líderes.

Que esta edição desperte em você a coragem para continuar aprendendo, inovando e acreditando no poder transformador das boas ideias. Afinal, todo grande legado começa com uma decisão: a de fazer a diferença onde quer que estejamos.

Boa leitura.

Fátima Reis
Editora Chefe EB



CRÉDITOS

Editora chefe: Fátima Reis

Conselho 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 e Lucas Serinolli

Videomaker Master: Joilson Pereira

Videomakers: Valter Silva

Fotógrafos: Joilson Pereira, Taís Silva, Felipe Zidane

Gestor de Tráfego: Lucas Serinolli

Design Gráfico: Pollyanna Farias

Desenvolvimento Humano: Rose Figueiredo

Capa: Vitor Tavares

Foto Capa: Divulgação

Formato: Digital

Publicação: 41ª 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, Rafael Caribé, Marlon Freitas, Rafael Viana, Adriano Fialho, Ana Cerviño, Livia Pereira, Giane França, Euler Costa, Mayara Paulino, Bruna Arguello, Gislaine Canelli, Ubirajara Ferreira, Vanessa Carvalho e Vitor Tavares.

GRUPO
REIS

EMPREENDEDORES
do Brasil

REIS
EDITORA

REIS MAGAZINE
SUA REVISTA DE SERVIÇOS E PRODUTOS LOCAIS

SIVOPLÊ
MARKETING DE RESULTADOS

Carreiras
& Oportunidades

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

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

CNPJ: 39.332.332/0001-09
www.empreendedoresdobrasil.com
contato@empreendedoresdobrasil.com
@empreendedoresdobrasiloficial
@fatimareisoficial
+ 55 11 9 5902-6499 / 11 9 6581-5702



TROPICAL
ARTE EM MADEIRAS

Móveis que contam

Histórias

Ambientes que inspiram

momentos!

@tropicalarteemmadeiras

(71) 3379-2019

(71) 99739-3281

ESCANEIE O QR CODE
E BAIXE O NOSSO PORTIFÓLIO





AUTORIDADE

A ESTRUTURA

que nenhum conteúdo pode ignorar

Por Rosely Boschini

CEO Editora Gente

Você sabe de onde o seu público parte e onde você quer que ele chegue?

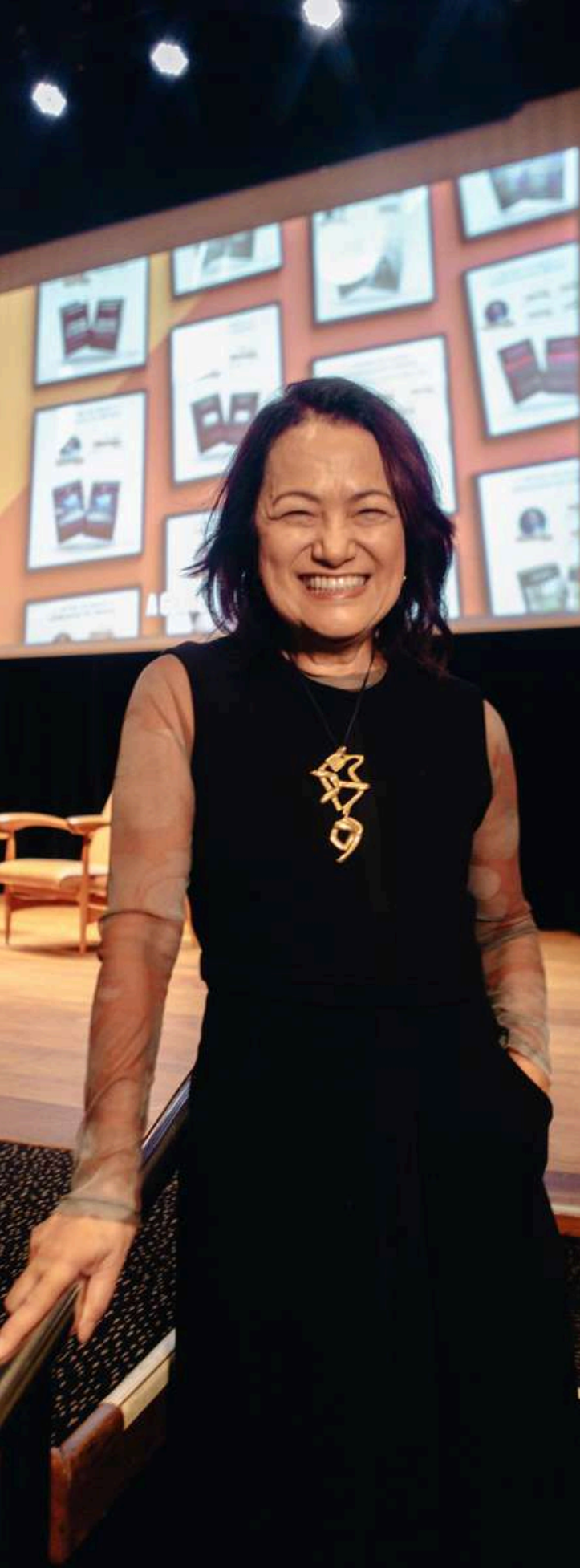
Parece óbvio, mas não é. A maior parte das pessoas que constrói conteúdo – seja um livro, uma palestra, um evento, uma série de posts nas redes sociais – começa pelo que quer falar, não pela transformação que quer provocar. E essa inversão, aparentemente pequena, muda tudo.

Em todos esses anos à frente da Editora Gente, aprendi que um best-seller não começa pelo tema. Começa pela transformação. Qual é o estado de quem abre a primeira página? Qual é o estado de quem fecha a última? Quando o autor tem isso claro, cada capítulo encontra seu lugar. A narrativa ganha coluna vertebral.

O mesmo vale para uma palestra, um evento, um post, uma mentoria. Para qualquer coisa que você crie com a intenção de mover pessoas.

Sem essa clareza, o que acontece é o seguinte: você produz muito, entrega conteúdo com qualidade, trabalha com dedicação... e mesmo assim a audiência não avança. Não porque o que você diz seja ruim. Mas porque o que você diz não está organizado em torno de uma jornada. Está organizado em torno de você.





A NARRATIVA É UMA PONTE

Quando falo em narrativa, não estou falando de storytelling no sentido comercial. Estou falando de arquitetura. De escolher, conscientemente, o ponto A e o ponto B e mostrar o caminho entre eles.

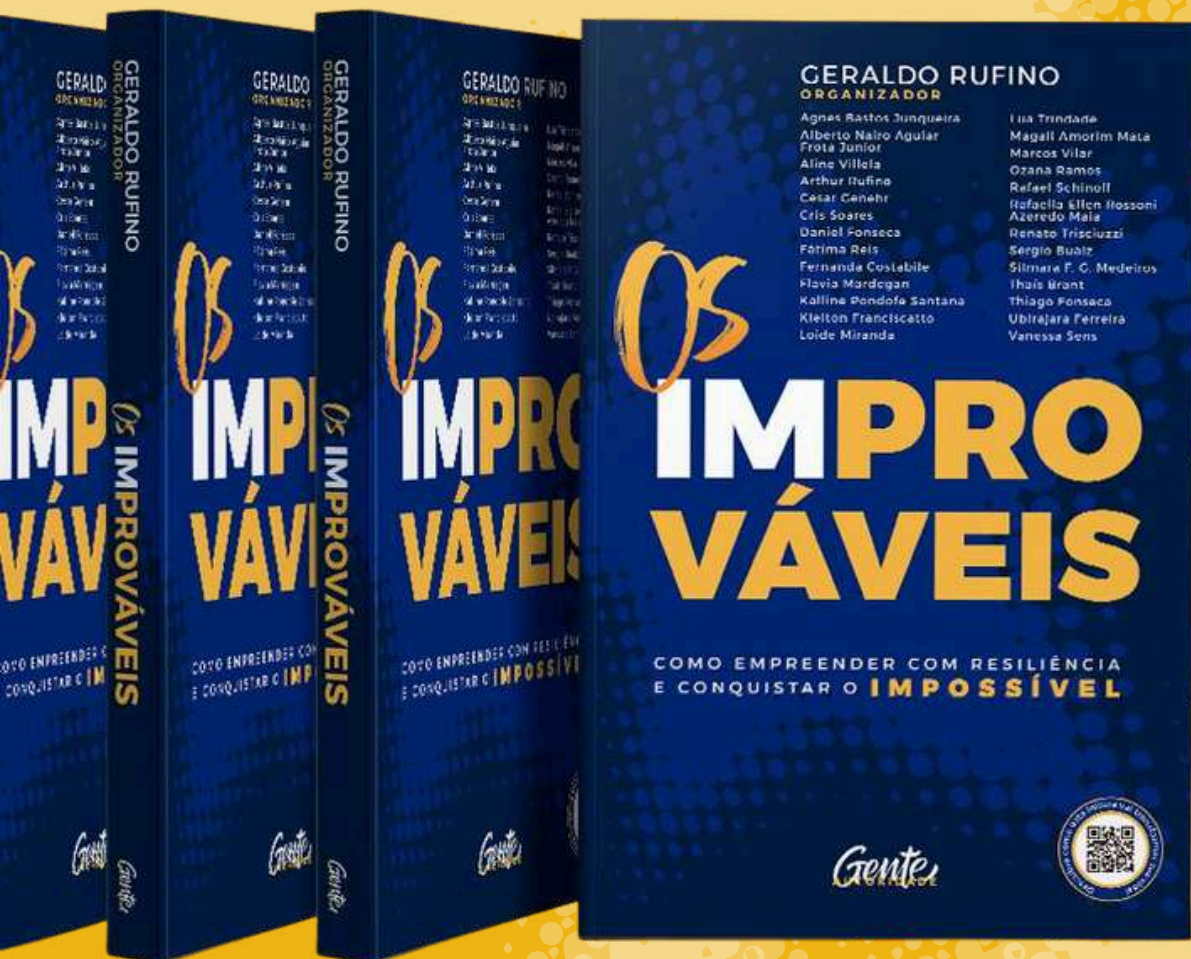
O **ponto A** é o lugar onde sua audiência está agora: as dúvidas que carrega, as crenças que limitam, os problemas que ainda não conseguiu resolver. O **ponto B** é onde você quer que ela chegue: uma nova perspectiva, uma decisão tomada, uma habilidade adquirida, uma transformação real. Tudo que você cria – cada capítulo, cada slide, cada post, cada momento de um evento – precisa servir a essa travessia. É isso que revela a promessa implícita de qualquer conteúdo de valor: eu sei onde você está, e sei para onde posso levá-lo. Quando você tem clareza sobre essa promessa, ela começa a permear tudo o que você produz, criando consistência, continuidade e muito importante: **reconhecimento**.

Quem domina esse princípio para de criar para cumprir uma check-list e começa a criar para deixar marca, para construir comunidade, para entregar algo realmente relevante. Cada conteúdo passa a ter peso, direção e propósito – e a audiência, acredite em mim, percebe e retribui! 🍷



Rosely Boschini ✓
@roselyboschini

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



Garanta aqui
Os improváveis!
Nas melhores livrarias

Gente
editora

A portrait of a woman with long, wavy blonde hair, wearing a light blue blazer. She is resting her chin on her hand, which is adorned with a diamond ring and a gold watch. The background is a warm, textured wall.

CARREIRA

GISLAÏNE CANELLI:

Conectando Talentos, Transformando Empresas e
Construindo um Legado no Desenvolvimento Humano

Psicoterapeuta organizacional/relacional | Empresária

Algumas trajetórias profissionais nascem de um plano cuidadosamente desenhado.

Outras são construídas a partir das experiências, dos desafios e das descobertas que surgem ao longo do caminho.

A história de Gislaine Canelli é um exemplo de como a paixão por pessoas pode se transformar em propósito de vida e em uma carreira capaz de gerar impacto real nas organizações e na sociedade.

Sua caminhada empreendedora começou em 2010, quando Gislaine Canelli assumiu a gestão de um Café Colonial em São José dos Pinhais, no Paraná. À primeira vista, o negócio estava ligado ao setor de gastronomia e atendimento ao público. No entanto, por trás dos balcões, das receitas e da experiência oferecida aos clientes, nascia algo muito maior: a compreensão de que pessoas são o principal ativo de qualquer empresa.

Foi naquele ambiente que Gislaine teve seu primeiro contato profundo com liderança, gestão de equipes e organização de processos. A convivência diária com colaboradores trouxe aprendizados valiosos sobre motivação, desenvolvimento e valorização humana. Mais do que administrar um negócio, ela passou a entender que resultados sustentáveis são construídos quando pessoas trabalham alinhadas a um propósito comum.



Anos mais tarde, uma nova oportunidade mudaria definitivamente os rumos de sua carreira. Ao ingressar na área de Recursos Humanos da Werk Indústria e Comércio Ltda., em Curitiba, Gislaine Canelli encontrou aquilo que define como sua verdadeira vocação profissional.



Na empresa, participou ativamente de um importante processo de estruturação e profissionalização organizacional. Sua atuação foi marcada pela criação de métodos de trabalho, elaboração de documentações, implantação de regulamentos internos e fortalecimento da cultura corporativa. O desafio de construir processos sólidos e contribuir para o crescimento da organização despertou ainda mais seu interesse pela gestão estratégica de pessoas.

Durante esse período, Gislaine também assumiu a responsabilidade de desenvolver treinamentos, programas de capacitação e ações voltadas ao crescimento profissional dos colaboradores. Seu objetivo sempre foi o mesmo: potencializar talentos, fortalecer equipes e contribuir para a geração de resultados consistentes para a empresa.

Cada experiência vivida ampliou sua visão sobre o papel transformador do Recursos Humanos. Mais do que contratar profissionais, Gislaine Canelli compreendeu que desenvolver pessoas significa impactar famílias, carreiras e sonhos.

Com a venda da empresa, surgiu um momento de reflexão sobre os próximos passos profissionais. Embora tenha participado de processos seletivos para ocupar cargos de gestão no regime CLT, uma importante descoberta aconteceu durante essa fase: sua essência estava no empreendedorismo.

Ela percebeu que desejava ir além da execução de estratégias corporativas. Queria criar, inovar, construir soluções e participar diretamente da transformação de empresas e profissionais. Foi nesse momento que Gislaine Canelli decidiu ouvir sua vocação empreendedora e iniciar um novo capítulo em sua história.

No início de 2026, tornou-se franqueada da RHF Talentos, uma das maiores redes de gestão de pessoas e recrutamento do país. A decisão representou muito mais do que uma mudança de carreira. Foi a oportunidade de unir toda a experiência acumulada ao longo dos anos com seu propósito de vida: conectar pessoas às oportunidades certas.

Desde então, Gislaine Canelli tem dedicado sua experiência, conhecimento e paixão ao desenvolvimento de pessoas e negócios.



"Conectar talentos às oportunidades certas é transformar vidas e negócios ao mesmo tempo."

Seu trabalho envolve recrutamento e seleção, administração de Recursos Humanos, treinamentos corporativos, desenvolvimento humano, gestão de carreiras e aplicação da NR-1, contribuindo para a construção de ambientes corporativos mais produtivos, seguros e saudáveis.

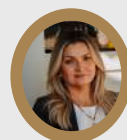
Para Gislaine, cada contratação representa uma possibilidade de transformação. Cada profissional direcionado à empresa certa pode desenvolver seu potencial, crescer profissionalmente e construir uma trajetória de sucesso. Da mesma forma, cada organização que encontra os talentos adequados fortalece sua cultura, aumenta sua produtividade e amplia sua capacidade de crescimento.

Sua história demonstra que empreender não é apenas abrir um negócio. É identificar oportunidades de gerar valor, resolver problemas e impactar positivamente a vida das pessoas. Ao longo de sua jornada, Gislaine Canelli aprendeu que processos são fundamentais, mas que são as pessoas que dão vida a qualquer organização.

Hoje, à frente de sua atuação na RHF Talentos, Gislaine Canelli segue firme em sua missão de transformar vidas por meio do trabalho, fortalecer empresas por meio das pessoas e construir um legado baseado em ética, comprometimento, seriedade e desenvolvimento humano.

Uma trajetória que confirma diariamente uma convicção inabalável de Gislaine Canelli: quando talentos encontram oportunidades e empresas valorizam pessoas, o sucesso deixa de ser uma meta e se torna uma consequência. Mais do que conectar profissionais e organizações, ela conecta propósitos, sonhos e possibilidades de crescimento.

E é justamente essa capacidade de gerar transformação que faz de Gislaine Canelli uma referência no desenvolvimento humano e na construção de relações profissionais de sucesso. 



Gislaine Canelli 
[@gihcanelli_psi](#)

COMO EMPRESÁRIOS ESTÃO CRESCENDO EM 2026

Um guia prático para crescimento,
posicionamento e autoridade



Baixe
Gratuitamente

www.empreendedoresdobrasil.com

A woman with long dark hair, wearing a white blazer over a light-colored top, stands against a neutral background. She has her arms crossed and is looking directly at the camera with a slight smile. She is wearing a pearl earring and a ring on her left hand.

ESTRATÉGIA

TODO MUNDO QUER VENDER.
Poucos têm um processo.

Por Bruna Arguello

Especialista em Vendas | Empresária

E É JUSTAMENTE O PROCESSO QUE SEPARA QUEM FATURA POR SORTE DE QUEM FATURA POR ESCOLHA.

Deixa eu começar sendo bem honesta com você: a maioria das pessoas não tem um problema de venda. Tem um problema de processo. Elas vendem, sim, mas vendem sem saber direito como aconteceu. Aí no mês seguinte ficam ali, na torcida, esperando dar certo de novo. E venda na base da torcida não é negócio, é loteria.

Eu treino times de vendas há bastante tempo, e te garanto: não importa se você vende num balcão, no cara a cara, num e-commerce, no direct do Instagram ou numa loja de shopping. A lógica é a mesma. Toda venda, sem exceção, precisa de um processo. E processo, no fim das contas, é só ter clareza de uma coisa simples: por onde o cliente entra e por onde ele sai.

O que é, na prática, um processo de vendas

Vou tirar o peso da palavra, porque tem gente que ouve “processo de vendas” e já imagina uma planilha gigante, um monte de etapa complicada, coisa de empresa grande. Não é nada disso.

Processo de vendas é você conseguir desenhar o caminho que o cliente faz com você. Onde ele te encontra, o que acontece no meio, e o que rola lá no final. Convertido ou não. Porque é aqui que mora o pulo do gato: o processo não termina quando o cliente fala não. Ele só muda de fase.



Se eu tenho clareza desse caminho, eu consigo responder perguntas que a maioria nunca para pra responder. E quando eu respondo essas perguntas, eu paro de improvisar e começo a construir.

As perguntas que mudam o jogo

Venda boa não é só sobre vender. É sobre saber pra quem, o quê e quando. Eu gosto de organizar isso em quatro perguntas, e quando você senta pra respondê-las com sinceridade, seu negócio muda de patamar:

Como eu vendo mais pra quem eu já vendo? Esse cliente já confia em você. Já passou pelo seu caixa. É o caminho mais curto e mais barato pra crescer, e é o que mais gente ignora.



Como eu vendo pra quem eu ainda não vendo? Aqui é a conquista. Gente nova, que ainda não te conhece ou não comprou. Exige outro tipo de conversa, outro tempo, outra abordagem.

Como eu vendo o que eu ainda não vendo? É o produto novo, o serviço que você ainda não ofereceu, a linha que está na sua cabeça mas não saiu do papel.

E por quanto eu ainda não vendo? Essa é a pergunta do preço, do valor, da margem. Quanto você ainda não teve coragem de cobrar e talvez já pudesse.

Repara que nenhuma dessas perguntas é “como eu vendo?” no sentido raso. Todas elas te obrigam a olhar o cliente de longe e de perto ao mesmo tempo. E é desse olhar que nasce o desenho do processo. Você não cria processo do nada. Você cria processo buscando resposta pra essas perguntas.

VENDAS - VENDAS - VENDAS - VENDAS - VENDAS

E o cliente que não comprou?

Esse é o ponto que eu mais bato na tecla quando treino um time. O cliente que falou não hoje não é um cliente perdido. É um cliente que ainda não foi a hora.

Se você tem processo, você sabe exatamente o que fazer com ele: quando voltar, com qual oferta, em quanto tempo. E o mesmo vale pra quem comprou. Comprou hoje, quando eu ofereço de novo? Com o quê? A venda fechada não é o fim da linha, é o começo do relacionamento. Quem entende isso para de viver de cliente novo e começa a viver de cliente fiel.

Afinal, o que é um processo de vendas de sucesso

Pra mim, de forma bem resumida, processo de vendas de sucesso é ganhar de alguma maneira. Sempre.

Às vezes eu ganho a venda. O cliente comprou, fechou, levou. Ótimo. Mas às vezes eu não ganho a venda — eu ganho o cliente. Ele não comprou agora, mas saiu da conversa com uma boa impressão, com confiança, com a porta aberta pra voltar. E isso, no longo prazo, vale tanto quanto, ou mais.

Quem só enxerga a venda do dia tem uma visão curta e fica refém do desespero do fim do mês. Quem tem visão macro e visão de longo prazo entende que cada interação é um ganho: ou em faturamento, ou em relacionamento. E negócio que ganha das duas formas não quebra fácil.

VENDAS - VENDAS - VENDAS - VENDAS - VE

No fim das contas, vender não é um talento que uns têm e outros não. É um processo. E processo se desenha, se ajusta e se repete. A diferença entre quem vive na sorte e quem vive de resultado é só uma: clareza de por onde o cliente entra, e por onde ele sai. ©

VENDAS - VENDAS - VENDAS - VENDAS - VEN

“A maioria das pessoas não tem um problema de venda. Tem um problema de processo.”



Bruna Arguello 
@brunaarguello



EXPERIÊNCIA

O DESTINO

Pode Mudar Sua Empresa

Por Livia Pereira

Guia de Turismo | Consultora Travel Nacional e Internacional | Tradutora Bilíngue Português/Japonês

Como visitar outras cidades e países desperta novas ideias

Durante muito tempo, viajar foi visto apenas como uma oportunidade de descanso, lazer ou realização de um sonho. Mas, para quem empreende, cada viagem pode representar muito mais do que uma pausa na rotina: ela pode ser o ponto de partida para uma nova forma de pensar, liderar e fazer negócios.

Toda cidade carrega sua própria cultura, seus costumes, sua maneira de atender clientes, de consumir, de inovar e de solucionar desafios. Quando nos permitimos observar esses detalhes com curiosidade, deixamos de ser apenas turistas e passamos a nos tornar aprendizes do mundo.

Grandes ideias nem sempre surgem dentro de uma sala de reuniões. Muitas nascem em uma caminhada por uma rua histórica, em uma conversa com pessoas de outra cultura, na visita a um pequeno comércio local ou ao perceber como uma empresa organiza a experiência de seus clientes. São vivências que despertam criatividade, ampliam repertórios e mostram que sempre existe uma maneira diferente e, muitas vezes, melhor de fazer as coisas.

O empreendedor que viaja desenvolve um olhar mais estratégico. Aprende a identificar tendências antes que elas cheguem ao seu mercado, entende novos comportamentos de consumo e descobre soluções que podem ser adaptadas à realidade da sua empresa. O que parecia impossível passa a ser apenas uma questão de perspectiva.



Viajar também fortalece uma das *competências* mais importantes para qualquer líder: a capacidade de adaptação.



Cada destino nos convida a lidar com o inesperado, a respeitar diferenças, a encontrar soluções rápidas e a enxergar oportunidades onde antes existiam apenas desafios. Essas experiências fortalecem habilidades que fazem toda a diferença no ambiente empresarial.

Outro benefício pouco percebido é o poder das conexões. Em cada viagem existe a possibilidade de conhecer pessoas que compartilham histórias, experiências e conhecimentos. Muitas parcerias, negócios e amizades começam exatamente quando alguém decide sair da sua zona de conforto e explorar novos caminhos.

Mais do que colecionar destinos, viajar é colecionar referências. É ampliar a visão sobre o mundo, compreender diferentes formas de viver e descobrir que inovação nem sempre significa criar algo do zero, mas enxergar com novos olhos aquilo que já existe.

O turismo tem o poder de transformar pessoas. E pessoas transformadas constroem empresas mais humanas, mais criativas e mais preparadas para um mercado em constante evolução.

Por isso, da próxima vez que planejar uma viagem, vá além do roteiro tradicional. Observe, converse, experimente, faça perguntas e permita-se aprender. Talvez o maior presente que você traga na bagagem não seja uma lembrança, mas uma ideia capaz de impulsionar o futuro do seu negócio.

Porque, no fim das contas, alguns destinos mudam a nossa história. Outros têm o poder de mudar também a história da nossa empresa. ©



Lívia Pereira ✓
@liviapereiras.turismo

MAIS LEADS. MAIS REUNIÕES. MAIS VENDAS.

Encontre, conecte e converta
seus clientes ideais com
Alvo Certo Prospects.

A ferramenta definitiva para automatizar
sua prospecção e acelerar seus resultados
com inteligência e precisão.



TUDO QUE VOCÊ PRECISA PARA PROSPECTAR COM EFICIÊNCIA



EXTRAÇÃO DE LEADS DO GOOGLE MAPS

Encontre empresas e
negócios próximos ao
seu cliente ideal.



EXTRAÇÃO DE LEADS DO INSTAGRAM

Descubra perfis comerciais
e gere oportunidades
qualificadas.



EXTRAÇÃO POR CNPJ

Dados completos e
atualizados para uma
prospecção assertiva.



AGENTE DE IA

Inteligência artificial
trabalhando a seu favor
na geração de leads
e abordagens.



DISPARO DE MENSAGENS VIA WHATSAPP

Conecte-se em escala
com mensagens
automatizadas e
personalizadas.



FUNIL DE PROSPECÇÃO

Organize suas
oportunidades e acompanhe
cada etapa até o fechamento.



DASHBOARD INTELIGENTE

Métricas e análises
em tempo real para
decisões mais certas.



GESTÃO COMPLETA DE LEADS

Centralize informações,
históricos e interações em
um só lugar.



TRANSFORME SUA PROSPECÇÃO. MULTIPLIQUE SEUS RESULTADOS.



MAIS TEMPO

Menos trabalho manual,
mais produtividade.



MAIS OPORTUNIDADES

Leads qualificados todos
os dias.



MAIS NEGÓCIOS

Conecte, engaje e venda
com muito mais facilidade.



ACESSE AGORA:

www.alvocertoprospects.com.br



FALE COM NOSSO TIME:

11 95902-6499

ALVO CERTO. LEADS CERTOS. RESULTADOS REAIS.

CAPA



Vitor Tavares

*Diretor Geral
Livraria & Distribuidora Loyola*

 @vitortavares1962

ENTREVISTA

Por Fátima Reis

Em um país onde **empreender exige coragem, resiliência e capacidade** constante de reinvenção, Vitor Tavares construiu sua história em um dos segmentos mais desafiadores da economia brasileira: **o mercado editorial.**

Filho de caminhoneiro e criado na periferia de São Paulo ao lado de sete irmãos, aprendeu desde cedo que trabalho, disciplina e educação são os alicerces de qualquer conquista. Enquanto o pai passava longos períodos na estrada, foi sua mãe, filha de imigrantes italianos do interior paulista, quem conduziu a família com firmeza, transmitindo valores que moldariam seu caráter: dignidade, respeito ao próximo, honestidade e a importância do conhecimento.

O destino parecia anunciar sua vocação desde o nascimento. Vitor veio ao mundo em 23 de abril, data em que é celebrado o Dia Internacional do Livro. Décadas depois, transformaria essa coincidência em uma vida inteiramente dedicada à promoção da cultura, da leitura e do empreendedorismo.

Sua trajetória profissional teve início na década de 1980, como entregador em uma livraria no centro histórico de São Paulo. Em uma época em que a região reunia livrarias, cafés e intelectuais, encontrou muito mais do que um emprego: descobriu um propósito. Entre prateleiras repletas de histórias e o contato diário com leitores, compreendeu que os livros não apenas transmitem conhecimento, mas também conectam pessoas, despertam ideias e transformam destinos.

A empresa cresceu, conquistou reconhecimento nacional e consolidou-se como uma das principais referências na distribuição atacadista e varejista de livros no Brasil.

Ao longo dessa jornada, enfrentou crises econômicas, mudanças políticas, profundas transformações no varejo, a falência de importantes redes livrescas e, mais recentemente, os impactos provocados pela pandemia

“EMPREENDER NUNCA FOI FÁCIL, E TALVEZ SEJA JUSTAMENTE POR ISSO QUE VALE A PENA.”

“MAIS DO QUE UM MERCADO, ENCONTREI UMA MISSÃO.”

MOVIDO PELA VISÃO EMPREENDEDORA, DECIDIU DEIXAR A ESTABILIDADE PARA FUNDAR, AO LADO DE AMIGOS, A DISTRIBUIDORA LOYOLA.

Ainda assim, nunca deixou de acreditar na capacidade de reinventar o mercado e criar novas oportunidades.

Seu compromisso com o desenvolvimento do setor o levou à presidência da Associação Nacional de Livrarias e, posteriormente, da Câmara Brasileira do Livro, justamente em um dos momentos mais delicados da história do mercado editorial brasileiro. Sob sua liderança, importantes decisões foram tomadas para fortalecer o segmento e preservar um dos maiores patrimônios culturais do país.

Entre seus maiores desafios esteve a condução da Bienal Internacional do Livro de São Paulo durante a pandemia.

Após um período de incertezas, a edição realizada na retomada tornou-se um marco para o setor, reunindo milhares de visitantes e simbolizando o reencontro do público com a literatura. O evento foi conduzido sob o slogan **“Todo Mundo Sai Melhor do que Entrou”**, consolidando-se como uma das edições mais emblemáticas da história da Bienal.

Aos 64 anos, Vitor permanece em plena atividade. Continua investindo na abertura de novas livrarias, na literatura infantil, no universo geek e em projetos editoriais por meio do selo Edições Fons Sapientiae, expressão em latim que significa **“Fonte da Sabedoria”**.

Mais do que comercializar livros, dedica-se a abrir portas para novos autores, incentivar a formação de leitores e fortalecer a cultura como instrumento de transformação social.

Sua trajetória demonstra que um legado não é construído em um único momento. Ele é escrito diariamente, por meio do trabalho, da coragem, da visão empreendedora e do compromisso permanente com as pessoas e com o conhecimento.



ENTREVISTA

“Foi a minha intuição que me fez seguir em frente.”

1. Você nasceu no Dia Internacional do Livro. Em algum momento da sua trajetória sentiu que sua história já estava, de certa forma, conectada ao universo da cultura e da leitura?

VT: Sempre tive a sensação de que havia sido escolhido para trabalhar com livros. Ainda na adolescência, pouco antes de começar a trabalhar em uma livraria, despertei o gosto pela leitura por meio dos clássicos indicados pela escola. Muito cedo tive contato com autores como Machado de Assis, Eça de Queiroz, Fernando Pessoa, Cecília Meireles, Erico Veríssimo e Jorge Amado. Lembro que, com menos de 12 anos, já lia *Capitães da Areia*. De alguma forma, aquilo me fazia acreditar que eu havia nascido no dia certo.

2. Como foi crescer em uma família simples, com sete irmãos, na periferia de São Paulo, e de que forma os ensinamentos da sua mãe influenciaram o homem e o empresário que você se tornou?

VT: Minha infância foi muito tranquila, dentro das possibilidades da época. Nunca nos faltou o essencial. Ajudávamos nos afazeres de casa, estudávamos em escola pública e tínhamos uma infância muito feliz, repleta de boas lembranças. A periferia de São Paulo, naquela época, era muito diferente da que conhecemos hoje. Era um lugar tranquilo, com muitos campos de futebol de várzea, onde passávamos boa parte do tempo jogando bola e andando de bicicleta.

Nossa mãe, Adélia, foi a grande responsável pela formação do nosso caráter. Costumo compará-la a uma leoa: protegia os filhos, mas também nos ensinava a caminhar com as próprias pernas. Ela deixou um legado extraordinário para toda a família. Naquela época, entre as décadas de 1970 e 1990, conseguir emprego para jovens sem experiência era extremamente difícil. Então, minha mãe encontrou uma solução empreendedora. Montou uma pequena quitanda na garagem de casa, onde vendíamos de tudo. Ela mesma preparava doces, e nós cuidávamos das vendas, embora, de vez em quando, uma parte da produção fosse consumida pela equipe, afinal, ninguém é de ferro. Foi ali que tive meus primeiros aprendizados sobre empreendedorismo. Aprendi a comprar bem, organizar o negócio, negociar com fornecedores, atender clientes e entender que vender bem é consequência de construir bons relacionamentos e gerar confiança.



“Seja a pessoa mais importante da sociedade ou a mais simples, todos somos fundamentais para construir um país melhor.”



3. Você começou como office boy em uma livraria no centro de São Paulo. Quais foram os aprendizados mais valiosos daquele período que ainda carrega na gestão dos seus negócios?

VT: Um dos maiores aprendizados foi evitar, sempre que possível, uma postura negativa. Aprendi que palavras como "não dá", "não tem", "não chegou", "não tenho tempo" ou "esqueci" devem dar lugar à busca por soluções. Pessoas negativas dificilmente prosperam e acabam contaminando todo o ambiente de trabalho. Também tive a oportunidade de trabalhar com um diretor extremamente experiente, Jair Canizela, meu primeiro chefe. Ele tinha uma característica que levo comigo até hoje: diante de qualquer problema, por mais complexo que fosse, buscava rapidamente uma solução. Essa postura marcou profundamente minha forma de liderar e empreender.

4. O mercado editorial brasileiro passou por inúmeras crises ao longo das últimas décadas. O que fez você permanecer acreditando nesse setor mesmo diante de tantos desafios?

VT: Acredito que foi justamente o tamanho do desafio que me motivou a continuar. Trabalhar com a cultura do livro no Brasil nunca foi fácil, mas sempre enxerguei a possibilidade de contribuir profissionalmente para ampliar o acesso à leitura e ajudar a melhorar os índices de leitura no país.

Mais do que atuar em um mercado, sempre senti que participava de uma missão: levar conhecimento às pessoas e fortalecer a cultura por meio dos livros.

5. Em determinado momento, você deixou a estabilidade para empreender. Como foi tomar essa decisão e quais medos precisou vencer naquele período?

VT: Não foi uma decisão fácil. O medo sempre existe quando decidimos empreender. Naquela época, praticamente não tinha com quem buscar aconselhamento. Minha maior referência era minha mãe e, naturalmente, ela ficou receosa. Na visão dela, deixar um bom emprego na Editora Vozes para abrir um negócio próprio parecia um risco muito grande.

Mas o desejo de empreender sempre falou mais alto. Confiei na minha intuição, segui em frente e nunca me arrependi da decisão.

Empreender nunca foi fácil e continua não sendo. Todos os dias surgem novos desafios, mas acredito que é justamente essa capacidade de enfrentar dificuldades, aprender continuamente e encontrar soluções que torna o empreendedor cada vez mais forte.



“Empreender é enfrentar desafios todos os dias e encontrar soluções para eles.”

6. A Distribuidora Loyola se tornou referência nacional. Qual foi o segredo para construir uma empresa sólida em um mercado tão competitivo e sensível às mudanças econômicas?

VT: Acredito que o segredo sempre foi a combinação de muito trabalho, atualização constante e capacidade de acompanhar as transformações e tendências do mercado. Também considero fundamental formar uma equipe de bons colaboradores, manter o foco no cliente e cultivar relações baseadas no respeito e na confiança. Outro ponto indispensável é manter o fluxo de caixa equilibrado e jamais abrir mão de uma gestão financeira responsável. Uma empresa precisa gerar resultados que cubram seus custos fixos e variáveis e garantam sua sustentabilidade. Sem vendas, sem rentabilidade e sem planejamento financeiro, qualquer negócio perde sua razão de existir.

7. Você presidiu a Associação Nacional de Livrarias e a Câmara Brasileira do Livro em momentos extremamente delicados para o setor. Qual foi a decisão mais difícil que precisou tomar durante essas gestões?

VT: Foram anos muito desafiadores. Talvez a maior missão tenha sido manter os associados unidos e conscientizá-los sobre a importância de fortalecer as entidades representativas do setor. Sempre acreditei que, juntos, seríamos mais fortes para defender os interesses das livrarias, das editoras e de toda a cadeia do livro. Trabalhamos para construir políticas comerciais mais equilibradas, respeitando todos os canais de venda, além de apoiar iniciativas legislativas importantes, como a Lei Cortez, que contribui para fortalecer as livrarias brasileiras. Durante minha gestão na Câmara Brasileira do Livro, também conduzimos a homologação do ISBN (International Standard Book Number), conhecido como o "CPF do livro", facilitando o trabalho dos editores brasileiros e modernizando processos fundamentais para o setor. Essa experiência reforçou uma convicção que levo para toda a vida: empreender é encontrar soluções e resolver problemas em benefício do coletivo.

8. A pandemia impactou profundamente o mercado cultural. Como foi liderar a Bienal Internacional do Livro de São Paulo diante de um cenário tão incerto?

VT: Foi um dos maiores desafios da minha trajetória. Houve momentos em que toda a equipe da Câmara Brasileira do Livro praticamente perdeu o sono.

Tínhamos um planejamento sólido para a Bienal de 2020, com praticamente todos os espaços comercializados, mas fomos surpreendidos por um cenário de incertezas jamais vivido.

Diante daquela realidade, tomamos a difícil decisão de adiar a edição presencial e criar a primeira Bienal Internacional do Livro Virtual. O projeto foi um grande sucesso, reuniu milhares de participantes e acabou servindo de referência para diversos eventos literários realizados posteriormente. A Bienal presencial aconteceu em 2022 e representou a retomada do setor. Batemos recordes de público, de expositores e de vendas. Um fato que sempre faço questão de destacar é o comprometimento das editoras. Cerca de 90% delas mantiveram seus contratos assinados em 2020 e continuaram honrando os pagamentos dos espaços durante os dois anos de adiamento.

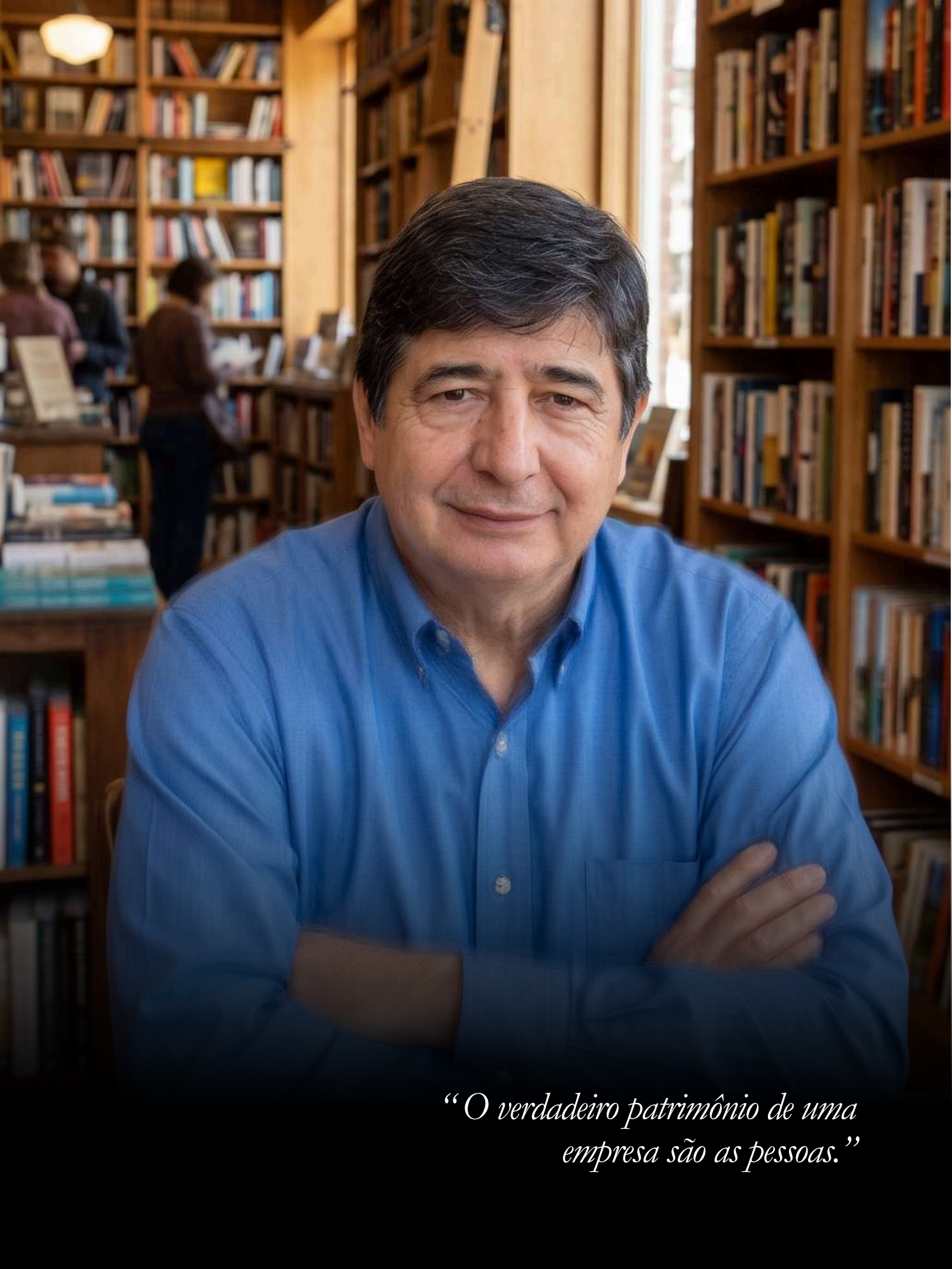
Sou profundamente grato a esses empresários e editores. Se eles não tivessem acreditado na força da Bienal e na credibilidade da Câmara Brasileira do Livro, a instituição certamente enfrentaria uma situação financeira extremamente delicada.

9. Mesmo após décadas de trajetória, você continua abrindo novos negócios e investindo em novos formatos de livreria. O que ainda o move diariamente?

VT: Continuo cercado de sócios e parceiros que compartilham o desejo de desenvolver novos projetos. Acredito que empreender é se desafiar constantemente e também estar disposto a ser provocado por novas ideias, novas tecnologias e novos modelos de negócio. É essa busca permanente pela inovação que me motiva todos os dias. Mas sempre faço uma ressalva: inovar não significa agir por impulso. É preciso manter os pés no chão, analisar cada cenário, planejar cuidadosamente e estudar muito antes de tomar qualquer decisão.

10. A Livreria Drummond nasceu também como um espaço para autores e editoras que precisavam de oportunidades. Qual é a importância de criar ambientes que incentivem novos talentos?

VT: A Livreria Drummond foi mais um grande desafio da minha trajetória e continua em constante expansão. No período pós-pandemia, percebemos uma enorme carência de espaços dedicados ao lançamento de livros e ao encontro entre autores e leitores. Foi justamente para atender essa necessidade que a livreria nasceu. Hoje, ela se tornou muito mais do que imaginávamos.



*“O verdadeiro patrimônio de uma
empresa são as pessoas.”*

Localizada no Conjunto Nacional, na Avenida Paulista, consolidou-se como uma das principais livrarias de referência da cidade de São Paulo.

Realizamos eventos em cerca de 90% dos dias do ano. Em apenas quatro anos de funcionamento, já promovemos aproximadamente dois mil eventos, sendo que cerca de metade deles foi dedicada ao lançamento de autores estreantes.

Acredito que a Drummond vem cumprindo plenamente sua missão: abrir portas para novos escritores, incentivar a literatura e oferecer oportunidades para quem deseja compartilhar conhecimento por meio dos livros.

Independentemente de visões ideológicas, todos os apaixonados pela leitura são bem-vindos na Drummond. Nosso compromisso é oferecer um ambiente plural, acolhedor e um acervo rico, atualizado e capaz de atender aos mais diversos perfis de leitores.

11. Ao longo da sua trajetória, você conviveu com grandes intelectuais, escritores e empresários do setor cultural. Qual encontro ou experiência mais marcou sua visão sobre conhecimento e transformação humana?

VT: Ao longo da minha trajetória, tive o privilégio de conhecer muitas personalidades que marcaram profundamente minha vida. Convivi com políticos, filósofos, teólogos, professores, juristas e grandes nomes do mercado editorial. Cada encontro trouxe aprendizados valiosos e contribuiu para minha formação pessoal e profissional. Se tivesse que destacar algumas pessoas, começaria pela minha família e, em especial, pela minha esposa, Maria Rocha, que sempre esteve ao meu lado, tanto nos momentos de conquista quanto nos períodos mais difíceis da caminhada. Também faço uma homenagem ao meu primeiro chefe, Jair Canizela (in memoriam), que foi um grande mestre e uma referência na minha formação profissional. Além dele, tive o privilégio de aprender com dois ex-presidentes da Câmara Brasileira do Livro, meus amigos Luiz Torelli e Rosely Bosquini. São pessoas que deixaram uma marca profunda na minha história e continuam sendo fontes de inspiração para minha atuação no universo do livro.

12. Que conselho daria hoje para os jovens empreendedores que desejam construir negócios sólidos sem perder seus valores e sua essência?

VT: Meu conselho é simples: planeje bem, tenha foco e respeite os processos. Nunca deixe de aprender, esteja sempre aberto ao novo e mantenha-se atualizado diante das constantes transformações do mercado.

Vivemos a era da Inteligência Artificial, uma ferramenta extraordinária, mas acredito que ela jamais substituirá a inteligência humana. A tecnologia existe para potencializar as capacidades das pessoas, nunca para substituir aquilo que é essencialmente humano. **Por isso, meu maior conselho é: valorize as pessoas. Respeitar o ser humano continuará sendo o maior diferencial de qualquer empreendedor.**

13. Você fala muito sobre respeito às pessoas, aos processos e aos relacionamentos. Na sua visão, qual é o verdadeiro papel das conexões humanas no empreendedorismo?

VT: Acredito que o verdadeiro papel das conexões humanas está na capacidade de compreender as pessoas, suas necessidades, seus sonhos e a forma como se relacionam no mundo atual. Quando conseguimos entender o ser humano, empreender se torna menos difícil. No fim das contas, empresas existem para servir pessoas. Por isso, costumo dizer que empreender é entender e atender pessoas.

14. Quando olha para toda a sua caminhada, da periferia ao protagonismo no mercado editorial brasileiro, qual legado deseja deixar para as próximas gerações?

VT: Gostaria de ser lembrado como alguém que sempre empreendeu com equilíbrio, ética e respeito pelas pessoas.

Independentemente da posição que cada um ocupa na sociedade, seja uma grande liderança ou uma pessoa simples, todos exercem um papel importante na construção de um país melhor. Somos parte de um mesmo todo, e cada pessoa tem seu valor. Esse é o legado que desejo deixar: mostrar que é possível empreender com propósito, contribuir para o desenvolvimento das pessoas e ajudar a construir uma sociedade mais justa, mais humana e mais consciente por meio do conhecimento e da educação. ©



Vitor Tavares ✓
@vitortavares1962

@drummond.livraria
@distribuidoralojola
@livrarialojola



Jogos estratégicos

Jogos voltados para o desenvolvimento humano, entretenimento e terapias

SAÚDE

MENTALIDADE DE RIQUEZA:

O Que Acontece no Cérebro dos
Empreendedores de Alta Performance

Dra. Próton

Empresária | Especialista em Mente Humana

A Riqueza Que Começa no Cérebro

Existe um dado que poucos empreendedores conhecem, mas que explica quase tudo sobre o motivo pelo qual algumas pessoas enriquecem e outras, com a mesma inteligência e as mesmas oportunidades, continuam travadas no mesmo lugar há anos. O cérebro humano não distingue com clareza entre uma crença e um fato. Para o sistema nervoso, aquilo que você repete como verdade interna se torna, literalmente, a realidade que ele vai trabalhar para confirmar.

Isso não é discurso motivacional vazio. É neurociência. Estudos sobre neuroplasticidade mostram que cada pensamento repetido cria e fortalece conexões sinápticas específicas. Quando uma pessoa repete, por anos, frases como "dinheiro não é pra mim" ou "preciso trabalhar muito para ganhar pouco", ela não está apenas pensando. Ela está construindo, literalmente, a arquitetura neural que vai executar esse resultado no mundo físico. Para entender como essa arquitetura se forma, é preciso voltar antes mesmo do nascimento.

A Primeira Programação: A Vida Intrauterina

Antes de respirar pela primeira vez, sua mente já estava sendo formada. Quando um bebê está dentro da barriga da mãe, ele não tem como fugir do que a mãe sente. Se a mãe vive nove meses em paz, segura, amparada, o bebê absorve essa sensação como se fosse dele. Mas se a mãe passa por ansiedade, medo ou sente que está sozinha no mundo, o bebê absorve isso também, gota a gota, dia após dia, como se aquilo fosse a verdade sobre a vida lá fora. A criança ainda nem nasceu e já está aprendendo, no corpo, se o mundo é perigoso ou se o mundo é seguro. Essa é a primeira programação que o ser humano recebe, e ele recebe sem escolher.

Do Nascimento aos Sete Anos: A Esponja Subconsciente

Depois que a criança nasce, começa uma segunda fase, que vai do primeiro dia de vida até aproximadamente os sete anos de idade. Nessa fase, a mente consciente praticamente não existe ainda. Existe apenas a mente subconsciente, que funciona como uma esponja, absorvendo tudo ao redor sem filtrar, sem questionar, sem separar o que é verdade do que é apenas a opinião de um adulto. Se nessa fase a criança ouve repetidamente "você não vai conseguir" ou "gente como a gente não enriquece", ela não guarda isso como uma frase qualquer. Ela guarda como uma lei da vida. Para uma criança pequena, os adultos são a própria realidade. O que o adulto diz e sente se torna, dentro da mente da criança, a regra do universo.

É por isso que dizemos que, até os sete anos de idade, o ser humano constrói o que podemos chamar de sistema de crenças da criança interior. E aqui está o ponto mais importante de tudo: esse sistema não desaparece quando a pessoa cresce. Ele continua rodando por dentro, guiando decisões, medos e limites, mesmo quando a pessoa já é um adulto de quarenta ou cinquenta anos. A partir dos sete anos, a mente consciente começa a se desenvolver. É a parte da mente que analisa, questiona e planeja. Mas existe um dado que muda tudo: a mente consciente representa apenas cerca de cinco por cento da nossa mente. Os outros noventa e cinco por cento são mente subconsciente, formada na vida intrauterina e na primeira infância. Isso significa que noventa e cinco por cento das suas decisões sobre dinheiro, sobre merecimento, sobre o quanto você acha que pode crescer na vida, não vêm da sua razão adulta. Vêm de uma programação instalada quando você ainda nem sabia falar. É por isso que tanta gente estuda, se esforça, lê livro de finanças, faz curso, e mesmo assim continua travada no mesmo padrão financeiro.



A pessoa está tentando resolver, com cinco por cento da mente, um problema instalado nos outros noventa e cinco. Não é falta de esforço. É que ninguém ensinou que era preciso reprogramar a raiz, não só a superfície.

O CD Que Toca Sempre a Mesma Música

Conforme você cresce, a vida vai empilhando experiências em cima dessa base. Você entra em um emprego e é demitido. Você se dedica e vê outra pessoa ser escolhida no seu lugar. Você confia em alguém e é traído, ou trai alguém e carrega a culpa. Cada uma dessas experiências não fica isolada, guardada numa gaveta separada chamada "vida profissional". Ela cai direto dentro do mesmo sistema de crenças que começou a ser escrito na sua infância, porque não existe um botão que divide o ser humano que você é da pessoa que trabalha e ganha dinheiro. É tudo a mesma mente. É por isso que tanta gente genial, talentosa e dedicada simplesmente não consegue fazer o dinheiro crescer. Não é falta de competência. É que a programação mental dessa pessoa foi feita, lá na raiz, como uma programação de escassez. E uma mente programada para escassez vai, sem que a pessoa perceba, sabotar oportunidades, recusar preços justos, desconfiar da própria capacidade e repetir o mesmo resultado financeiro ano após ano, mesmo trabalhando cada vez mais. Para entender isso de um jeito simples, imagine um CD em branco. Quando você nasce, sua mente é como esse CD, sem nenhuma música gravada ainda. Conforme você vive, cada experiência grava uma faixa nova. Se a sua infância e a sua juventude gravaram, faixa após faixa, músicas de medo, de escassez, de "não sou capaz", esse CD vai tocando essas mesmas músicas para o resto da sua vida, em loop, toda vez que você se aproxima de uma oportunidade grande.

O problema é que, em algum momento, você cresce, você muda, você quer uma vida diferente, mas o CD continua sendo o mesmo. Você quer ouvir uma música nova, de abundância e de coragem, mas o aparelho continua tocando a faixa antiga, porque é ela que está gravada.

E é exatamente aqui que entra a reprogramação mental: não é sobre forçar o CD a tocar diferente na marra, é sobre gravar, por cima, uma faixa nova, com repetição e com emoção real, até que essa nova música se torne a que toca primeiro.

O processo de reprogramação mental começa sempre da mesma forma: a pessoa precisa escutar com honestidade qual música está tocando. Qual é a frase, a crença, o medo que se repete toda vez que o dinheiro ou a oportunidade chegam perto. Depois, é preciso substituir essa faixa antiga por uma nova, repetida diariamente, sentida no corpo, não apenas decorada na cabeça. E por fim, é preciso agir de acordo com a música nova, mesmo quando a antiga ainda insiste em tocar ao fundo, porque é a ação repetida, alinhada à crença nova, que grava de verdade a faixa definitiva. Um empresário que decide se reprogramar não espera o medo desaparecer para agir. Ele aprende a agir junto com o medo, repetindo a nova crença até que ela se torne mais forte do que a antiga gravação.

A Ponte Quântica

Na mecânica quântica, partículas subatômicas existem em estado de possibilidade até serem observadas. A observação colapsa a onda de probabilidade em uma realidade definida. Transportando esse princípio para o comportamento humano, o que você observa, repete e sente com intensidade emocional real tende a se manifestar como sua experiência concreta. Não é magia. É frequência, repetição e coerência entre pensamento, emoção e ação. Eu costumo dizer que onde existe obsessão, existe talento. Toda grande fortuna, toda virada de vida que já presenciei de perto, nasceu de alguém que decidiu se obcecar por um resultado e treinou o cérebro, dia após dia, para sustentar essa obsessão mesmo quando o retorno ainda não aparecia. Essa é a verdadeira medida de potencial: não é o quanto você é talentoso, é o quanto você aguenta ser resiliente enquanto a prova ainda não chegou.

"Sua mente cria primeiro. Sua vida confirma depois"



“A diferença entre quem sonha e quem realiza está na persistência.”

A Riqueza Que Começa no Cérebro, *Não na Conta Bancária*

Depois de entender a vida intrauterina, a formação da infância e o CD que toca em loop na vida adulta, chegamos ao ponto central de tudo: mentalidade de riqueza não é sorte, não é berço, não é ter nascido em berço de ouro. É um cérebro treinado.

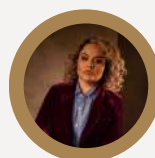
E aqui a física quântica nos devolve à conversa. Se a realidade colapsa a partir daquilo que você observa com repetição e intensidade emocional, o cérebro que você treina para observar oportunidade, mesmo no meio do caos, é o cérebro que vai colapsar realidade de oportunidade. O cérebro que você treina para observar falta vai colapsar realidade de falta. Não importa o quanto a vida intrauterina ou a infância gravaram no seu CD. A partir do momento em que você escolhe quem te guia, quem te mentora, qual voz você escuta repetidamente, você está, na prática, regravando essa faixa.

Há mais de dez anos eu acompanho empresários de perto, e vejo a mesma cena se repetir. Empresa saindo de cinco para seis dígitos, de seis para sete, de sete para oito. E o que muda nunca é o produto. Nunca é o mercado. O que muda, sempre, é a mentalidade do empresário. Quando a mente dele muda, o resultado muda. É simples assim, e ao mesmo tempo é tudo. Mentalidade de riqueza é o quanto você escuta a própria mente.



É o quanto você treina seu cérebro para enxergar oportunidade onde outros só veem obstáculo. É o quanto você treina sua resiliência para suportar a pressão nos momentos difíceis e para surfar, com inteligência, nos momentos de facilidade, sem se acomodar.

Porque, no fim, o cérebro do empreendedor de alta performance não nasceu diferente. Ele foi treinado, repetição após repetição, escolha após escolha, até se tornar a versão que hoje colhe resultado em dígitos que antes pareciam impossíveis. E essa porta está aberta para qualquer pessoa disposta a regravar o próprio CD. ©



Dra. Próton I Mayara Paulino 
[@dra.proton](#)

ENCONTRAMOS OS LÍDERES QUE SUA EMPRESA PRECISA



essencial.
todos sem exceção

Quero agendar uma reunião

www.essencialponto.com.br

A man with a beard and glasses, wearing a blue suit and a white shirt, stands in a modern office. He is looking directly at the camera with a serious expression. His hands are clasped in front of him. The office has large windows on the left showing a city skyline at dusk. On the right, there is a wooden bookshelf filled with books and framed certificates on the wall. The lighting is warm and professional.

MARCA

**SUA MARCA VALE MAIS
DO QUE VOCÊ IMAGINA.**
Ela está protegida?

Por Euler Costa

Founder Agility Marcas e Patentes | Mentor

Vivemos um época em que abrir uma empresa *Nunca foi tão rápido*

Em poucos dias é possível criar uma identidade visual, desenvolver um site, conquistar seguidores e começar a vender. Mas existe uma pergunta que poucos empreendedores fazem no início da jornada:

Quem é, de fato, o dono da sua marca?

Em poucos dias é possível criar uma identidade visual, desenvolver um site, conquistar seguidores e começar a vender. Mas existe uma pergunta que poucos empreendedores fazem no início da jornada:

Pode parecer estranho, mas investir em marketing, publicidade e posicionamento sem registrar sua marca é como construir uma casa em um terreno que ainda não é seu.

O mercado nunca esteve tão competitivo. Com o crescimento acelerado dos negócios digitais, franquias, infoprodutos e da inteligência artificial, milhares de novas marcas surgem diariamente. Ao mesmo tempo, cresce também a disputa por nomes, identidades e ativos intelectuais. Os pedidos de registro de marcas e patentes atingiram os maiores volumes da última década no Brasil, refletindo uma corrida das empresas para proteger seus diferenciais competitivos.

Muitos empresários acreditam que possuir o CNPJ, registrar um domínio na internet ou criar um perfil nas redes sociais garante a propriedade da marca. Infelizmente, não funciona assim.

O único instrumento que confere o direito exclusivo de uso da marca em seu segmento é o registro perante o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). E o problema normalmente aparece quando o negócio começa a dar certo.





E o problema normalmente aparece quando o negócio começa a dar certo.

Imagine investir anos construindo reputação, conquistar clientes, aparecer na mídia, lançar produtos e, de repente, descobrir que outra empresa registrou aquele nome antes de você. Além dos prejuízos financeiros, existe um enorme desgaste emocional e comercial.

Mas proteger uma marca vai muito além da segurança jurídica. Uma marca registrada transmite credibilidade, aumenta o valor percebido da empresa, facilita processos de expansão, franquias, licenciamento, entrada de investidores e até negociações de venda do negócio. Ela deixa de ser apenas um nome e passa a ser um patrimônio.

Outro ponto que ganha força é a inovação. Em um cenário em que a inteligência artificial acelera o desenvolvimento de novos produtos, tecnologias e soluções, proteger ativos intelectuais tornou-se uma decisão estratégica, não apenas jurídica. O próprio INPI vem ampliando o uso de inteligência artificial para tornar os processos mais eficientes e acompanhar esse novo ritmo da inovação. A verdade é simples: empresas constroem faturamento. Marcas constroem legado.

Quem enxerga sua empresa apenas pelo caixa costuma pensar no próximo mês. Quem entende o valor da propriedade intelectual trabalha para que seu negócio continue crescendo pelos próximos anos.

Se você dedica tempo para proteger seu patrimônio físico, por que deixaria desprotegido justamente o ativo que representa toda a sua reputação? No fim das contas, sua marca é muito mais do que um logotipo.

Ela é a assinatura da sua história, da confiança que você construiu e do futuro que deseja deixar para as próximas gerações.

Porque empresas podem mudar. Produtos podem evoluir. Mas uma marca forte, protegida e bem posicionada pode atravessar décadas. ©



Euler Costa ✓
@euler.costabenfica

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 9 9663-2617

 11 9 9813-0488

NETWORKING



A FORÇA DAS CONEXÕES:

Como o Empreendedorismo Feminino Está
Transformando Negócios, Vidas e Gerações

Por Giane França

CEO Bem Sucedidas Clube | Especialista em Pessoas

VIVEMOS UMA ERA EM QUE EMPREENDER

deixou de ser apenas uma forma de gerar renda.

Para milhares de mulheres, empreender tornou-se uma ferramenta de transformação, liberdade e construção de legado. No entanto, nenhuma grande trajetória é construída de forma isolada. Por trás de toda mulher que alcança resultados extraordinários, existem conexões que abriram portas, impulsionaram oportunidades e fortaleceram sua caminhada. O verdadeiro sucesso nasce quando mulheres decidem crescer juntas.

Durante muito tempo, o mercado foi marcado pela competitividade excessiva. Hoje, uma nova realidade ganha força: mulheres que compartilham conhecimento, indicam oportunidades, celebram conquistas e compreendem que o crescimento coletivo multiplica resultados. Quando uma mulher estende a mão para outra, ambas evoluem.

As conexões são um dos maiores patrimônios que uma empreendedora pode construir. Um único relacionamento pode gerar uma sociedade estratégica, um novo cliente, uma parceria comercial, uma palestra, uma entrevista, um investimento ou até mesmo mudar completamente o rumo de uma carreira.

Networking não é colecionar contatos. É cultivar relacionamentos verdadeiros baseados em confiança, reciprocidade e propósito. O empreendedorismo feminino também representa uma transformação social. Mulheres empreendedoras movimentam a economia, geram empregos, fortalecem famílias e inspiram outras mulheres a acreditarem no próprio potencial. Cada empresa criada por uma mulher carrega muito mais do que produtos ou serviços: carrega sonhos, coragem, resiliência e a decisão de não desistir diante dos desafios.



Empoderamento feminino vai muito além de discursos...

É dar voz às mulheres, reconhecer sua competência, valorizar suas histórias e criar ambientes onde elas possam ocupar espaços de liderança sem precisar abrir mão de sua essência.

Uma mulher empoderada não diminui outras mulheres para crescer. Pelo contrário, ela entende que o sucesso compartilhado fortalece todo o ecossistema empreendedor. Por isso, eventos de networking, comunidades empresariais, mentorias, revistas, palestras e grupos de negócios tornaram-se ambientes essenciais para quem deseja acelerar resultados. São nesses espaços que surgem oportunidades que dificilmente aconteceriam trabalhando sozinha.

Toda conexão possui um potencial invisível. Às vezes, aquela conversa de poucos minutos pode se transformar em uma parceria de milhões. Uma apresentação pode abrir portas internacionais. Um simples convite pode mudar o destino de uma empresa. As mulheres que mais crescem no mercado entendem que visibilidade gera autoridade, autoridade gera confiança e confiança gera negócios. Mas existe um elemento ainda mais poderoso: o propósito. Quando uma empreendedora conecta seu negócio à missão de impactar vidas, ela deixa de vender apenas produtos ou serviços. Ela passa a oferecer transformação. E pessoas se conectam muito mais com histórias, valores e propósito do que apenas com preços.

O futuro pertence às mulheres que escolhem colaborar em vez de competir, aprender continuamente, construir relacionamentos genuínos e ocupar seu lugar de destaque com confiança.

Porque nenhuma mulher precisa caminhar sozinha.

Cada conexão construída hoje pode ser a ponte para a oportunidade de amanhã. Cada história compartilhada pode inspirar uma nova jornada.

Cada conquista individual pode abrir caminho para uma geração inteira de mulheres que decidiram acreditar em si mesmas.

No fim, o maior patrimônio de uma empreendedora não está apenas em seu faturamento, mas nas vidas que transforma, nas conexões que cultiva e no legado que deixa.

Quando mulheres se unem, ideias se tornam empresas, desafios se transformam em oportunidades e sonhos deixam de ser apenas planos para se tornarem realidade.

O empreendedorismo feminino não constrói apenas negócios. Ele constrói futuros. 



Giane França 
@gianemfranca

A portrait of a woman with short, dark, curly hair, smiling at the camera. She is wearing a black short-sleeved top and a long necklace with blue beads. The background is a solid dark grey.

LIDERANÇA

POR QUE LÍDERES BONS também tomam decisões ruins?

Por Vanessa Carvalho

Sócia da CCL Projetos Transformacionais | Conselheira | Autora Best-Seller

Existem crenças na liderança que dificilmente são questionadas.

Uma delas é a de que quanto mais experiência alguém acumula, menor deveria ser a chance de tomar uma decisão ruim. A lógica parece fazer sentido. Afinal, se aquela pessoa chegou até ali, liderou grandes equipes, atravessou crises, entregou resultados e conquistou reconhecimento, espera-se que tenha desenvolvido um julgamento acima da média.

No entanto, a experiência pode produzir um efeito curioso. Ao mesmo tempo em que amplia repertório, ela também pode fortalecer certezas que deixam de ser questionadas e é justamente aí que alguns dos maiores erros começam.

Ao longo da minha carreira, percebi, em diferentes situações, decisões ruins nascendo de profissionais experientes, inteligentes e com profundo conhecimento do negócio. Lideranças que tinham acesso às melhores informações disponíveis e, ainda assim, seguiram caminhos que, vistos algum tempo depois, pareciam difíceis de compreender. Mas quem disse que a gente tem a visão do todo?

Em um mundo transversal, de múltiplas transformações, quantas vezes a liderança está focada em resolver determinados problemas, enquanto uma crise, daquele ângulo, chega camuflada e sorrateiramente? E por que acreditamos que bons líderes estariam imunes a esse risco?

A resposta passa por uma característica comum a todos nós. Nenhum ser humano toma decisões a partir da realidade inteira. Nós decidimos a partir da realidade que conseguimos perceber, interpretar e conectar naquele momento e essa percepção dificilmente é objetiva.

Ela é atravessada por experiências anteriores, crenças, interesses, emoções, relações de poder, pressões do contexto e inúmeras influências das quais nem sempre temos consciência. É por isso que duas pessoas igualmente preparadas conseguem olhar para exatamente o mesmo cenário e chegar a conclusões completamente diferentes.

No ambiente corporativo, esse fenômeno aparece com muito mais frequência do que imaginamos. A estratégia que insistimos em manter pode estar sendo sustentada menos pelos fatos e mais pelo desconforto de admitir que chegou a hora de mudar. A urgência que parece justificar uma decisão precipitada pode esconder ansiedade. A convicção inabalável pode não ser coragem, mas dificuldade de reconsiderar uma posição construída ao longo de muitos anos.

**"A EXPERIÊNCIA ENSINA.
A CERTEZA EXCESSIVA
CEGA."**

"A experiência ensina. A certeza excessiva cega."

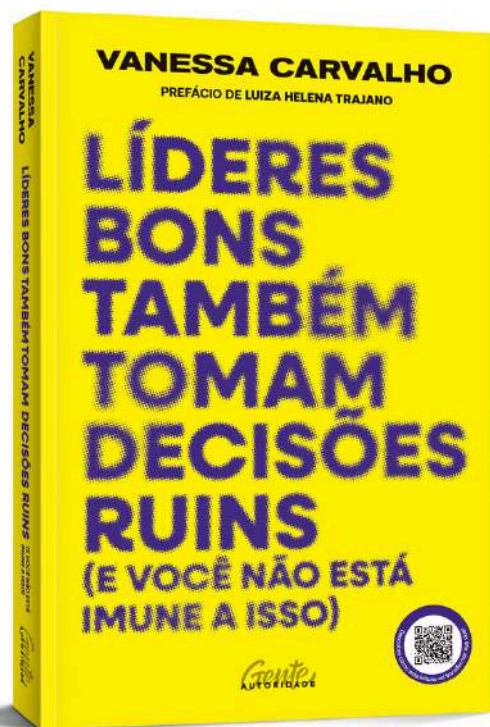
O aspecto mais desafiador é que essas situações dificilmente se apresentam dessa forma enquanto estão acontecendo. Quase toda decisão ruim parece razoável quando é tomada. Ela vem acompanhada de argumentos convincentes, boas intenções, pressões legítimas e explicações coerentes. Só depois, quando o desfecho já é conhecido, tudo parece óbvio para quem vê de fora.

Talvez seja justamente por isso que eu goste da metáfora da brincadeira da cabra-cega para falar sobre liderança. Pelo desconforto da posição, pela visão comprometida em contextos desafiadores e, principalmente, por, na maior parte do tempo, pouco aproveitarmos a oportunidade de usar essa venda a nosso favor, permitindo-nos sentir o que as nossas próprias convicções insistem em esconder.

Líderes bons também tomam decisões ruins (e você não está imune a isso), livro de minha autoria, com prefácio de Luiza Helena Trajano e publicado pela Editora Gente, é o guia que eu gostaria de ter tido nos momentos mais desafiadores da minha carreira e que agora eu tenho (e você também pode ter).

O livro, que foi lançado neste mês de julho, não traz fórmulas mágicas, mas uma metodologia prática, construída a partir de conceitos consolidados e de casos reais, para ajudar você a questionar os "sempres" e os "nuncas" da sua vida, a entender o que o cega, os movimentos que fazem você enxergar melhor e a se posicionar com valentia depois de ampliar a sua compreensão.

Espero muito que gostem e que não seja um livro para ler apenas uma única vez, mas para acompanhar vocês durante toda a jornada. 



www.editoragente.com.br



Vanessa Carvalho 
@vanessafmdecarvalho

Autora | Mentora | Palestrante

Sócia-fundadora da CCL Projetos Transformacionais

www.cclprojetostransformacionais.com

A middle-aged man with grey hair, wearing a dark blue suit, light blue shirt, and dark blue tie, is sitting on a grey sofa. He is smiling slightly and looking towards the camera. His hands are clasped in his lap. He is wearing a watch on his left wrist. The background is a large window showing a city skyline with various buildings, including a prominent brick building on the left and taller glass skyscrapers in the distance.

LIDERANÇA

O BRASIL CRESCE

Quando o Empreendedor Tem Espaço
para Prosperar

Por Ubirajara Ferreira – Bira Pai

advogado | Consultor empresarial | Autor | Palestrante

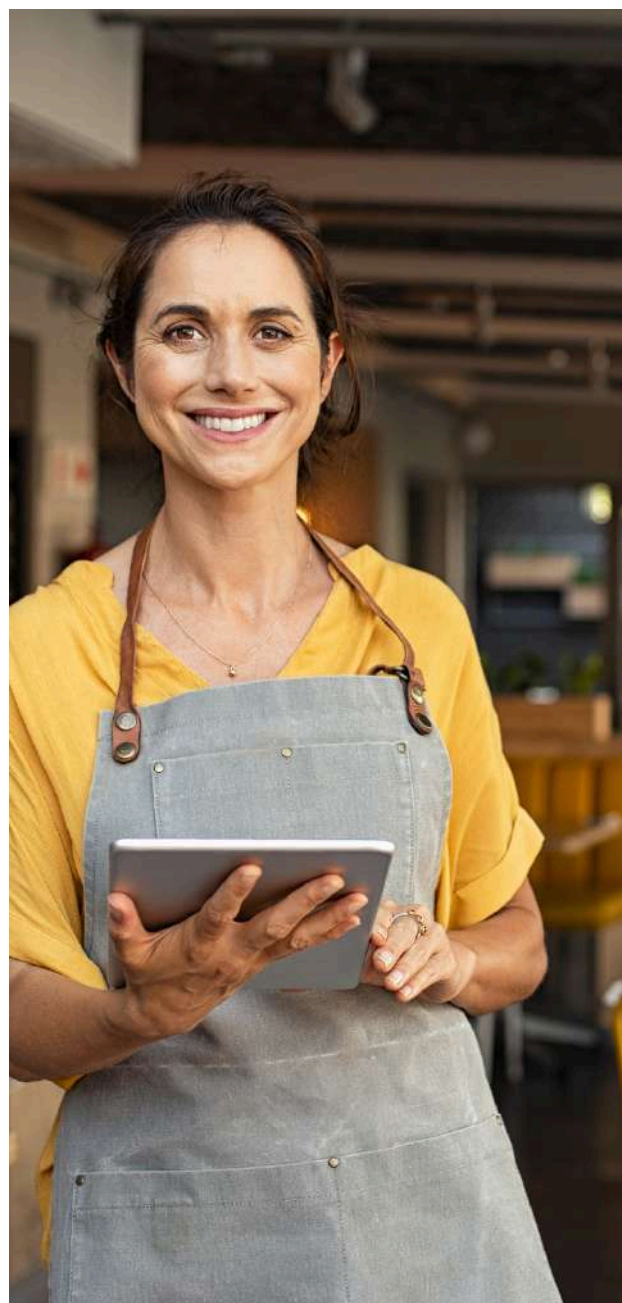
O Brasil Cresce Quando o Empreendedor Tem Espaço para Prosperar

O Brasil sempre foi reconhecido por sua criatividade, capacidade de adaptação e espírito empreendedor. Em cada cidade, há homens e mulheres que acordam cedo, assumem riscos e trabalham diariamente para transformar sonhos em realidade. São eles que movimentam a economia, geram empregos, criam oportunidades e impulsionam o desenvolvimento.

Apesar desse enorme potencial, empreender no país ainda representa um desafio constante. A complexidade tributária, a burocracia, a insegurança jurídica e as constantes mudanças nas regras exigem que o empresário dedique tempo e energia para lidar com processos que pouco contribuem para o crescimento do seu negócio. Tempo que poderia ser investido em inovação, geração de empregos e melhoria dos produtos e serviços.

Uma economia forte nasce da confiança. Quando existem regras claras, estabilidade institucional e um ambiente favorável aos investimentos, o empreendedor consegue planejar o futuro com mais segurança. E quando há previsibilidade, surgem novos negócios, novas oportunidades e mais desenvolvimento para toda a sociedade.

Mas nenhuma transformação acontece apenas por meio de reformas ou indicadores econômicos. O verdadeiro desenvolvimento começa nas pessoas. Valores como honestidade, responsabilidade, disciplina e compromisso continuam sendo os maiores diferenciais de quem constrói empresas sólidas e duradouras.



O empreendedor é, acima de tudo, um solucionador de problemas.

Ele identifica oportunidades onde muitos enxergam dificuldades. Investe, aprende, recomeça quando necessário e compreende que crescer exige coragem, preparo e perseverança. Essa capacidade de inovar é um dos principais motores da prosperidade de qualquer nação.

Ao longo da história, os países que mais evoluíram foram aqueles que estimularam a educação, a inovação, a liberdade para empreender e a segurança para quem investe. Quando o talento das pessoas encontra um ambiente favorável para florescer, toda a sociedade é beneficiada.

Mais do que incentivar empresas, fortalecer o empreendedorismo significa investir na autonomia das pessoas. Significa permitir que milhões de brasileiros construam seu próprio futuro por meio do trabalho, da criatividade e da geração de valor.

Independentemente do setor de atuação, todo empreendedor deixa uma marca na sociedade. Cada empresa aberta representa empregos, renda, conhecimento e novas possibilidades para outras famílias. Empreender é acreditar que é possível transformar realidades.

O Brasil possui todos os ingredientes para crescer de forma sustentável. Com um ambiente mais simples, previsível e favorável aos negócios, aliado à ética, à inovação e ao compromisso das pessoas, o país poderá desenvolver todo o seu potencial.

No fim, são as pessoas e não apenas as estruturas que constroem uma nação próspera. E cada empreendedor que decide continuar, mesmo diante dos desafios, escreve um novo capítulo dessa história de desenvolvimento, esperança e transformação. @



Ubirajara Ferreira ✓
@ubirajaraferreira_birapai

Nesta obra instigante, Ubirajara Ferreira conduz a relação entre fé e riqueza, propondo uma visão equidistante, que integra dimensões espirituais, emocionais e serviço do bem comum.

A partir de sua própria trajetória — de origens humilde, financeiro e empresarial —, o autor questiona o conceito de "Capital Cristo", as primeiras comunidades cristãs à era constantiniana, o trabalho debatida nos tempos atuais. Com lucidez, como Santo Agostinho, São Francisco, Lutero, Calvino, centrais e contemporâneos e realçar a função do dinheiro. Alicerçado nas Escrituras, Ferreira demonstra que o apego egoísta a ela. Parábolas como a do rico insensato e Salomão são apresentados como provas de que a sabedoria e generosidade, se transformam em bênção. A obra também compara, com equilíbrio crítico, a Prosperidade, apontando os desvios ideológicos que o Evangelho. O autor defende uma teologia madura, não de como fruto do serviço e da partilha.

Entre os destaques, estão os estudos de caso de eras contemporâneas —, como John Wesley, Edson B. Takeda e Comandante Rollin. Suas histórias ilustram orientar a geração de riqueza com propósito e impacto. Ao final, o autor mergulha nas finanças do Vaticano, partilhado nas inúmeras atividades realizadas pelo meio da caridade, da educação e da saúde. A mensagem plena — e a verdadeira riqueza mora na plena justiça de Deus no mundo.

artêra
editorial

UBIRAJARA FERREIRA

DEUS

QUER VOCÊ RICO?

A VERDADE SOBRE FÉ,
RIQUEZA E PROSPERIDADE
NO MUNDO CRISTÃO

artêra
editorial

Nas melhores
livrarias e na
AMAZON!

Escaneie abaixo:



amazon *Appris*
editorial

Appris
editorial



Você cuida da sua
empresa. **Nós fazemos
seus clientes chegarem
até você.**

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.

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



Escale seu negócio



Método único



Expansão Acelerada

Quero vender

www.sivople.com