

REVISTA

PROTAGONISTAS

do Brasil

**RICARDO
BELLINO**

O ACELERADOR
DE PESSOAS

LEILA NAVARRO

SAI DA BOLHA

TADEU LOCKERNANN

NETWORKING NOS NEGÓCIOS

ALEXANDRE AVANZI

COMMODITIES; RIQUEZAS BRASILEIRAS

LUIZ CANDREVA

EXPERIÊNCIAS CRUZADAS - A HISTÓRIA DE HARRY BACK

ENTREVISTA EXCLUSIVA COM

**LEANDRO MARTORANI
E O MERCADO IMOBILIÁRIO
INTERNACIONAL**

PROTAGONISTAS DO
BRASIL





PORTO PRIME
FRADE EXCLUSIVE RESIDENCES

A SOFISTICAÇÃO ESTÁ
AO SEU ALCANCE.

11 CASAS PRONTAS E MOBILIADAS DE 470 M²
NO PORTO FRADE, EM ANGRA DOS REIS.

- 5 Suítes
- Piscina
- Sauna
- Serviços pay-per-use para sua conveniência
- Possibilidade de usar toda a estrutura do Country Porto Frade

MARINA EXCLUSIVA PARA O CONDOMÍNIO*,
SEU PORTO AINDA MAIS PRIME.

- Vagas para jet ski
- Boxes particulares para a guarda de equipamentos náuticos
- Salão de Jogos/Festas
- Lounge Prime
- Espaço Kids
- Ducha e WCs para conveniência
- Vagas para visitantes



Fotografia de local



Fotografia de local



PRIVILÉGIO É TER ESCOLHA.

COMPRA CONVENCIONAL

Você é o único dono de sua propriedade no Porto Prime e pode usá-la sempre que desejar, conforme o seu planejamento.

COMPRA COMPARTILHADA

Você se torna dono de uma fração de uma casa, inclusive com inscrição individual no registro de imóveis, e pode aproveitá-la pelo tempo correspondente a sua fração: 8 SEMANAS ESCOLHIDAS DURANTE O ANO**. Você só paga pelo tempo que vai utilizá-la e com a vantagem dos custos fixos serem divididos por até 6 proprietários.

CONDOMÍNIO PORTO FRADE: RUA DO MEIO, LOTE 7 - QUADRA G
WWW.PORTOPRIMEANGRA.COM.BR

*Marina para embarque e desembarque de lanchas e vagas para jet ski.
**Semanas de alta temporada em sistema de rodízio de prioridade e as demais por livre.



Realização:

Projeto arquitetônico:



Mais informações:

(51) 98140-1237

Editorial

POR TADEU LOCKERMANN

Todos sabem que atravessamos um ano bastante atípico, que nos escancarou o novo entendimento de mundo e que toda ordem mundial pode sim ser rapidamente atacada, abala e modificada. O que também nos trouxe novas formas de viver, conviver, trabalhar e empreender. É o que nomeamos de “nova realidade”.

No ano de 2020 fomos apresentados ao inimigo invisível chamado de Coronavírus ou Covid-19 e que testou os nossos limites dentro dos isolamentos e confinamentos em períodos de quarentenas, parte dos protocolos de medidas protetivas. Por bom tempo o nosso planeta literalmente parou com a decretação de lockdown, que até aquele momento poucos tinham ouvido falar ou sabiam do que se tratava. Tivemos o fechamento de empresas, indústrias, comércios e shoppings. Só ficaram abertos os serviços essenciais como hospitais, farmácias e mercados. Houve da mesma forma a proibição de shows e eventos. Foi quando vivemos o fenômeno das lives shows.

Tudo visaram evitar a aglomeração e circulação de pessoas. Talvez ainda demore para sabermos se foram de fato medidas assertivas ou não. Vamos acreditar e torcer que sim e fazer o que fora determinado pelas autoridades competentes. Cabe-nos respeitar e fazer a nossa parte. Até porque estamos diante de uma doença esquisita demais, que pode se manifestar de forma leve em você, sem quase apresentar sintomas, mas por outro lado, ser fatal para outra pessoa. Logo, tenho certeza de que ninguém deseja ser o vetor e o propagador desse vírus, responsável pelo contágio de um amigo ou familiar, que possa ter complicações e vir a óbito.

Pela primeira vez na história os Jogos Olímpicos foram adiados. As Olimpíadas 2020 do Japão agora vai ocorrer em 2021, se Deus quiser, pois torcemos que até meados desse novo ano boa parcela da população global esteja vacinada e imunizada. E daqui rogo para que tenhamos um ano de esperanças renovadas, acreditados de que a humanidade sairá melhorada e fortalecida disso tudo que estamos vivendo.

As economias globais foram extremamente afetadas e entraram em crises, com desabastecimento de produtos, queda acentuada de consumo, disparada do preço de algumas commodities e grande índice de desemprego. Mas são as vidas humanas que mais importam.

Jamais podemos tratar essa doença como uma mera gripe. Isso é uma afronta as centenas de milhares de seres humanos que mundo afora perde-

ram essa luta e outras tantas famílias que tiveram ceifadas as vidas de seus entes queridos sem nem mesmo o direito de velá-los e enterrá-los com dignidade. A esses elevo o meu pensamento em oração e me solidarizo em amor e compaixão.

Contudo, mesmo diante do cenário mais caótico temos grandes lições e podemos sim extrair muitos aprendizados. Apesar dos pesares e de todos os desafios impostos, 2020 foi um ano de reinvenção e de sair da zona de conforto. Fomos obrigados a inovar, pensar fora da caixa e ter uma atitude mais proativa e empreendedora. E descobrimos a produtividade do trabalho home office, além da força da internet capaz de projetar e impulsionar negócios.

Evidentemente que essa pandemia diante do distanciamento social e falta de contato físico trouxe muitas consequências do ponto de vista emocional, com aumento dos casos de depressão e síndrome do pânico. Por conta também do convívio familiar forçado dentro de casa fez crescer muito as separações e os divórcios de casais. Porém, aqui faço questão de destacar os ganhos dentro de um olhar que busca ressignificar o momento e tirar proveito do lado positivo. Afinal houve sim aspectos positivos se considerado a necessidade de nos tornarmos mais solidários e menos egoístas, bem como mais devoto da fé e temente a Deus, sendo assim mesmo materialistas. Passamos a pensar mais na família, no bem-estar e na qualidade de tempo de convivência junto aos filhos e conjugues, dosando com o trabalho. Também tivemos a oportunidade de fazer uma faxina completa de dentro para fora e revisitar os nossos verdadeiros valores, indo de encontro ao que de fato importa e devemos priorizar na vida. E nunca nos demos tanta conta da importância da saúde.

Dessa forma, desejo de coração que você e toda sua família tenha bastante saúde. 2021 tenho certeza de que será um ano extraordinário, com grandes oportunidades. É preciso que esteja preparado para aproveitá-las. Será o ano de falarmos em crescimento. Siga otimista e vá em frente respeitando sempre as recomendações.

Feliz ano novo!



Sumário

| | |
|---|----|
| Mente de Mestre por Jamil Albuquerque Nono livro mais vendido do mundo de todos os tempos | 08 |
| Líderes Empreendedores por Edgar Ueda Os processos do empreendedor de sucesso | 12 |
| Networking nos Negócios por Tadeu Lockermann Introdução ao Networking Parte II | 16 |
| MERCADO: SOCIEDADE ENTRE PROTAGONISTAS DE BRASIL E CASA FLORAH | 22 |
| Alta Performance por José Haddad Novo ano, novos objetivos | 25 |
| Sai da Bolha por Leila Navarro Seja a mudança que você deseja | 29 |
| MATÉRIA DE CAPA: RICARDO BELLINO O ACELERADOR DE PESSOAS | 32 |
| Negociação Estratégica por Breno Paquelet Importância da preparação na negociação | 41 |
| Gestão & RH por Renato Fiochi 2021 e as perspectivas para o setor de eventos..... | 44 |
| Bora Bater Meta por Marcelo Baratella Vendedorismo: como ser um vendedor empreendedor | 46 |
| Carreira & Inovação por Lilian Cidreira 5 atitudes que levam você a inovar e ser promovido | 50 |
| ENTREVISTA: LEANDRO MARTORANI IMÓVEIS NO EXTERIOR PARA BRASILEIROS | 54 |
| Futurist por Luiz Candreva Experiências cruzadas – A história de Harry Beck | 58 |
| Saúde Mental em pauta por Andréia Ladislau Gerenciando emoções em busca da prevenção e do não agravamento de doenças crônicas | 63 |
| Atitudes Vencedoras Por Marcelo Gasparini 3 passos para ser produtivo | 68 |
| Commodities: Riquezas brasileiras por Alexandre Avanzi O mercado de commodities no Brasil, em meio a pandemia de 2020 e a tendência para 2021 | 71 |

Columnistas

CONHEÇA OS MELHORES

CLIQUE NA FOTO PARA SABER MAIS



JAMIL ALBUQUERQUE
MENTE DE MESTRE



JOSÉ HADDAD
ALTA PERFORMANCE



BRENO PAQUELET
NEGOCIAÇÃO ESTRATÉGICA



RENATO FIOCHI
GESTÃO & RH



LEILA NAVARRO
SAI DA BOLHA



LILIAN CIDREIRA
CARREIRA & INOVAÇÃO



ALEXANDRE AVANZI
O MERCADO DE COMMODITIES NO BRASIL



EDGAR UEDA
LÍDERES EMPREENDEDORES



MARCELO BARATELLA
BORA BATER METAS



MARCELO GASPARINI
ATITUDES VENCEDORAS



LUIZ CANDREVA
FUTURIST



TADEU LOCKERNANN
NETWORKING NOS NEGÓCIOS



ANDRÉIA LADISLAU
GERENCIANDO EMOÇÕES

JAMIL
Albuquerque

BÔNUS



SIGA   

INSCREVA-SE 

PARTICIPE  

MENTE DE *mestre*

POR JAMIL ALBUQUERQUE

NONO LIVRO MAIS VENDIDO DO MUNDO DE TODOS OS TEMPOS



Para você, caro leitor, qual o maior teste de qualidade de um produto?

Sendo um bom observador, talvez você assim como a maioria dos estudiosos do assunto também já tenha chegado a conclusão de que o maior teste de qualidade é o teste do tempo.

Bons produtos resistem a esta prova.

Eles permanecem, se fortalecem, e quase sempre tornam-se melhores a ainda mais úteis conforme os anos passam.

Talvez o leitor até já tenha lembrado de alguns. Peguemos como exemplos os carros da Rolls Royce, que são os preferidos da rainha da Inglaterra, ou então os relógios da marca Rolex.

Estes, assim como algumas outras marcas e criações, já eram ótimos produtos há 70 ou 80 anos.

Atualmente são ainda melhores; além de vencerem o teste do tempo, aperfeiçoam-se constantemente. Vão agregando novas e melhores utilidades, tornando aquilo que era bom em algo próximo da perfeição.

É neste panteão de produtos bons que se tornaram excelentes com o passar do tempo que está a obra literária de Napoleon Hill.

Hoje, em especial, quero mencionar o magnífico 'Quem Pensa Enriquece', livro de 1937, que está sendo relançado agora no Brasil numa edição especial pela editora Citadel.

Este clássico da literatura é nono livro mais vendido do mundo em todos os tempos, segundo matéria do programa Conta Corrente, da GLOBO NEWS, de fevereiro de

2014, e o único de negócios entre os 10 mais vendidos do mundo.

É o número 1 (UM) em vendas de todos os tempos, em empreendedorismo na categoria light business, área de negócios que não entra na tecnicidade de negócios específicos.

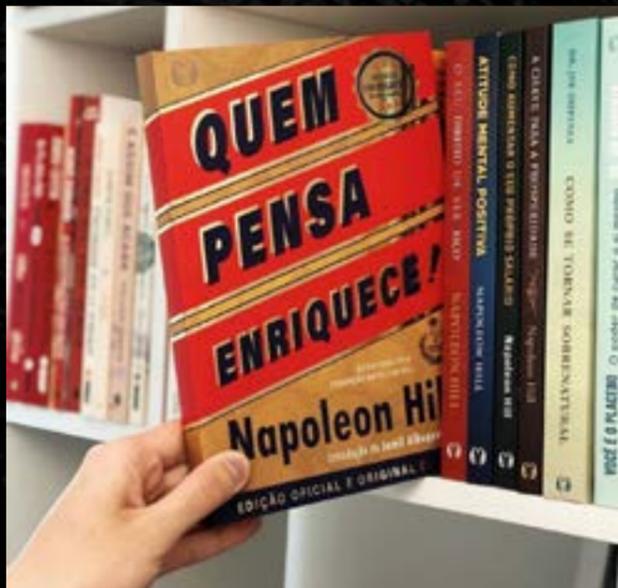
Os bons produtos mostram-se eficazes quando são úteis nas coisas da vida prática, e vão ganhando musculatura em sua utilidade: tornam-se tão importantes que abrem novos mercados para produtos similares; é voz corrente que os livros de Napoleon Hill funcionaram — no mundo dos livros sobre liderança e comportamento para o êxito — como um 'navio quebra-gelo', que foi na frente, abrindo caminho, praticamente inaugurando um novo tipo de literatura até então quase inexistente: o da literatura de autodesenvolvimento e realização pessoal.

O princípio da razão exige que nenhum efeito exista sem uma causa, e essas causas requerem outras, até chegar ao seu primórdio. E no que diz respeito a esta área de literatura, a obra do sr Hill é este primórdio; é a sólida semente que deu origem a um número monumental de outros bons livros. bandidos selvagens estava além de suas forças e possibilidades. Ele viu-se sem opção, se não a fuga. Pôs seu carro na estrada e rodou alguns milhares de quilômetros até a casa de um amigo.

Lá ficou escondido no porão da casa por quase dois anos, pois os mafiosos continuavam a busca dele para matá-lo.

Ali, sob pressão e risco de vida, ele escreveu o livro 'Mais Esperto que o Diabo', que só foi publicado em 2017, mais de 70 anos após ter sido escrito. O conteúdo da obra de sabedoria desconcertante e explosivamente polêmico fez com que a Editora hesitasse tanto tempo em publicá-lo.

Esta história, resumidíssima aqui por causa do espaço, me foi contada pelo neto do Sr. Hill, James B. Hill, em uma das muitas reuniões que participei na sede mundial da The Napoleon Hill Foundation, nos EUA, representando o Brasil com uma cadeira fixa no Conselho Mundial desta venerável fundação. Conto aqui para ilustrar o tipo de personalidade aguerrida de Hill, que é a pessoa que mais influenciou a minha vida.



Mas não só a minha: ele se tornou uma das personalidades mais influentes do século vinte, com mais de 120 milhões de livros vendidos em mais de 130 países. A influência da obra literária do Dr. Hill em minha vida foi fulminante e transformadora. Mas isto é tema para uma próxima coluna.

Arrisco dizer que não há um só estudioso ou escritor de livros sobre autodesenvolvimento que não tenha em sua estante pelo menos



dois ou três livros de Napoleon Hill.

Há mais de cem anos que a sua obra tem sido um divisor de águas na vida de pessoas que querem romper barreiras, se autodesenvolver e alcançar grandes resultados.

Quando Napoleon Hill começou seus estudos, lá no início do século passado, em 1908, talvez ele nem imaginasse o enorme alcance e influência mundial de seu trabalho.

A solidez de suas pesquisas e de seus livros chamou a atenção de nomes estelares de sua época. Thomas Edison, até hoje considerado o maior inventor de todos os tempos, maravilhou-se com a profundidade e praticidade dos textos e pesquisas de Hill, e tanto que escreveu o prefácio da primeira edição do clássico 'A Lei do triunfo', lançado em 1928.

Hill chamou a atenção das grandes mentes de sua época, e tornou-se uma das pessoas mais influentes dos EUA e posteriormente, do mundo.

Desde então os seus livros — que são publicados em quase todos os idiomas do mundo e comercializados em mais de cem países — vem impactando positivamente a vida de milhões de pessoas com um conteúdo memorável e utilíssimo para a nossa vida pessoal, profissional e familiar.

CLASSIFIQUE ESSA MATÉRIA

REGULAR BOA ÓTIMA

HUB

DE NEGÓCIOS

SAIBA MAIS

EDGAR UEDA

BÔNUS



SIGA   

INSCREVA-SE 

PARTICIPE  



LÍDERES

empreendedores

POR EDGAR UEDA

OS PROCESSOS DO EMPREENDEDOR DE SUCESSO



Em 2015, lancei um empreendimento em Boa Vista. Lá não tinha muita coisa para fazer. Nesse período ficava em operação no mínimo 30 dias, e aí o que eu fiz? fui saltar de paraquedas.

Saltei com um cara nas minhas costas. Ou seja, fiz primeiramente um salto duplo. E nesse momento falei: não, cara, eu quero me desafiar, eu sou ousado. Nisso é que fui fazer um curso, onde



fiquei dois dias em aula teórica, surfando num skate no chão para que aprendesse a plainar e dominasse a parte técnica.

Logo depois, lá estava eu. Fiz o meu salto solo, sozinho. Claro que havia duas pessoas próximas ao lado que saltaram para me monitorar, mas que não estavam presas a mim. Então, é exatamente isso, a maioria das pessoas já querem encurtar o caminho e assim escolhem saltar direto de paraquedas e quebram a cara. Poucos querem passar pelo processo de treinamento e aprendizado, o que requer

estudo a respeitar as etapas.

Uma das premissas do meu método é a seguinte: você consegue fazer cinco anos em um; você consegue trazer resultados extraordinários em um curto prazo de tempo.

Como que você faz isso? Com muito foco e intensidade. Dessa forma, se você focar, canalizar muita energia e usar algumas estratégias, consegue sim ter resultados rápidos e ser assertivo.

Para agir com intensidade e colocar energia em seu propósito de encontro a obtenção resultados mais rápidos você precisa pagar o preço. Isso significa que muitas vezes deixo de fazer outras coisas dos meus negócios e da minha vida particular priorizando o que naquele momento vai acelerar os resultados.

O que eu vejo na maioria das pessoas é que elas querem ter o resultado extraordinário, querem faturar milhões, querem ter resultados rápidos, mas não querem pagar o preço. Isto é, não querem construir essa jornada, não querem passar por sacrifícios, renúncias e dores.

Eu comecei a valorizar, na minha vida, as coisas desafiadoras, difíceis, as cicatrizes, os erros, os fracassos. Afinal de contas, tudo o que passei e vivenciei me gerou grandes aprendizados.

E tudo na nossa vida são feedbacks. Você tem um pensamento, do qual te conduz a um comportamento, que por sua vez provoca uma ação.

Conseqüentemente, a partir dessa ação você gera um resultado, que pode ser positivo ou negativo.

O resultado positivo paradoxalmente em muitas das vezes pode ser negativo, pois sempre há o que melhorar, mas tem gente que não melhora. É o tipo de pessoa que fala: "está bom". Daí para frente cai numa zona de conforto e fica parado na inércia.

Por outro lado, quando o resultado é negativo, você tem que aprender. Surge aqui a diferença entre persistência e insistência. Você insistir no erro é burrice. Agora, você persistir no grande sonho, sim, é completamente diferente. Caso tenha um sonho e uma grande meta a ser alcançada e realizada, com



aspirações de vencer na vida, vai com certeza persistir, sem jamais desistir. Nesse caminho você dá inclusive encontra se necessário vários planos B para atingir o plano A.

Portanto, esteja disposto a pagar o preço do sucesso e entenda a diferença entre insistir e persistir no sonho.



CLASSIFIQUE ESSA MATÉRIA

REGULAR

BOA

ÓTIMA



Tonino Lamborghini

O TONINO LAMBORGHINI® ENERGY DRINK É UMA BEBIDA FORMULADA PARA LEVAR A ENERGIA CERTA PARA QUEM QUER VIVER CADA MOMENTO DO DIA COM INTENSIDADE SEM NUNCA TER QUE DESISTIR DE SEU ESTILO.

STYLE NEVER SLEEPS



CONCENTRAÇÃO

MELHORE O DESEMPENHO FÍSICO E MENTAL COM INTENSIDADE!

DESEMPENHO

AUMENTE A SENSAÇÃO DE BEM-ESTAR ESTIMULANDO O METABOLISMO.

COMPOSIÇÃO

FORMULADO COM VITAMINAS DO GRUPO B, CAFEÍNA, TAURINA, AÇUCARES ALÉM DE ÁGUA E MUITO SABOR.

SABOR

UMA EXPERIÊNCIA ÚNICA MISTURADO COM O SABOR ITALIANO DE ENERGIA E VICORI!

SAIBA MAIS

TADEU *Lockermann*



BÔNUS



SIGA   

INSCREVA-SE 

PARTICIPE  

NETWORKING NOS *negócios*

INTRODUÇÃO AO NETWORKING - PARTE II

POR TADEU LOCKERMANN



Estamos na segunda edição dessa revista que vem para fazer a diferença dentro do mundo business, a qual conta hoje com renomados colunistas e sempre traz uma matéria principal de peso, com grande personalidade de sucesso estampada na capa, que por sua vez tem a respectiva história retratada e contada nas páginas em destaques. Nessa edição trazemos Ricardo Bellino, empreendedor serial hoje dedicado a aceleração de pessoas.

Isso sim é resultado do meu networking ao longo dos anos, onde conquistei esse capital humano, do qual sou orgulhoso de tê-lo como o mais valioso ativo, sabendo que sempre posso recorrer e contar com ele.

Fato é que essa revista propriamente dita nunca existiria com tamanha envergadura caso não fosse por meio da minha poderosa rede de contatos. Falo aqui de conexões reais em altos patamares, conectado com alguns dos mais bem-sucedidos empresários e profissionais autoridades dentro das suas áreas do conhecimento, tal como os nossos colaboradores colunistas.

Evidente que chegar nesse nível de relacionamento não acontece da noite para o dia. Atualmente tenho uma reputação a zelar, sobretudo, fruto da validação do meu nome no mercado, o que me confere autoridade e credibilidade. Mas isso exigiu percorrer um caminho bem planejado com estratégias. Antes

de tudo fora preciso um olhar apurado de dentro para fora, com autoconhecimento e posicionamento muito bem definido. É o que melhor veremos adiante.

Networking x posicionamento

Sempre tive muito cuidado na exposição da minha imagem. Nunca fui atrás de surfar ondas, quando poderia sim ter antes recorrido ao marketing digital e ganhado rápida notoriedade.

No entanto, jamais persegui uma fama gratuita que pudesse parecer despropositada, embora confesse que tenha bastante conteúdo a ser compartilhado. E digo que será compartilhado no momento certo, tal como já faço aqui ainda restrito aos nossos privilegiados leitores.

Para mim tem que fazer muito sentido. Dessa forma, dentro do processo de posicionamento cabe primeiro a compreensão do "motivo de agir". Ou seja, cabe conhecer a motivação. Basta responder: o que busco com essa conexão?

Em paralelo para o posicionamento correto requer que tenha estratégias bem definidas. Isso envolve determinar o público e entender as suas expectativas e assim traçar as linhas de comunicações e estabelecer os respectivos canais.

Uma vez que tive a resposta da pergunta acima pude dar conta de que não precisava dessa vitrine digital, não por hora, pois estava motivado a fazer negócios com grandes lideranças empresariais que eram

encontradas no mundo presencial. Vi que necessitava acessar os seus respectivos mundos e conquistar as suas confianças. Nesse sentido, também me dei conta que estava falando para um público seletivo, o que exigia que entendesse das suas particularidades e fosse o mais assertivo possível na abordagem.

Veja então que no meu caso adotei o posicionamento de trabalhar mais calado sem tanto estardalhaço. Troquei o barulho pelo silêncio de quem faz quieto. Troquei os holofotes pelos bastidores. Troquei a efemeridade das redes sociais pelas estradas mais longas que precisei antes pavimentar e percorrer. Troquei as centenas de milhares de números de seguidores pelos poucos poderosos players com legados concretos. Troquei



as postagens em busca de likes pelos contratos fechados nas rodadas de negócios, quando estive pessoalmente sentado em mesas de negociações reais.

Adotei o posicionamento de falar nichado, vislumbrando-se qualidade ao invés de quantidade. Personalizei o approach. Calibrei o discurso alinhado ao público high level que foquei me



relacionar, com tom mais comedido em ar de sobriedade.

Ainda perceba que tive o zelo de não puxar para mim, sem que ficasse me enaltecendo e buscando ser o centro das atenções. Pelo contrário, foi quando literalmente dei palco aos big players que hoje estamos conectados e somos amigos. Naquele momento lhes dei a visibilidade que buscavam através dos meus eventos, colocando microfone em suas mãos e grande plateia espectadora diante deles.

Networking x mundo offline ou online

Confesso que fui assertivo na escolha do meu posicionamento chamado de low profile. Talvez hoje no Brasil arrisco a dizer que sou um dos maiores networkers com uma rede poderosa de conexões.

Destaco que não existe uma receita de bolo que funciona para todos. Aqui compartilhei apenas um pouco da minha experiência, do posicionamento que funcionou para mim. Mas pode ser que o seu modelo de negócio lhe obrigue ao posicionamento que parta de uma linguagem mais popular, focada em atingir as massas. Quando aí sim tenha a necessidade de fortalecer uma presença digital visando ganhos de escala.

Clássico exemplo dos digitais influencers que precisam de muitos seguidores, pois nesse caso a quantidade se justifica para atrair certos perfis de marcas patrocinadoras. Essas marcas consequentemente se interessam pelas postagens mais abrangentes nas redes sociais com a finalidade da divulgação de seus produtos e serviços ao maior número de pessoas.

Mais uma vez só reforça a necessidade de assumir um posicionamento, seja digital ou presencial. Ou mesmo um posicionamento híbrido, tendo você a

capacidade de navegar bem nos dois mundos, o que seria ideal nos dias atuais, visto como vantagem competitiva.

Tenha em mente que um não anula o outro. Não significa que um prevaleça sobre o outro. Muitas das vezes inclusive o digital vem antes, parte da estratégia de converter e levar para o ambiente presencial. Apenas cabe a clareza que são posicionamentos diferentes, com linguagens e abordagens próprias, que até mesmo podem e devem se comunicar e conversar entre si, sendo somente preciso fazer essa cuidadosa diferenciação.

Networking x autoconhecimento

Tudo começa pela verdadeira autoanálise em momentos de reflexões interiores, no seu grau mais íntimo de conversa volta para dentro, com perguntas aguçadas no senso crítico e respostas sinceras. Aqui a mentira não tem vez, pois só estaria acobertando a verdade e mascarando a si mesmo.

É o que atende pelo nome de autoconhecimento. Se conhecer é ponto chave do networking bem-sucedido. Deve ser o primeiro item estudado. Nem mesmo tem como adotarmos um posicionamento sem que antes venhamos a nos conhecer com propriedade. Afinal esse posicionamento abordado acima traz impresso a nossa marca pessoal. Marca que carrega a nossa personalidade e identidade.

Sem o real entendimento de quem somos tudo fica muito fugaz. Logo, levamos a conclusão da fugacidade dos relacionamentos, que não se sustentam. Mais um aspecto de quem pouco se conhece é estar perdido na maioria do tempo e ser visto sem rumo batendo cabeça.

Quem nunca ouviu que “quando não sabe para onde ir, qualquer caminho serve”. Parece até uma frase de efeito, mas consiste numa grande verdade. Isso porque quando me desconheço fico muito vulnerável e influenciável, sendo facilmente levado a conexões erradas, capazes de desviar para bem longe do meu caminho.



Fica pacificado que a falta de autoconhecimento se prova muito prejudicial aos negócios, pois desencadeia relacionamentos frustrados que vão em desencontros e desacordos com os interesses comuns, o que nos distancia do caminho certo. Contudo, conhecedor de si mesmo tem clareza do caminho, que está diretamente relacionado com as pessoas afins que deve se conectar, havendo sinergia dentro da caminhada.

Enfim, networking precedido por autoconhecimento nos posiciona e direciona. Nos traz posição e direção, assim tonando as nossas conexões muito mais assertivas e produtivas do ponto de vista dos resultados positivos que conseguimos alcançar em tempos recordes.

Ainda tem que considerar que se não conheço a mim automaticamente tenho pouca ou até mesmo nenhuma capacidade de conhecer o outro e assim me colocar no lugar dele. Consequentemente, não conseguimos demonstrar empatia, a qual é uma das maiores aliadas do networking de alta performance. Todavia, quando dotados do autoconhecimento existem probabilidades de sermos muito mais empáticos. E com empatia fazemos muito mais bons negócios.

Networking x escolhas das companhias

Nos últimos anos canalizei as minhas energias para um networking faixa preta, ou seja, high level. Esse que me colocou em patamares bem mais elevados. Sabe-se que foi um movimento consciente feito nessa direção. Portanto, foi o que escolhi. Antes coube me autoconhecer mais do que ninguém e adotar em seguida um posicionamento baseado nessa minha escolha.

Fiz então a escolha de me relacionar com pessoas extraordinárias, algumas

das maiores lideranças empresariais do Brasil. Nesse contexto, quem nunca ouviu dizer que “somos a média das cinco pessoas que mais convivemos”. Além do ditado: “digas com quem tu andas e eu direi quem tu és”.

Pode se tratar de clichês, contudo retratam sem dúvida a mais absoluta realidade. Afinal de contas, instintivamente, temos a tendência de nos espelhar nas pessoas que mais tempo temos ao lado dentro da nossa convivência. Como consequência natural passamos a admirar e respeitar essas pessoas. A partir daí, sim, elas viram referências, onde somos induzidos a modelar seus hábitos e comportamentos. E conseqüentemente adotamos ações que podem nos levar a resultados positivos ou negativos, estando condicionados de forma direta



a qualidade das nossas conexões.

Logo, se convive com pessoas medíocres, medíocre serás. Se convive com pessoas medianas, mediano serás. Por outro lado, se convive com pessoas acima da média, bem-sucedido serás em qualquer campo da vida, sobretudo nos negócios.

Ponto comum é que todos querem ter resultados na vida pessoal e profissional.

NETWORKING NOS negócios

INTRODUÇÃO AO NETWORKING - PARTE II

POR TADEU LOCKERMANN



Todos perseguem o sucesso nos negócios. Ocorre que muitos continuam incorrendo no mesmo erro, pois insistem nos velhos grupinhos de amigos desalinhados com o que de verdade se quer. Entenda que não precisa largar esses amigos, mas passará menos tempo na companhia deles.

No meu caso concreto perceba que estou cercado e rodeado de pessoas agregadoras de valor, que possuem o que somar e multiplicar na minha vida porque já percorreram o caminho do sucesso exponencial. Nisso que tive que priorizar e fazer renúncias, escolhendo passar mais tempo ao lado dessas pessoas bem-sucedidas em detrimento das amizades de bar, festa, churrasco e futebol.

Por exemplo, ainda não figuro na lista da Forbes ranqueado entre os nomes mais ricos do país, porém tenho a honra de andar e conviver de perto com alguns dos listados. Em virtude disso, e por associação, torna-se normal ser pareado a um deles. Nesse momento sou visto igual a eles, o que evidente que me abre muitas portas para grandes negócios.



CLASSIFIQUE ESSA MATÉRIA

REGULAR

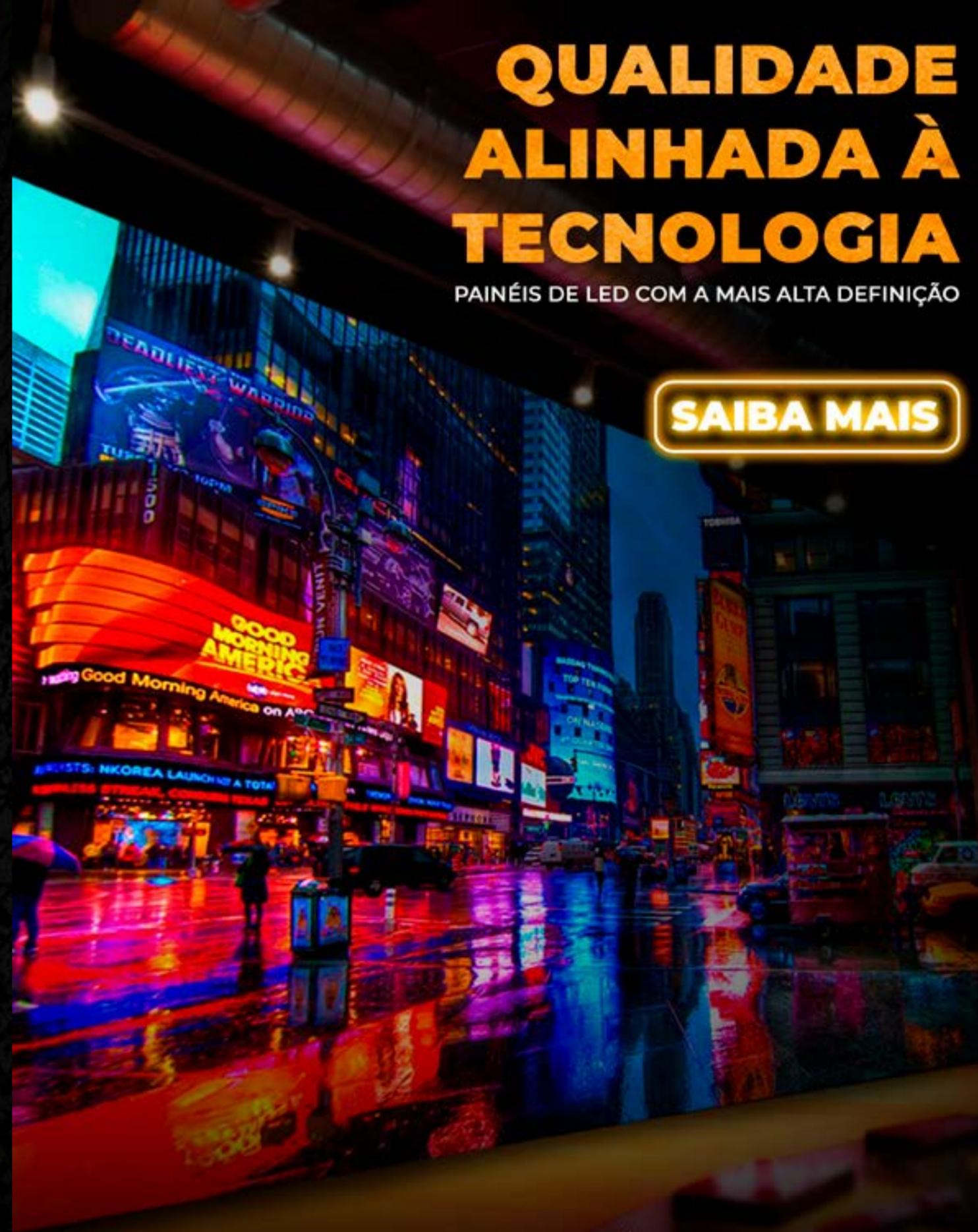
BOA

ÓTIMA

QUALIDADE ALINHADA À TECNOLOGIA

PAINÉIS DE LED COM A MAIS ALTA DEFINIÇÃO

SAIBA MAIS



Mercado

SOCIEDADE ENTRE PROTAGONISTAS DE BRASIL E CASA FLORAH

Da fusão entre a Casa Miracoli e a Pelle Capelli, das empresárias Sandra Pitta, Adriane Bramante e Andréia Bessa, surgiu a Casa Florah num conceito disruptivo de beleza e bem-estar, localizada no Jardim Paulistano, no ponto nobre de São Paulo, que por sua vez tem uma frequência muito seleta de clientes.



Essa sociedade de sucesso partiu da visão das 3 respectivas mulheres empreendedoras, as quais agora decidiram ir além. Elas se associaram ao CEO do Protagonistas do Brasil, Tadeu Lockermann, quem entra em janeiro de 2021 para multiplicar com o know how e expertise de negócios.

Podem assim esperar o espaço Protagonistas do Brasil dentro da Casa Florah, onde recepcionará no

seu guarda-chuva de empresas e marcas carros esportivos (BMW, Porsche, Lamborghini, etc.), joias, alta relojoaria, alfaiataria, bebidas premium, decoração e muito mais. Tudo muito bem harmonizado e composto no seu reservado ambiente.

Traz então o lifestyle com produtos de alto valor agregado e percebido, disponíveis desse momento em diante para atender os clientes A e AA da Casa Florah, que são homens e mulheres bem-sucedidos e empoderados, consumidores do mercado de luxo.

E vai ainda mais longe, quando o Protagonistas promete reunir os maiores empresários de São Paulo para



encontros semanais no seu clube de relacionamentos. Vem também determinado em movimentar a Casa Florah com experiências, eventos petit comité e diversas ativações, sempre com intuito de unir pessoas, compartilhar momentos agradáveis e fazer bons negócios.

Diante do esperado case de sucesso os empresários de Casa Florah e Protagonistas do Brasil já se antecipam e fazem planos de expandir esse modelo de negócios e inclusive levar para fora do próprio país, havendo convites e namoros de Miami, Londres e Cidade do México.

Venha nos visitar na Rua Colômbia, 84 – Jardim Paulistano.



CLASSIFIQUE ESSA MATÉRIA

REGULAR

BOA

ÓTIMA

MARKETING DIGITAL

O NEGÓCIO DO SÉCULO XXI

SAIBA MAIS

JOSÉ
Haddad

BÔNUS



SIGA   

INSCREVA-SE 

PARTICIPE  

NOVO ANO, NOVOS OBJETIVOS



Toda passagem de ano é época de novas esperanças e novos projetos. Temos a sensação de que uma nova oportunidade se abre para nós. Fazemos promessas e planos. De alguma maneira, nos comprometemos com melhorias.

Mas por que muitos não conseguem atingir seus objetivos? Muito provavelmente porque estabelecem objetivos de forma equivocada, incompleta, não conseguindo, assim, transformá-los em metas gerenciáveis. Vamos a alguns exemplos abaixo.

São bons exemplos para o que queremos demonstrar, objetivos inespecíficos e muito generalizados, do tipo: “eu quero ser rico”, “quero ser feliz”, “quero ficar em paz”; ou que dependam da iniciativa e controle de agentes externos, como: “só vou ter tranquilidade se ele/ela parar de fazer isto”, “eu quero que ele/ela me faça feliz”,



“quando ele/ela mudar, eu poderei ser o que eu quero”.

Objetivos bem formulados carecem de informações específicas e necessitam estar 100% no nosso controle.

Outra dificuldade típica na formulação de objetivos é colocá-los num futuro muito distante. Inúmeras pessoas condicionam felicidade e satisfação com: “quando eu tiver a casa ideal, a família ideal, a quantidade de dinheiro ideal, a condição ideal”.

É bom ter a consciência de que quando você escolhe ser feliz e se realizar amanhã, você acabou de fazer uma outra escolha: a de não se realizar e ser feliz hoje.

Lembre-se também que a única coisa que você tem para administrar na vida é seu “presente precioso”. Passado e futuro não estão no nosso controle.

Sonhar em desempenhar bem um determinado papel e ter um resultado extraordinário também não basta. Você precisa de um meio para chegar lá, e precisa saber como caminhar por essa trilha. O primeiro passo é estabelecer um objetivo de alta performance, para que a partir dele, possamos traçar planos de ação e metas gerenciáveis.

O desenvolvimento de um plano realístico, exequível, é a principal diferença entre sonhadores ociosos e realizadores visionários.

Estabelecer objetivos de alta performance é o primeiro passo. Ao estabelecer um objetivo claro, específico, com riqueza de detalhes, nós damos a direção para o funcionamento automático da mente inconsciente, que é em si mesma a norteadora dos

processos de mudanças.

Um carpinteiro não pode escolher as ferramentas que necessita antes de saber o que deseja construir. Muitas pessoas seguem tropeçando num frenesi de atividades improdutivas porque não são capazes de diferenciar sonhos de metas.

Tão importante quanto saber o que quer com detalhes, é ter a certeza de que o que você quer seja muito relevante e faça total sentido para



você. Que o simples fato de imaginar a concretização do objetivo, isso já seja motivo de satisfação imensurável para você. Que você vibre na frequência do resultado almejado.

As condições básicas para uma boa formulação de objetivos de alta performance, que nortearão seus planos de ação, devem conter as características abaixo:



Ser expresso em termos positivos e mensuráveis.

Deve poder ser iniciado e controlado até o fim pela própria pessoa (você).

Possuir evidências sensoriais específicas e riqueza de detalhes.

Estar bem contextualizado no tempo. Ser ecológico, considerando todos os envolvidos.

Testável na experiência da pessoa, isto é, dentro do poder da pessoa de realizá-lo.

Ajudar a si próprio e aos seus próximos mais próximos, a construir objetivos de alta performance é um presente inestimável que você proporciona a eles.

Então, mãos à obra. Trace seus objetivos de alta performance, ajude aos seus e haja de acordo à alcançá-los.

Um excelente 2021!



CLASSIFIQUE ESSA MATÉRIA

REGULAR

BOA

ÓTIMA



Barbeiro Nômade

A Barbearia que vai até você
WORK HARD



Barbeiro
Nômade

A Barbearia que
vai até você

SAIBA MAIS

LEILA
Navarro

BÔNUS



SIGA   

INSCREVA-SE 

PARTICIPE  

SAI DA Bolha

POR LEILA NAVARRO

SEJA A MUDANÇA QUE VOCÊ DESEJA



A vida não tem ensaio, é uma contínua estreia: este é um dos mantras que adotei ao longo da vida e me motiva nos 365 dias do ano. Com o início de um novo ano, muitas expectativas rondam nossos pensamentos. No início de um novo ciclo e de uma nova era, acredito que todos nós temos algo em comum: aquela vontade



de fazer diferente e fazer melhor do que fizemos. Ainda mais com toda essa ressignificação que vivemos e estamos vivendo ultimamente.

É fundamental manter esse espírito de celebração de fim de ano como uma nova chance de alcançar tudo aquilo que se deseja prosperar e para isto, é preciso estar antenado às constantes transformações pessoais, profissionais e sociais que estão por vir. O 5G está chegando com tudo!

Então, minha dica para você que quer emancipar em 2021 e iniciar o ano com força total é: não resista às mudanças. Se entregue a elas e siga em frente! Ainda não se reinventou? Ainda não aprendeu

a decidir com mais agilidade? Abrace a diversidade! Não seja reativo, mas sim criativo diante às oportunidades.

Ressignificar os desafios, dar novo sentido as ocorrências da vida e, se necessário, abandonar determinadas ideias e paradigmas. Acredito que durante esse período, tivemos tempo para eliminar os excessos de nossas bagagens. Quando descobrimos que certas coisas não fazem mais sentido, faz parte do repertório viajar com menos peso. O desafio para que isso aconteça é ampliar a visão e encarar o novo como possibilidade transformadora, sem julgamentos, críticas ou comparações. Essas atitudes fazem parte da forma de quem sabe gerenciar suas escolhas para conquistar novos territórios.

“Seja a mudança que você quer no mundo”, assim dizia Dalai Lama. Mudar nem sempre é uma coisa fácil, mas nunca foi tão necessário se manter atento às mudanças ou mesmo provocá-las. Em geral as pessoas detestam mudar, no entanto, é a única coisa que nos faz progredir! E se você chegou até aqui, não se esqueça: Enquanto você está perdendo, você está no jogo. Mas quando você ganha: GAMER OVER! O jogo acabou! Ainda estamos no jogo da vida.

CLASSIFIQUE ESSA MATÉRIA

REGULAR

BOA

ÓTIMA



MATE CERTIFICADO | PRODUTO ORGÂNICO

Para nós não basta o ótimo, buscamos a excelência.

isso é
Matte!

MATE DE VERDADE
Santa Catarina - BR



@issoematteoficial



RICARDO *Bellino*

BÔNUS

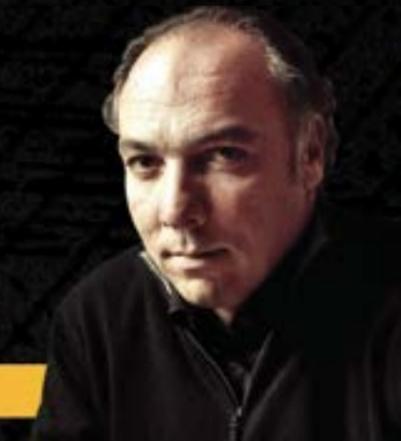


SIGA   

INSCREVA-SE 

PARTICIPE  

RICARDO *Bellino*



O ACELERADOR DE PESSOAS

Vai! E se der medo, vai com medo mesmo!

Movido por desafios, projetos, inovação, conhecimento. Um apaixonado por desenvolver ideias, estimular e acelerar pessoas. Um obstinado nato. Visionário. Audacioso. Corajoso. Ambicioso na medida certa. Humildade é o seu princípio e ser feliz a sua prioridade. Empreendedor Serial é como o próprio se denomina. Foi o responsável

de um novo sócio” e dirige a Escola da Vida, que vem a ser o seu negócio prioritário do momento.

Bellino é um gigante do empreendedorismo. Um dos nomes de maior relevância do meio no Brasil e exterior. Não foi por acaso que se tornou o empresário, palestrante, escritor e mentor de sucesso. Também não foi do dia para noite que tudo aconteceu e



por trazer ao Brasil a Elite Models, agência de modelos fundada pelo ilustre americano John Casablancas. Foi sócio do icônico Donald Trump, na época o homem que dominava o setor imobiliário dos EUA e, hoje, ex-presidente do país. Este é Ricardo Bellino, 55 anos, nascido em Petrópolis, região serrana do Rio de Janeiro. Atualmente, apresenta em seu canal do youtube a série “Em busca

Ricardo chegou ao topo. Sua trajetória dá um livro com muitos capítulos e histórias inspiradoras. Uma jornada que teve início quando criança. Sim, porque foi aos nove anos que o carioca começou a mostrar que o sangue empreendedor já corria na veia e proatividade era o seu sobrenome.

“Desde muito jovem eu tinha um ímpeto

por fazer as coisas acontecerem. Aos nove anos, montei uma banca de revista no térreo do meu prédio para vender os gibis usados. Produzi um filme. Fiz o jornal comunitário na escola”, lembrou.

Inquieto, Ricardo não parou e transformou a sua fase adolescente em um período fértil de oportunidades através de suas próprias experiências. Persistente, Bellino superou frustrações e achou a passagem secreta que garantiu as primeiras conquistas.

“Eu sempre tive iniciativa, um impulso



para produzir algo que pudesse monetizar e alcançar minha independência financeira. Encontrei obstáculos. Gerenciei conflitos internos, venci minhas crenças limitantes”, disse.

O percurso foi longo e, muitas vezes, tortuoso. No entanto, se apropriando literalmente da máxima “fez do limão uma limonada”, Bellino ganhou visibilidade e começou a escrever a história da sua vida. Do sonoro “não” da garota mais bonita da festa ao DJ mais cool dos eventos e dono de si.

“Essa objeção do não me fez aproximar do DJ e dos organizadores dos eventos. Meu carisma abriu portas. Em pouco tempo eu já estava atuando como DJ. Foi, então, que comecei a me perceber empreendedor da minha própria vida e limitações. Passei a criar as temáticas, a produzir e vender camisetas nas festas. Rapidamente, comecei a ganhar mais dinheiro vendendo as camisetas do que como o DJ”, contou.

Pensar grande sempre foi seu lema. Determinado, Bellino desde cedo sabia onde queria chegar e confiava em seu potencial.

RICARDO
Bellino

O ACELERADOR DE PESSOAS

Seguiu trilhando seu caminho. Foi sucesso em vendas de camisetas desenvolvidas para os fãs de Nelson Piquet no autódromo de Jacarepaguá (RJ), desenvolveu camisa para campanha “Diretas Já”, realizou o seu primeiro grande evento, patrocinado por famosa marca na época e apoiado por uma grande rádio. Mas, nem tudo foram só flores, é verdade. Como em um exercício, com erros e acertos, também esbarrou em pedras, tomou prejuízo, pediu socorro financeiro ao fundo familiar. Com os tombos, aprendeu a ser resiliente. E, certo do seu propósito nessa jornada da vida, com ousadia e atitude continuou a passos firmes

até que se deparou com um novo cenário diante dos seus olhos, que, mais à frente se tornaria o divisor de água em sua carreira empreendedora.

“Foi nesse contexto, na busca de um novo caminho, da continuidade da minha trajetória empreendedora que eu encontrei, casualmente, na casa de um amigo fotógrafo, uma revista que contava a história da Elite Models. Passei, então, a sonhar com aquele conto de fadas de poder me tornar sócio da maior agência de modelos do mundo, com aquele que era o maior agente de modelos do mundo, o John Casablancas”, revelou.

Bellino sonhou, visualizou e se projetou naquela realidade. Só não tinha noção ainda como conseguiria chegar ao objetivo uma vez que não falava inglês, não tinha dinheiro e não conhecia ninguém do mundo da moda. O desafio, mais uma vez, batendo à porta de Ricardo. Ele abriu, deixou entrar e foi para cima. Morando em São Paulo, assumiu a função como courier no serviço postal de entregas rápidas da multinacional DHL. E, entre idas e vindas do trabalho, conseguiu conciliar sua estadia em Nova Iorque e agendou um encontro com o John Casablancas. Desistir é uma palavra desconhecida em seu vocabulário.

“Foi uma busca de mais de um ano. Mas,

driblando as adversidades e depois de várias tentativas consegui chegar do outro lado do Atlântico e ficar de frente com ele. Foi tão produtiva a conversa que já voltei ao Brasil com a missão de conseguir recursos para financiar o projeto”, falou.

Depois de muita corrida e negativas, encontrou um sócio (Nelson Alvarenga, da Ellus) e trouxe a Elite Models para o Brasil. Um marco para aquele jovem de apenas 21 anos. Despertava e aflorava ali o seu protagonismo para o mundo dos negócios. Ficou à frente da agência por anos, revelou e ajudou a decolar a carreira de estrelas da moda como Gisele Bündchen e Fernanda Tavares.

Incansável, já ansiava por novas descobertas, novos prazeres. Amante da vida e das relações humanas, Ricardo é o tipo de indivíduo que para ele mais vale a realização pessoal do que ganhos financeiros.



“Sou o tipo que acredita em papai noel no sentido mais amplo do espírito, da generosidade, da alegria. Que acredita na sutileza de uma história e que se possa fazer algo maior, que toque, emocione e inspire pessoas”, salientou.

Aos 29 anos, entendeu que era chegada a hora de viver uma nova fase e foi empreender no social. Desenvolveu a campanha contra o câncer de mama e, mais uma vez, teve o prazer de ver os frutos desta nova empreitada.

“Tenho a felicidade de dizer que vendemos mais de 14 milhões de camisetas no Brasil. Impactamos positivamente a vida de muitas mulheres e criamos uma nova consciência para o que é o autoexame, o empoderamento feminino, do seu corpo, da sua saúde, da sua vida”, avaliou orgulhoso. “Até hoje a camisa da campanha ainda pode ser vista em muitas

RICARDO
Bellino

O ACELERADOR DE PESSOAS

mulheres”, concluiu.

Tempos passaram. No decorrer, outras experiências, aprendizados, lições, networking próspero e estabelecido. Adepto da teoria de que se está com medo vai com medo mesmo, Bellino, ousou e, novamente, atravessou o Atlântico. A missão dessa vez era com um outro gigante. Para muitos, uma árdua e desafiadora tarefa. Talvez, a maior de todas. Mas, impossível é apenas aquilo que nenhum outro homem teve coragem de tentar fazer. Ele foi e fez. O que ele fez? Aos 38 anos, tornou-se sócio do célebre Donald Trump, então magnata da área imobiliária

americana, o rei de Nova Iorque nas palavras de Bellino. A pergunta que muitos fizeram para entender tal proeza foi, certamente: como conseguiu?

“Cheguei ao escritório dele e o encontrei com o humor completamente alterado. Sem nem se levantar para me cumprimentar, ele disse direto e reto que eu tinha apenas três minutos para falar, pois depois precisava ficar livre para tocar sua agenda do dia. Naquele momento, eu tinha duas opções: ficar paralisado como a maioria ou quebrar essa objeção”, contou Bellino, deixando Trump surpreso com tal atitude diante das circunstâncias. “Ele não só não declinou, como me fez uma ótima apresentação nos três minutos. É surpreendente o que uma pessoa pode fazer com um prazo”, frisou Donald.

Diante de tal situação, Bellino vestiu o manto da coragem, adotou uma sábia postura e foi para cima.

“Eu entendi que na vida mais importante do que ter sempre uma resposta certa para você dar a uma pergunta, é saber fazer as perguntas certas para desconstruir esse estado mental. Então, fiz um elenco de perguntas sobre o conhecimento dele sobre a indústria do luxo no Brasil, se conhecia as estatísticas das Ferraris vendidas por aqui, se

sabia o número de helicópteros em São Paulo que é o número um do mundo, de helicópteros e jatos privados que é o segunda maior em quantidade de frotas do mundo. Enfim, falei sobre as vendas de Louis Vuitton e todas as marcas mais importantes. Como ele não sabia a respeito de nada, também fui dando as respostas. Ao final, eu disse: acho que a marca Trump tem no Brasil um ambiente favorável frente a esse perfil de consumo compulsivo do brasileiro e da sua atração a grandes nomes de luxo”, detalhou.

Sim, foram três minutos para Bellino mostrar seu poder de persuasão, cair nas graças de Donald e selar com autoridade o negócio entre as partes.



“Quando terminei de falar isso ele abriu um sorriso e disse que eu tinha realmente entendido o que era o jeito Trump de pensar. Pediu para as pessoas que estavam na sala irem embora e me chamou para conversar. Ficamos mais de uma hora, apertamos a mão, tiramos uma foto sem ainda ter discutido detalhes do negócio. Chamou seu advogado para que eu fosse para uma sala de reunião e não saísse de lá sem o acordo assinado. 24 horas depois, assinei um contrato com ele que veio a ser o primeiro acordo de parceria fora dos Estados Unidos em licenciamento. Depois, em menos de três meses tínhamos constituído um fundo, com mais de 100 milhões de dólares em valor naquela ocasião”, relatou.

RICARDO
Bellino

O ACELERADOR DE PESSOAS

A parceria entre o brasileiro e o norte-americano rendeu o livro “3 Minutos Para o Sucesso – Como vender sua ideia como um verdadeiro aprendiz” que foi publicado em mais de 13 países e em três idiomas. Bellino ainda foi mencionado no livro “Think Like a Billionaire”, de Donald Trump.

Com um retrospecto de projetos incríveis e bem sucedidos, o eterno jovem empreendedor, aprendiz, como diz o próprio Bellino, ainda tinha sonhos e muita lenha para queimar. Tinha com ele a paixão e a missão de desenvolver o empreendedorismo no Brasil, de ampliar os horizontes e o campo de visão das pessoas para construir uma realidade positiva em suas vidas. Seu desejo era poder compartilhar suas histórias, os



percalços e ensinar na prática as lições sobre negócios, mas também uma nova perspectiva de mundo.

“Eu entendi que a educação pode salvar vidas. Foi aí que eu decidi começar a construir o primeiro tijolo do meu grande projeto de vida que é hoje a Escola da Vida, que nasceu

das minhas experiências, aprendizados e lições”, pontuou.

Criada em 2017, no norte da Itália, na Comune Di Bellino, a Escola da Vida vai além de rentabilidade propriamente dito. A Escola da Vida é legado, propósito, transformação.

“É um processo de desenvolver pessoas, a capacidade de elas acreditarem no impossível, de não aceitarem os não que a vida nos dá todos os dias e empreender com alegria. Encontrar, na minha opinião, o grande objetivo que se chama felicidade”, disse.

Para Bellino, a felicidade é a grande razão de tudo e precede ao sucesso. De acordo com Ricardo, felicidade é a causa, não é a consequência. É que motivado pela sua felicidade você é capaz de conquistar aquilo que quiser.



“Eu quero continuar construindo um muro que não limita, mas que permita que as pessoas possam escalar cada vez mais alto os seus sonhos, que protege, que blinda as pessoas a partir de uma mentalidade correta, de uma visão de mundo, das relações entre as pessoas, que o amor pode conectar realmente como o aplicativo mais eficiente do mundo. Rede social é a relação entre as pessoas, é a integração delas, é o contato, é o se dar entre as pessoas”, revelou.

Não é à toa que felicidade vem antes de sucesso no dicionário e que o grande barato da vida é o impacto positivo que você causa no seu entorno, os valores que você perpetua.

RICARDO
Bellino

O ACELERADOR DE PESSOAS

“Sempre digo que a felicidade só se torna plena quando consegue responder para você mesmo se a sua vida e seus exemplos promoveram felicidade na vida de outras pessoas. Se essa resposta não estiver na ponta da sua língua e você puder visualizar a quem você está transformando e a quem você está trazendo felicidade, é hora de pegar um papel em branco e começar a reescrever do zero a biografia da sua vida”, ressaltou.

O sentido de felicidade é tão forte para Bellino que ele define o seu sucesso como consequência desse sentimento, desse estado de emoção e conexão com o ser feliz, ainda que os dias não sejam só de calma e vitórias.

“Quando entendi que eu tinha que colocar a minha felicidade em primeiro lugar, encontrei o sucesso muitas vezes. E a tristeza faz parte desse processo, dos desencontros, dos negócios mal sucedidos, tudo isso serve sempre como aprendizado, como amadurecimento como pessoa, como homem, pai e líder dos meus projetos. Mas eu nunca perco de perspectiva que a felicidade é um processo que tem que ser levado muito a sério”, falou.

Não por acaso, Havard, uma das mais bem sucedidas e prestigiadas escola de gestão do mundo, tem o seu curso mais popular chamado “Happyness”.

“Você pode sim aprender a ser feliz. A ciência atesta isso. Precisamos ter atenção porque, às vezes, a lei da sincronicidade tem um papel muito forte na nossa vida”, afirmou.

Caminhando para o lado da metodologia, a Escola da Vida, baseada em programas de aceleração de pessoas e não apenas de projetos e negócios, se apresenta com método próprio e diferenciado.

“Em 100 dias eu tenho um ciclo que adoto para os meus negócios. Em 100 dias eu estabeleço uma relação em que eu avalio, identifico possibilidades, sinergias e valido a operação. Em 100 dias eu sei dizer se estou no caminho certo ou errado. Então, ou eu continuo ou eu paro e mudo o meu rumo, reavalio minha

rota e sigo em frente”, explicou.

E dá a dica das características necessárias para se tornar um seu futuro parceiro de negócio.

“A primeira coisa que observo em um empreendedor quando olho ou escuto uma proposta é a sua atitude, como se comporta em relação a sua vida, quais são seus princípios morais e éticos, seus valores, quanto está disposto a sacrificar o seu status quo, a sair da zona de conforto e ir pra zona de confronto, como lida com as objeções, com as frustrações, com os fracassos que teve e como deu a volta por cima”, analisou.

A tranquilidade com que Bellino trata o tema empreendedorismo faz parecer que tudo é fácil e que ele sempre encontrou cenários prósperos para lançar no mercado um novo projeto. Ledo engano.

“Confesso que não me lembro de ter empreendido em um momento de paz. E digo que crises sempre foram impulsionadoras das oportunidades que eu abracei e desenvolvi. O que é importante acontecer é uma mudança de mentalidade nas pessoas. O momento ideal para empreender não existe, é utópico. Você precisa se atrever, correr os riscos inerentes e saber que vai cair muitas vezes antes de conseguir andar, caminhar, correr com seu projeto”, relatou.

Com o país vivendo um caos por conta da pandemia do Corona Vírus, muitas mudanças foram imputadas na rotina das pessoas, sejam elas pessoais ou profissionais.

“É hora de encarar as adversidades como oportunidades para reavaliarmos, repensarmos o nosso modelo, nossas atitudes, qualificações, habilidades. Entender que o mundo desafia a nossa existência diariamente e cada vez mais rápido. Precisamos estar sempre alertas, atentos, conscientes e com a curiosidade aguçada para o aperfeiçoamento”, pontuou.

Em meio a muitas dúvidas que rondam as pessoas por conta de um futuro próximo ainda incerto perante o que se vive hoje de forma global, Bellino aparenta confiança e aposta no Brasil para empreender. A hora certa é a hora que você decide.

“O mito de que o Brasil é um ambiente

RICARDO
Bellino

O ACELERADOR DE PESSOAS

adverso para empreender é somente a desculpa de quem vive no coitadismo para justificar o porquê não tem a coragem de tirar as ideias da cabeça, os seus sonhos de dentro do seu coração e empreender correndo o risco de dar errado, mas assumindo também a possibilidade da sua ideia dar certo.

Para Bellino, a grande lição para o momento é olhar para o horizonte e se enxergar lá do outro lado.

“Quando você se visualiza do outro lado você não dá espaço para o medo, para os questionamentos. Você, simplesmente, faz a trajetória”, finalizou.

Ricardo Bellino é autor de mais de 12 livros



publicados em mais de 10 países e, em breve, lançará o seu documentário “O Acelerador de Pessoas”. A mensagem que percorre todo o filme está centrada na Escola da Vida, sua metodologia inovadora e sua capacidade de realmente despertar em cada um o seu mais poderoso potencial, não apenas como empreendedor, mas principalmente como ser humano.

CLASSIFIQUE ESSA MATÉRIA

REGULAR

BOA

ÓTIMA



CM
consultoria masculina

SAIBA MAIS

AGÊNCIA
fiusa

SAIBA MAIS

BRENO
Paquetalet

BÔNUS



SIGA



INSCREVA-SE



PARTICIPE



NEGOCIAÇÃO *estratégica*

POR BRENO PAQUELET



IMPORTÂNCIA DA PREPARAÇÃO NA NEGOCIAÇÃO

Quando pensam na negociação, muitas pessoas consideram apenas os movimentos realizados na mesa de negociação, mas não percebem que ela começa muito antes dos envolvidos efetivamente se encontrarem. 62% dos brasileiros negociam sem se preparar, confiando apenas em sua intuição, capacidade de improviso para buscar satisfazer seus interesses.

Mesmo quando se preparam, realizam uma preparação simplista, em que definem um valor alvo (aspiração na negociação), estabelecem um valor mínimo (seu limite absoluto) e decidem fazer concessões controladas entre esses dois pontos.

O problema dessa preparação, é que ela em acaba gerando 4 resultados possíveis – sendo que em todos eles, alguém sai insatisfeito.

1º: Consegue obter muito e o “adversário” pouco – resultado típico quando há muita



diferença de poder entre as partes. A obtenção de um resultado na força, acaba deteriorando o relacionamento no longo prazo (o que é ruim



para relações comerciais de longo prazo).

2º: Fecham negócio no “meio-termo” (“nem você nem eu”). Situação comum quando os poderes são equilibrados ou quando entendem que é preciso preservar o relacionamento. Essa abordagem pode até ser justa, mas não é inteligente, já que ambos atendem apenas uma parte de seus interesses e ficam frustrados.

3º: Abrem mão de seus interesses e acabam ficando com pouco e o “adversário” com muito. Ocorre quando o negociador detém menos poder ou informações e se vê obrigado a ceder demais, fechando um acordo “melhor que nada”.

4º Impasse – não fecham negócio. As demandas rígidas de cada negociador parecem incompatíveis e ninguém aceita ceder mais do que o estabelecido antes da negociação. Ambos saem frustrados, mas acreditando que “fizeram o que dava”.

O caminho para quebrar esse ciclo e buscar resultados mutuamente satisfatórios, criando valor na negociação, passa pela preparação.

O ato de se preparar, amplia a visão sobre o cenário e torna o diálogo mais produtivo – o que possibilita que os principais interesses de ambos os negociadores sejam atendidos.

A preparação eficaz envolve 3 aspectos fundamentais:

Mapeamento das PARTES:

Contemplar todos que, de alguma forma, podem influenciar ou ser influenciados por esse acordo, evitando a visão estreita de que as únicas partes envolvidas na negociação são



as que estão “sentadas à mesa” negociando. A simples inclusão de um terceiro interessado pode ser a peça que faltava para montar o quebra-cabeças ou a identificação de um fornecedor adicional pode ser a alternativa que você precisava para ser mais independente do seu interlocutor.

Identificação dos INTERESSES:

As demandas das partes apenas refletem a forma como acreditam que conseguirão o que querem, mas escondem os reais interesses que estão por trás delas. Esses interesses podem ser tangíveis (como preço, prazo ou percentual de participação) ou intangíveis (como respeito, reconhecimento ou justiça). Entendidos quais são, é preciso priorizá-los entre essenciais, importantes ou desejáveis. Assim é possível colocar mais energia para incluir no acordo os

NEGOCIAÇÃO *estratégica*

POR BRENO PAQUELET



IMPORTÂNCIA DA PREPARAÇÃO NA NEGOCIAÇÃO

itens essenciais e importantes para ambas as partes (o que facilita o fechamento e garante sua implementação).

Análise das ALTERNATIVAS:

Considerar o que fariam se o acordo não fosse possível. Os negociadores muitas vezes estão tão inseridos no acordo, que deixam de pensar que haveria outras possibilidades fora do acordo e que não são necessariamente dependentes dele. Ter boas alternativas é a real fonte de poder na negociação e permitem que negociem com tranquilidade.

Ter uma visão estratégica da negociação, refletindo por algum tempo (nem que sejam 10 minutos) sobre esses 3 aspectos fundamentais, e fazendo movimentos fora da mesa de negociação para que ela seja reconfigurada de forma mais vantajosa, permite acordos mais completos, que aproveitem sinergias das partes e atendam as reais necessidades de todos os envolvidos – além de dar a clareza de que pode ser preciso abrir mão de alguns itens meramente desejáveis, para costurar acordos vantajosos – ao invés de inviabilizá-los por ego, ao não ter TODAS as suas vontades atendidas.



CLASSIFIQUE ESSA MATÉRIA

REGULAR

BOA

ÓTIMA

RENATO *Fiochi*

BÔNUS



SIGA   

INSCREVA-SE 

PARTICIPE  

GESTÃO & RH

POR RENATO FIOCHI

2021 E AS PERSPECTIVAS PARA O SETOR DE EVENTOS



2020 chegou ao fim e com ele ainda as incertezas em relação a vacina e neste momento uma segunda onda do COVID-19 nos assusta ainda mais.

Estamos vivendo algo que não poderíamos prever e quando a economia dá sinais de uma retomada, a notícia de que na Europa a segunda onda já chegou nos assusta de uma maneira que ficamos sem rumo pensando em como novamente poderemos nos reinventar e conseguir manter os negócios e ações em alta.

Dado esse cenário e acreditando como sempre que o brasileiro tem o poder de se adaptar rapidamente a qualquer situação ficamos na expectativa que possamos passar mais uma vez por este problema que perdurou por todo ano.

Os negócios não pararam e as novas tecnologias que vieram para nos auxiliar neste momento trouxeram novas formas de se trabalhar e de termos resultados perante nossos clientes.

Acredito que a pandemia nos ensinou que não é preciso estar fisicamente perto para termos resultados seja dentro ou fora da organização. Saber que podemos ter um maior controle do nosso tempo de trabalho, mesmo que este novo formato esteja nos trazendo muito mais demandas e com expectativas de resultados ainda mais rápidos. As organizações estão a cada dia sendo mais cobradas por resultados rápidos e isso impacta diretamente seus colaboradores e líderes que precisam acelerar os processos para essa entrega de resultados rápidos.

O que podemos pensar dos líderes nesse momento em que a união e compaixão são palavras chave e que precisamos olhar os colaboradores de uma forma diferente. Entender quais são os problemas que cada

um está passando, para pensar nas ações que devemos tomar dentro da organização.

Vivemos novos tempos e precisamos nos adaptar e cuidar mais do próximo.

Os últimos meses consolidaram o formato de eventos híbridos mostrando que os eventos nesse formato vieram para ficar pois é possível trazer qualquer profissional independente da distância para colocar sua visão e pensamentos dentro de qualquer evento.

Para o público a facilidade de poder interagir, e assistir a qualquer momento conteúdos de primeira linha e com a vantagem de poder estar dentro de sua casa ou escritório.

Então chegamos à conclusão que a tecnologia enfim virou aliada e que novos tempos irão chegar e a pandemia nos trouxe ferramentas e ações mais conclusivas para a evolução e adaptação dos negócios.

Boa leitura



CLASSIFIQUE ESSA MATÉRIA

REGULAR BOA ÓTIMA

MARCELO

Baratella

BÔNUS



SIGA   
INSCREVA-SE 
PARTICIPE  



BORA BATER

meta

POR MARCELO BARATELLA

VENDEDORISMO: COMO SER UM VENDEDOR EMPREENDEDOR



Estamos em uma nova era nas vendas, em que vendedores devem pensar e agir de forma cada vez mais estratégica para alcançar melhores resultados...

Você vendedor, está satisfeito com as condições do seu trabalho? As atividades que você faz, os seus horários, o quanto recebe no fim do mês. Não?! Muitas pessoas pensam da mesma forma e acreditam que a saída é pedir demissão e abrir o próprio negócio.

E se eu te disser que você não precisa ter um CNPJ para empreender? Essa é uma prática que nomeei de vendedorismo, é quando o vendedor empreende no CNPJ do seu empregador.

Pare para pensar, você não precisa pagar impostos, funcionários, aluguel, não

tem custo fixo, recebe salário e muitas vezes a sua margem de lucro é maior que a do dono da empresa, ou seja, você tem possibilidades que não está aproveitando.

Sabe o que está faltando em você? Está faltando você ser empreendedor do



seu próprio negócio. Entender que, você é o seu financeiro, marketing e RH, e que precisa trabalhar para você, com foco nos seus resultados, mas dentro de uma organização.

Você tem que ter visão de empreendedor. O empreendedor é a pessoa que empreende desenvolvendo ou transformando negócios. Então, você

precisa adotar essa nova postura na sua vida.



BORA BATER *meta*

POR MARCELO BARATELLA

VENDEDORISMO: COMO SER UM VENDEDOR EMPREENDEDOR



Quer saber como está a sua performance em vendas?

Criei uma ferramenta de diagnóstico chamada Vendedômetro, que irá medir a sua atual temperatura e descobrir quais são os itens que hoje são críticos para as suas vendas e devem ser trabalhados imediatamente para melhoria contínua.

Para fazer o download desse material acesse <http://protagonistasdobrasil.com.br/revista>



Agora você deve estar pensando: “O meu chefe nunca irá me permitir agir dessa forma”. Acredite ele vai! Os maiores empresários do mundo inclusive, já incentivam essa autonomia por parte dos funcionários, porque quando você adquire essa visão de dono, começa a trabalhar melhor e alcança resultados mais expressivos.

Hoje, o vendedor que não trabalha sendo dono do seu negócio vai ficando para trás. Então, a partir de agora coloque na sua cabeça: “Eu serei um vendedor empreendedor e ninguém vai me segurar”.

CLASSIFIQUE ESSA MATÉRIA

REGULAR

BOA

ÓTIMA



SAIBA MAIS

LILIAN
Cidreira

BÔNUS



SIGA   

INSCREVA-SE 

PARTICIPE  



CARREIRA & *inovação*

POR LILIAN CIDREIRA



5 ATITUDES QUE LEVAM VOCÊ A INOVAR E SER PROMOVIDO

Passamos 2020 em um movimento de contração. Com tudo que aconteceu, muitas pessoas acreditaram que todas as empresas passaram por problemas financeiros e, conseqüentemente, nenhuma pessoa seria capaz de implementar novos projetos ou ser promovido.



Só que se de um lado vimos empresas congelando seus orçamentos, do outro lado também tivemos cases de empresas que se mantiveram iguais ou que cresceram em 2020. Mas o mais curioso é que, em todas elas, tiveram projetos que continuaram acontecendo, assim tiveram

funcionários promovidos.

Mas se isso aconteceu, o que eles fizeram de diferente? São sobre essas atitudes que falaremos agora.

Investigue as oportunidades de melhoria As empresas precisam se reinventar e isso está cada dia mais claro. Mesmo as empresas mais tradicionais estão tentando descobrir o que fazer para se manter competitiva daqui para frente.

E essa reinvenção é a sucessão de pequenas inovações que cada setor precisa aplicar para gerar resultados em maior escala no futuro. Sendo assim, dedique um tempo para descobrir quais projetos, processos ou procedimentos precisam ser melhorados.

Não espere um orçamento para o seu projeto sair do papel

Inovar é ter a capacidade de aplicar as melhorias propostas de forma simples, que gere retorno e atenda a necessidade.

Inovações utilizando os recursos existentes tendem a gerar resultados mais positivos porque você não precisa de aprovação de uma verba e também, por ser usado ferramentas internas, os envolvidos se tornam mais abertos à mudança.

Dedique um tempo para conhecer outras áreas Profissionais que inovam e são promovidos têm visão holística apurada, ou seja, conseguem enxergar os pontos de contato entre as áreas e o resultado é o entendimento de quais ações precisam ser prioritárias para gerar resultados para a empresa como um todo.

Este olhar só consegue ser desenvolvido quando você dedica um tempo para



conversar com todas as áreas e entender todos os desafios que cada um vive para gerar os resultados.

Estudar é uma necessidade infinita

Em algum momento nos disseram que depois da graduação, conseguiríamos um emprego e era só aplicar o que aprendemos. A questão é que o mundo está cada vez mais dinâmico e, para ser promovido, é fundamental ter uma mentalidade de aprendizagem ativa.

CARREIRA & inovação

POR LILIAN CIDREIRA

3 ATITUDES QUE LEVAM VOCÊ A INOVAR E SER PROMOVIDO



Aprendizagem ativa é constantemente se capacitar sobre tendências e conhecimentos que podem ampliar a sua visão para além da sua área de atuação.

Exercite sua criatividade para inovar

Criatividade é a capacidade de gerar novas ideias e inovar é usar essas ideias de forma que gerem valor para a empresa.

Para gerar novas ideias, seu cérebro precisa aumentar o repertório e este é construído pela prática constante de aquisição de novos conhecimentos. Esse repertório pode ser aprender a cantar, dançar, tocar um instrumento, conhecer uma nova cultura ou fazer algo que desafie o seu cérebro.

Então fica aqui a pergunta: o que você fará a partir de agora para inovar e ser promovido?



CLASSIFIQUE ESSA MATÉRIA

REGULAR

BOA

ÓTIMA



MOBILIDADE AÉREA COMO VOCÊ SEMPRE IMAGINOU

Viaje do seu jeito.
Junte-se aos outros
membros da Flapper em
um voo compartilhado ou
frete umas da 450+
aeronaves disponíveis em
nosso marketplace online.



www.flyflapper.com

Contatos: support@flapper.aero
(11) 4052-3710

Flapper
A Sua Nova Primeira Classe

Entrevista

IMÓVEIS NO EXTERIOR PARA BRASILEIROS



ligação forte com o universo imobiliário por conta da minha família.

2 – Houve alguma dificuldade na abertura desse novo negócio?

A maior dificuldade foi gerar um engajamento internacional, pois é um negócio que nasce já com operação de, no mínimo, em dois locais. Hoje, a gente tem operação em 26 locais e em oito países. Então, fazer o engajamento de venda nesses locais é importante, sem dúvida, pois é essencial fazer com que a equipe que está no domicílio do comprador também fale a mesma língua e atue em conjunto e na mesma direção. Acho que esse é o principal esforço e ainda será.

3 – Como foi introduzir esse mercado de imóveis internacionais em um país em desenvolvimento como o Brasil?

Trazer o mundo dos imóveis para o Brasil e a oportunidade de o brasileiro comprar um imóvel, em qualquer lugar do mundo, sem sair da sua casa foi na verdade uma grande oportunidade, pois ninguém fazia ou faz de forma profissional e estruturada.

Confesso que a quantidade de barreiras que existem nesse mercado é grande e até mesmo assustadora. Contudo, quando percebemos que o brasileiro de fato tinha potencial para esse tipo de compra e ninguém estava ofertando isso, vimos como algo bom, pois o brasileiro é um povo trabalhador e ávido por novidades. É um público-alvo excelente para a compra

de imóveis internacionais.

4 – Em relação à venda internacional, há uma procura maior por imóveis residenciais ou comerciais?

Nós nascemos vendendo “Second Home” e ainda é muito do nosso DNA, que são os imóveis residenciais. Porém, para os investidores, os imóveis comerciais aparecem como uma boa oportunidade, por mais que apareçam com menor frequência, mas são oportunidades.

O mais importante é que comercializamos os dois como investimentos, além de ofertar imóveis para diversão e moradia, quando falamos de imóveis residenciais.

5 – Como poderia definir o perfil do brasileiro que investe em imóveis em outros continentes?

Nós segmentamos nossos compradores em três grandes públicos. Vendemos imóveis para viver, investir ou se divertir.

Quando falamos de “viver”, são pessoas que estão em busca de um novo destino para morar. Já para diversão, que é a parte mais interessante do nosso portfólio, falamos de “Second Home”, como casa de campo ou de praia, com um destino diferente de onde a pessoa realmente mora, que vai a outro local para se divertir com a família e com os amigos. E, quando falamos de investimento, é a respeito da busca de rentabilidade ou valorização.

Existe uma intersecção muito grande em diversão e investimento. Tem um volume grande de pessoas que compram os imóveis para utilizarem nas férias e, por isso, são imóveis de diversão, mas que passam um bom tempo sendo alugados e ‘acabam’ sendo também um investimento.

Não existe um perfil definitivo, pois há objetivos diferentes. O consumidor, hoje, pode ser jovem e sênior. Contudo, quando é para investimento, existe a característica de pessoas com idade entre 40 a 60, que buscam tranquilidade com a família.

Mas, não existe uma idade estabelecida, pois depende do destino, do imóvel e, obviamente, do intuito de cada comprador.

6 – Como foi a recepção do seu público-alvo com a novidade de empreendimento internacional?



Assim como comentei na primeira questão, sobre a experiência frustrada de comprar o imóvel internacional, buscar uma imobiliária com capacidade de atendimento é essencial. É especial que a pessoa atendida consiga compreender as informações sobre o imóvel e localização, mesmo que à distância.

Então, como nossos vendedores estão em loco, essa compra mesmo que à distância, faz com que seja o nosso diferencial, o que atrai os clientes, pois não há necessidade de se deslocar até lá.

Nós somos muito bem aceitos, porque 75% dos nossos comprados não foram até o local, já que temos inúmeros recursos que demonstram a qualidade do imóvel, do bairro, da cidade e do país, sem que o cliente se desloque até lá. Então, a recepção é bastante positiva.

7 – Quais são os países/continentes mais procurados?

Obviamente, cada país tem destinos que as pessoas procuram mais. 60% das procuras na Castaño Martorani são feitas

por brasileiros. Esse público procura em primeiro lugar por Orlando, o segundo Miami, Porto ou Portugal, já em terceiro são as cidades da Itália, em que Veneza é um dos queridinhos.

8 – Quais os benefícios de investir em imóveis internacionais?

Sem dúvidas, o grande benefício, quando falamos de financeiro, é a questão cambial, ou seja, é ter patrimônio, uma renda, ou ambos, em uma moeda forte, que não fica suscetível ao câmbio.

Existem outros benefícios que ouvimos dos nossos compradores, como a questão de ter um imóvel num destino que tem afinidade, além também da possibilidade de transformar em investimento. Ou seja, são inúmeros benefícios, como uma boa rentabilidade, valorização e proteção cambial, os quais são os principais benefícios.

9 – Atualmente, quais países são melhores para investir?

Os melhores imóveis para investir estão totalmente ligados ao objetivo de cada comprador. Temos clientes que buscam gerar receita recorrente, por exemplo.

Quando falamos de rentabilidade temos alguns destinos para apresentar, já para valorização são outros locais e, quando isso está vinculado ao uso do imóvel, temos outras variáveis que são levadas em consideração para apresentar a melhor opção.

Mas dizemos hoje que estamos bastante confortáveis em 26 locais em oito países para apresentar para compradores brasileiros e até mesmo internacionais.

10 – Você informa que é um dos pioneiros na venda de imóveis na Itália para brasileiros, como surgiu essa iniciativa?

Como definiria o mercado imobiliário nesse país?

Eu tenho uma ligação muito forte com a Itália por ser ítalo-brasileiro, minha

família veio de lá. Quando começamos esse negócio de imóveis internacionais, percebemos que, mesmo que a Itália seja um dos locais adorados por todas as pessoas, não era um destino trabalhado para investimento imobiliário. Então, decidimos fazer um estudo que, na verdade, foi provocado por uma oportunidade que chegou para nós, a partir de um consultor italiano que nos procurou para comercializar um empreendimento dele em Veneza.

Por conta dessa oportunidade, decidimos fazer um estudo na Itália inteira, e explorar outros destinos italianos que



tinham potencial para serem bons investimentos de imóveis internacionais.

Assim, nós apresentamos esses imóveis para o Brasil e também para outros países do mundo, contudo, intensificamos principalmente aqui, pois não havia interesse do brasileiro.

Os imóveis italianos são ótimas oportunidades de investimento como imóveis internacionais, especialmente para quem tem interesse de utilizar o imóvel. Pouquíssimas pessoas sabiam o

quão simples era ter um imóvel na Itália e o quanto poderia ser um ótimo investimento em rentabilidade e valorização.

11 – Por que a Castaño Martorani virou a “queridinha” dos compradores e investidores de imóveis internacionais?

São vários fatores, porém há três muito fortes. O primeiro é que nós somos apaixonados e entendidos de imóveis, nosso time entende muito de construção, design, arquitetura e localização. Toda a equipe é envolvida no mundo dos imóveis. Isso nos faz diferentes e queridos.

A segunda questão é que nossos consultores vivem nos locais que são ofertados, então, quando um comprador pretende adquirir um imóvel em Veneza, ele será atendido por alguém que entende do local, um corretor que tem propriedade para poder responder às perguntas do cliente e orientá-lo de forma assertiva.

Por último e, possivelmente, o mais importante, é que nós somos incansáveis, nós só paramos quando a necessidade do cliente é atendida, não importa o que precisa ser feito ou quanto tempo demore. Trabalhamos até a necessidade ser atendida, o que faz com que o cliente se sinta confortável em trabalhar conosco, pois ele sabe que o que for pedido será atendido.



CLASSIFIQUE ESSA MATÉRIA

REGULAR

BOA

ÓTIMA

LUIZ

Candрева



BÔNUS



SIGA   
INSCREVA-SE 
PARTICIPE  

FUTURIST

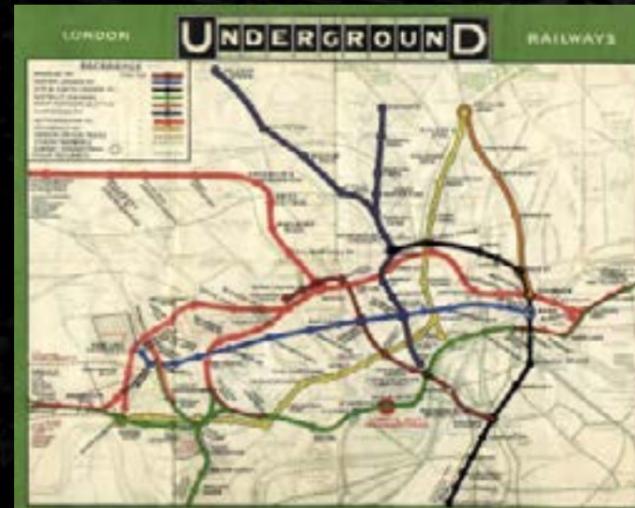
POR LUIZ CANDREVA



EXPERIÊNCIAS CRUZADAS - A HISTÓRIA DE HARRY BECK

A história de como linhas e círculos mudaram o mundo

Falar de inovação em uma era de negócios exponenciais como Facebook, Google, Microsoft e outros gigantes de tecnologia parece ser, necessariamente, obrigatório falar de startups, aplicativos, IOT, hardwares e etc.; existem, contudo, outros ótimos exemplos e, especialmente, maneiras de inovar.



Primeiro mapa do sistema de Metro de Londres. 1.908

Uma das minhas preferidas é por analogias com áreas diversas, as chamadas Experiências Cruzadas. Consiste em basicamente buscar uma prática ou experiência estranha à sua realidade (ou de seu negócio) e aplicar

o que for cabível na sua seara. Foi exatamente isso que Harry Beck fez em 1931 ao criar algo que impacta mais de 170 milhões de pessoas todos os dias.

Em 1.908 as oito ferrovias de Londres se uniram para criar a primeira rede interligada de trens subterrâneos (chamada de Underground Electric Railways Company of London, ou UERL), o que deu origem ao sistema de metrô — ou Underground, como eles chamam por lá — do mundo. Esse novo sistema precisava ser organizado em um mapa. O primeiro mapa feito (acima) foi desenhado como um mapa convencional, como se vê, era uma tremenda bagunça: levava em conta distâncias reais; mostrava rios, ruas, praças, parques e, apesar da organização por cores (comum até os dias atuais), era um mapa bastante confuso e ineficiente.

Pessoas ficavam perdidas, tinham dificuldade de usar os trens e de chegar aos seus destinos.

Eis que, em 1.931, aparece Harry Beck, um engenheiro elétrico, ex-funcionário da UERL, demitido por corte de gastos alguns anos antes, que, diante de seu profundo interesse pelos trens, criara um novo mapa.

O desenho de Beck era bastante mais simples e levava em consideração algumas regras bastante simples: linhas retilíneas, horizontais, verticais ou diagonais em precisos 45° de inclinação;

distâncias artificialmente idênticas entre as estações e conexões; color code, ou seja, identificação por cores; e uso de formas geométricas nos pontos de interesse, como estações. Seguindo essas quatro principais regras Beck criou o que se tornaria o padrão global para todos os mapas de metrô do planeta.

Beck, todavia, não inventou essas regras. O inglês, como dito, era um engenheiro elétrico, e, assim, habituado ao trabalho com circuitos e placas, estes, obrigatoriamente, organizados e distribuídos exatamente da mesma forma que o mapa exposto abaixo: formas geométricas, linhas retas, cores e simetria. Harry Beck se valeu de um modelo de organização que em nada se relacionava.



até então à cartografia para criar o padrão global de transporte de mais de 150 milhões de passageiros diários e mudar a vida de bilhões de pessoas.

O que ele percebeu no início do século passado é ainda mais importante para a era exponencial em que vivemos: focar na dor/problema essencial das pessoas é das tarefas mais importantes de qualquer empresa ou empreendedor.

Uma placa de circuitos eletrônicos. Peça essencial na inspiração para as criações de Beck

“Se valer de uma experiência ou idéia distante de sua realidade pode gerar uma inovação que mude a realidade.”

Quem está andando debaixo da

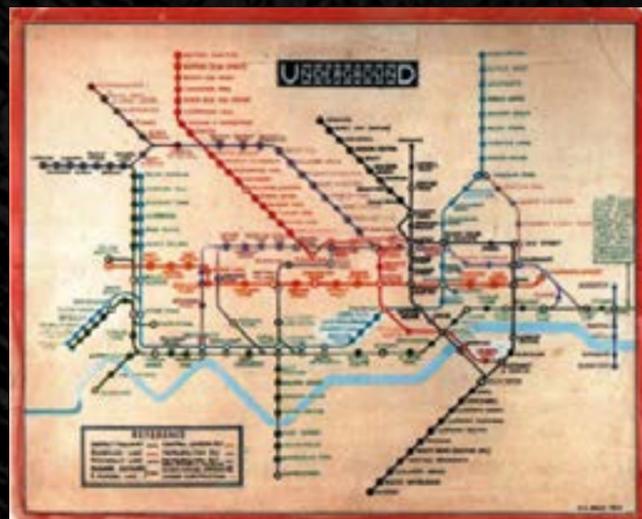
FUTURIST

POR LUIZ CANDREVA

EXPERIÊNCIAS CRUZADAS - A HISTÓRIA DE HARRY BECK



terra não quer saber se há um lago ou um rio, ou um prédio acima de suas cabeças, nem se a linha faz uma curva para direita e outra para esquerda, mas sim entender a direção que se toma, a ordem



das estações e como elas se interligam. Apenas isso!

Ao focar na dor essencial e se valer de sua experiência com circuitos e placas eletrônicas Beck revolucionou a cartografia e o modo como pessoas se localizam todos os dias ao redor do mundo.

Para isso recebeu 10 Libras Esterlinas (trazida a valor presente algo como 650 Libras, ou, aproximadamente, 3.500 Reais), e só na sua segunda tentativa, já que a primeira fora recusada pela UERL, sob a justificativa escrita de que não estavam interessados em um mapa tão “revolucionário”.

Mapa original de Harry Beck, 1.931

A insistência de Beck — e o derradeiro aceite da empresa — se mostrou muito acertada. Ainda sob olhares desconfiados



dos executivos da administradora do Underground Londrino, foram impressos 750.000 mapas e distribuídos pelas estações da cidade como um experimento. Se esgotaram em um mês e exigiram a impressão de mais 100.000 cópias a toque



de caixa.

Mesmo com pontuais mudanças nos mapas (ou diagramas) atuais, as regras e a visão de Beck estão presentes em todos os mapas de metrô do mundo até hoje e são utilizados 3,3 bilhões de vezes por ano em Tóquio, 2,4 bilhões de vezes em Moscou, 1,7 bilhões de vezes em Nova Iorque e incontáveis outras vezes ao redor do mundo todos os dias.

Harry Beck mudou o mundo pra melhor com criatividade, inovação e uma cabeça aberta a experimentação.

Essa é uma das mais fantásticas histórias de foco em usabilidade (UX) e cross-innovation de todos os tempos. Há três importantes lições para empreendedores, executivos e futuros empresários nessa narrativa:

Primeira impressão do mapa de Beck para o Underground

1. Foque nas dores reais de seus usuários ou clientes. São entendimento destas garantirá longevidade e sucesso aos seus negócios. Ignorá-las matará, ao menos no longo prazo, a sua empresa;

FUTURIST

POR LUIZ CANDREVA

EXPERIÊNCIAS CRUZADAS - A HISTÓRIA DE HARRY BECK



2. A solução muitas vezes não estará no seu campo de atuação ou disponível de maneira óbvia, há, contudo, enorme riqueza em experiências cruzadas;

3. Por fim, nem sempre há o aceite de grandes players na primeira (segunda, terceira, quarta...) tentativa. Isso não quer dizer que você está errado. Seja resiliente.

E você, conhece alguma história bacana de foco em uma dor/problema específico, ou do uso de uma experiência aparentemente desconexa para solucionar um problema ou melhorar algum processo? Conte aqui abaixo.

Para mais dados sobre uso de metrô pelo mundo e fonte dos dados:

http://www.uitp.org/sites/default/files/cck-focus-papers-files/Metro%20report%20Stat%20brief-web_oct2014.pdf
Luiz Candreva Experiências Cruzadas 4



CLASSIFIQUE ESSA MATÉRIA

REGULAR BOA ÓTIMA



A VIDA É MELHOR EM UMA CASA NOVA



Orlando - Estados Unidos
5 Dorms / 5 Banheiros / Lavabo
US\$3 Milhões



Veneza - Itália
Opções de 1, 2 e 3 Dorms
A Partir de EUR 240.000



Orlando - Estados Unidos
6 Dorms / 6 Banheiros
US\$999 Mil



Nova York - Estados Unidos
5 Dorms / 6 Banheiros / 9 Salas
US\$ 8.250.000



Piracala - São Paulo - Brasil
4 Suites / Piscina / Sauna / Casa em Condomínio
R\$790 Mil



Alphaville - São Paulo - Brasil
4 Suites / Quadra poliesportiva / Piscina com raia
R\$ 9 Milhões

Compra e venda de imóveis para você viver, investir ou se divertir.

ALPHAVILLE | MIAMI | ORLANDO | RIO DE JANEIRO | SÃO PAULO | VENEZA

 /cmrealestate

 /castanomartorani

www.castanomartorani.com

Nos reservamos o direito de corrigir eventuais erros de digitação, preço e descrição. CRECI 177382

ANDRÉA *Ladislau*

BÔNUS



SIGA   

INSCREVA-SE 

PARTICIPE  

SAÚDE MENTAL *em pauta*

POR ANDRÉA LANDISLAU

GERENCIANDO EMOÇÕES EM BUSCA DA PREVENÇÃO E DO NÃO AGRAVAMENTO DE DOENÇAS CRÔNICAS



Você já ouviu dizer que o que não se resolve na mente pode se refletir em doenças no corpo físico? Isso acontece, pois conforme demonstrado por alguns estudos em saúde mental, todas as doenças são originadas pelas emoções e sentimentos em desequilíbrio. Os problemas de saúde são manifestações do inconsciente, que está sinalizando situações mal resolvidas, emoções em deficiência ou excesso, re-



sistência às mudanças ou mesmo por padrões limitantes de comportamento.

Se você está alimentando muitos sentimentos negativos em relação à sua vida, talvez seja a hora de fazer uma revisão antes que o corpo se manifeste por meio de doenças. A ausência de consciência pode piorar ainda mais as coisas, uma vez que dar força a esses sentimentos poderá fazer com que as emoções nocivas se revertam

em manifestações dolorosas e constantes em sua vida.

A psicanálise já sinalizou e evidenciou essas questões, em pesquisas descritas por Sigmund Freud – o grande pai desta ciência que tem o inconsciente como seu objeto de estudo. Ao longo dos anos, a correlação das doenças do corpo com as queixas emocionais tem sido bem evidenciada - tanto é que profissionais especializados em saúde mental trabalham essa percepção e investigam a psicossomática com base nos sintomas físicos relatados pelos pacientes.

Com bases nessas investigações psíquicas, podemos citar alguns exemplos de questões emocionais não resolvidas que são revertidas em dores do corpo: as emoções reprimidas e a criatividade sufocada podem resultar em Amigdalites; o choro contido ou o sentimento reprimido possui relação direta com a asma crônica; a diabetes pode indicar uma vida sem doçura ou uma tristeza profunda não resolvida; as enxaquecas refletem o excesso de perfeccionismo, uma raiva contida e os medos sexuais; e a temida diarreia sugere o medo, a rejeição e uma necessidade de eliminar o que está ruim por dentro. Enfim, estes são apenas sinais de que o equilíbrio emocional pode estar pedindo socorro.

Neste sentido, algumas doenças crônicas também podem apresentar uma

relação direta com os males da mente. É o caso da fibromialgia - que pode afetar pessoas que sofreram traumas psicológicos ou transtornos depressivos não tratados. Porém, não existe ainda uma causa única conhecida para a fibromialgia. Ela pode aparecer depois de eventos graves na vida de uma pessoa, como um trauma físico, psicológico ou mesmo uma infecção grave. O mais comum é que o quadro comece com uma dor localizada crônica, que progride para envolver todo o corpo.

Estudos mais recentes mostram que os pacientes com fibromialgia apresentam uma sensibilidade maior à dor do que pessoas sem fibromialgia. Seria como se o cérebro de quem sofre com a doença estivesse com um “termostato” ou um “botão de volume” desregulado, que ativasse todo o sistema nervoso para fazer a pessoa sentir mais dor. Fato é que os pacientes queixam-se muito de alterações de memória e de atenção, e isso se deve mais ao fato da dor ser crônica do que a alguma lesão cerebral grave.



A síndrome da fibromialgia (FM) é uma síndrome clínica que se manifesta com dor no corpo todo, principalmente na musculatura. Junto a estas dores, a fibromialgia cursa com sintomas de fadiga (cansaço), sono não reparador (a pessoa

SAÚDE MENTAL *em pauta*

POR ANDRÉA LANDISLAU

GERENCIANDO EMOÇÕES EM BUSCA DA PREVENÇÃO E DO NÃO AGRAVAMENTO DE DOENÇAS CRÔNICAS



acorda cansada) e outros sintomas como alterações em memória e atenção, ansiedade, depressão e alterações intestinais.



O motivo pelo qual algumas pessoas desenvolvem Fibromialgia e outras não ainda é desconhecido. Normalmente, o paciente tem dificuldade em definir quando começou a dor, se ela começou de maneira localizada - e depois se generalizou - ou mesmo se seu início se deu de forma geral, começando no corpo todo. Outra questão interessante é o quanto a doença altera o sono, afetando em torno de 95% dos pacientes diagnosticados.

Quando relacionamos a depressão a esta doença, percebemos nas estatísticas que a depressão está presente em 50% dos pacientes com fibromialgia, o significa dizer que: a depressão é comum nestes pacientes, mas nem todo paciente com fibromialgia tem depressão. Por outro lado, não se pode deixar a depressão de lado ao avaliar um paciente com fibromialgia. Fato é que a depressão, por si só, piora o sono,

aumenta a fadiga, diminui a disposição para o exercício e aumenta a sensibilidade do corpo. Ela deve ser detectada e devidamente tratada se estiver presente para o alívio dos sintomas do paciente.

Neste sentido, fica fácil entender o motivo pelo qual durante muito tempo pensou-se que a fibromialgia era uma “depressão mascarada”. Sabemos que a dor oriunda da doença é real, mas que a somatização e os problemas psicológicos podem agravar ainda mais os sintomas dessa doença - aumentando as dores, uma vez que não se resolve a causa emocional.



Doenças crônicas como a fibromialgia são clássicos exemplos de que, se não cuidarmos de nossa saúde mental, manifestações em nosso corpo físico serão inevitáveis. Além disso, a depressão, assim como a fibromialgia, está associada a diversas outras comorbidades que precisam ser tratadas por serem capazes de promover verdadeiros abalos no equilíbrio psíquico, no controle do bem-estar e na capacidade emocional do indivíduo.

Portanto, seu organismo será beneficiado se a busca por compreensão e gerenciamento destas emoções fizerem



parte de sua rotina diária, objetivando a promoção de uma vida mais saudável e com mais equilíbrio. Sem dúvida, essa é a chave para a solução - ou, pelo menos, uma maneira eficaz de amenizar o agravamento de muitas doenças do corpo que são geradas pelos transtornos emocionais. Preencher os seus vazios e buscar o autoconhecimento só trará bons resultados no que tange a prevenção. Acredite que tudo está dentro de nós. Só é preciso trabalhar e filtrar os pensamentos que produzimos. Não deixe, enfim, que a negatividade domine seu ritmo de vida. Por isso, se esforce para produzir sentimentos mais positivos e agregadores, acolhendo seus vazios, seus medos e suas faltas. Além disso, valorize as potencialidades de sua essência, propiciando a construção de caminhos que levem ao perfeito encontro com seu “eu” interior.



CLASSIFIQUE ESSA MATÉRIA

REGULAR

BOA

ÓTIMA

QUAIS SÃO AS **PRINCIPAIS VANTAGENS** DA ENERGIA SOLAR PARA EMPRESAS?



SAIBA MAIS

MARCELO

Gasparini

BÔNUS



SIGA   

INSCREVA-SE 

PARTICIPE  

ATITUDES

Vencedoras

POR MARCELO GASPARINI

3 PASSOS PARA SER PRODUTIVO



Um dos maiores desafios que enfrentamos no dia a dia profissional é manter a produtividade. Muitas são as tentações para diminuirmos a mesma, sem se quer percebermos.

Como estratégia de produtividade, criei uma jornada contendo três passos para conseguirmos nos manter produtivos, sem perder o foco nas nossas metas e objetivos.

Para o início de 2021, é bom nos concentrarmos nesses três passos e com fé e alegria encararmos mais um ano que infelizmente começará em meio a turbulência da pandemia, mas que com certeza trará muito em breve, dias melhores com a vacinação que está por vir, dando-nos um acalento em meio à tempestade.



Então papel e caneta na mão, anote tudo e não limite seus sonhos...

Siga os três passos a seguir para ser produtivo:

PRIMEIRO PASSO

Decida o que quer e aonde quer chegar. Não adianta você ter o maior navio do mundo, ou o avião mais potente do universo, se você não sabe qual o destino você quer chegar, qual rota ou caminho você seguirá.

Saber sua meta, seu objetivo claro e concreto é o primeiro passo para uma vida mais produtiva

SEGUNDO PASSO

Foco naquilo que decidiu. Muitos serão os obstáculos e as distrações. Você só conseguirá ter êxito naquilo que decidiu fazer se você for suficientemente forte para aguentar as dores, as armadilhas, as pedras no caminho. Muitas vezes, traições e decepções farão parte desse pacote, mas se você saber dentro da sua alma e do seu coração por que escolheu esse caminho e tomou essa decisão, irá até o fim.

TERCEIRO PASSO

Faça por um propósito. Saber qual é o seu propósito de vida é o passo essencial para ter uma vida em alta performance e mais produtiva. Quando decidimos atuar como protagonistas do nosso propósito nada nos impedirá de completarmos nossa missão de vida. Os "nãos" serão apenas degraus para chegarmos ao topo.

Tenha uma rotina saudável... bom sono, boa alimentação e cuidados físicos, mentais e espirituais, são essenciais para completar a fórmula do sucesso de ser ter uma vida mais produtiva em alta performance.

CLASSIFIQUE ESSA MATÉRIA

REGULAR

BOA

ÓTIMA

BEM VINDO AO

ESPAÇO
CIDADE **JARDIM**

EVENTOS CORPORATIVOS, WORKSHOPS, PALESTRAS, TREINAMENTOS, REUNIÕES, ENCONTROS E CONFRATERNIZAÇÕES EM UM LOCAL EXCLUSIVO.



3 HELIPONTOS



ACESSO VIA QR CODE



DELIVERY PARA EVENTOS HÍBRIDOS E ONLINE



ANDAR PRIVATIVO NO CONDOMÍNIO PRIVATIVO



RECONHECIMENTO FACIAL



EVENTOS SOCIAIS, CORPORATIVOS HÍBRIDOS E ESTÚDIOS CLIMATIZADOS



ESTACIONAMENTO COM SEGURO



5 TIPOS DE SALAS



INTERNET DEDICADA E/OU FIBRA WI-FI E/OU PONTO FIXO EM CADA SALA



SEGURANÇA 24H P/DIA (CONDOMÍNIO)



RECEBEMOS BUFFETS HOMOLOGADOS



ACESSO EXCLUSIVO AO SHOPPING COM DIVERSAS OPÇÕES GASTRONÔMICAS E SERVIÇOS



ACESSIBILIDADE



2 FOYERS



FÁCIL ACESSO AOS AEROPORTOS E RODOVIAS

12 KM

AEROPORTO CONGONHAS

50 KM

AEROPORTO INTERNACIONAL DE GUARULHOS

9 KM

AVENIDA PAULISTA

ALEXANDRE

Avanço

BÔNUS



SIGA



INSCREVA-SE



PARTICIPE



O MERCADO DE COMMODITIES no Brasil

POR ALEXANDRE AVANZI

EM MEIO A PANDEMIA DE 2020 E A TENDÊNCIA PARA 2021.



O segmento de exportação no Brasil sofreu muito no início do ano devido a Pandemia que estamos vivendo.

Os agricultores, produtores e fabricantes de produtos para exportação viram as vendas despencarem no primeiro trimestre de 2020.



Além disso houveram outros problemas que afetaram o desempenho das exportações.

Acordos comerciais, produtos Brasileiros que chegaram a China, segundo os próprios chineses contaminados pelo Covid 19, fato esse nunca provado, fizeram com que algumas empresas tivessem a autorização cassada pelo governo chines

de exportar seus produtos para aquele país. Alguns fabricantes/produtores se adiantaram e pararam por um período de vender seus produtos a China, visto que circularam boatos no mercado nacional que o governo chinês estaria cassando as autorizações de alguns fornecedores do Brasil, cujo resultado pretendido pela China seria a desvalorização do nosso produto, fazendo com o que os valores dos produtos fornecidos pelo Brasil diminuíssem em 30%, 40% do valor praticado.

Em meados de junho e julho o mercado de commodities voltou a aquecer.

Com a falta de produtos alimentícios principalmente na China, o Brasil como um dos maiores fornecedores de Soja, milho, açúcar, proteína animal, sem falar em produtos como petróleo, Minério de Ferro, começaram a retomar as exportações.

Mesmo assim em setembro registramos cerca de 7% a menos de vendas relativo ao mesmo período do ano de 2019.

As leis de preço de mercado para commodities são simples, geralmente vinculadas ao equilíbrio entre oferta e demanda. Quando existe oscilação entre oferta e demanda, consequentemente isso reflete no preço do produto para o comprador.

Em 2012 por exemplo o valor da soja bateu recorde, como deverá acontecer nas próximas safras.

Tanto os EUA como o Brasil sofreram perdas significativas de produção, por algum motivo ou outro como estiagem por exemplo, consequentemente o valor do produto subiu.

Na atual conjuntura não há apenas um fator criando esta tendência de alta. Temos o dólar favorável ao mercado exterior, a alta de demanda do mercado chinês, principalmente com os acordos até então com os americanos, onde os chineses estão dando preferência nesse momento pelos produtos brasileiros, devido a crise política entre esses países, fato que deve



mudar devido ao novo presidente eleito nos EUA.

Por último, e não menos importante é a própria viabilidade dos negócios das commodities agrícolas, o que significa dizer que existem contratos de médio prazo sendo fechados com preços não abaixo do que atualmente visualizamos. Em outras palavras, há confiança em realizar contratos de garantia para este mercado.

As exportações de proteína animal estão crescendo, o que é produzido pelo Brasil não atende a demanda do cenário asiático, o produto é escasso, com valores elevados, porém a qualidade do nosso produto faz por merecer os valores praticados.

O MERCADO DE COMMODITIES no Brasil

POR ALEXANDRE AVANZI

EM MEIO A PANDEMIA DE 2020 E A TENDÊNCIA PARA 2021.



As exportações dos produtos brasileiros possuem ótimas previsões para o próximo ano, no entanto, depende das adversidades que possam ocorrer no âmbito internacional.

China e Estados Unidos, são os principais compradores, logo se existe instabilidade política, social ou econômica, reflete no comércio internacional de commodities.

Agora resta esperar para vermos como o mundo irá se comportar com as adversidades que estamos passando.



CLASSIFIQUE ESSA MATÉRIA

REGULAR

BOA

ÓTIMA



GO-TRANS

HÁ MAIS DE 25 ANOS INTEGRANDO VOCÊ COM O MUNDO.

O Grupo Go-Trans é uma empresa de *freight forwarder* que atua em todos os segmentos da cadeia logística.

Com vasta experiência e atento aos movimentos do mundo globalizado, o Grupo Go-Trans oferece a melhor solução para você e sua empresa.



ESCANEE O QR CODE AO LADO E
ASSISTA O VÍDEO INSTITUCIONAL.

www.go-trans.com.br

"Contamos com uma rede de agentes que atuam nos principais mercados globais".

SOLUÇÕES



IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO AÉREA



IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO MARÍTIMA



VENDA E LOCAÇÃO DE CONTAINER



TRANSPORTE RODOVIÁRIO



ASSESSORIA ADUANEIRA



SEGURO INTERNACIONAL



PROJETOS ESPECIAIS



E MUITO MAIS...

Integrated into the world!
@grupogotrans

PROTAGONISTAS DO
BRASIL



GRUPO GESTÃO RH

