empresário digital

217



DOCE ALMA
POR MARI NIRO

QUAL TEM SIDO O ALVO DAS SUAS FLECHAS?
POR MARCO MARCELINO

INOVAÇÃO, COMMODITIES E OS CICLOS DAS BOLSAS GLOBAIS
POR RICARDO AMORIM

MAURÍCIO PESSOA

O ADVOGADO QUE AS GRANDES EMPRESAS PROCURAM

CONHEÇA O PERFIL E A VISÃO DE MAURÍCIO PESSOA, UMA DAS GRANDES REFERÊNCIAS JURÍDICAS QUANDO O ASSUNTO É A COMPLEXA RELAÇÃO EMPRESA-EMPREGADO.

SERINEWS.CO

Kornit Digital
bonding matters

“GO WITH DIGITAL, GROW WITH DIGITAL”.



Kornit
Presto

ENTENDA O CONCEITO "MICROFACTORY" E REVOLUCIONE A PRODUÇÃO, SOB DEMANDA.

Kornit Presto é a solução industrial ideal para impressão digital sob demanda, com tecnologia de tintas pigmentadas diretamente em tecidos dos mais variados tipos. Um passo único de produção sem a necessidade de pré-tratar ou lavar os tecidos. Gaste menos tempo imprimindo e mais tempo criando designs personalizados. Junte-se às principais empresas do mundo na revolução têxtil. Novas práticas e consciência ecológica com Kornit Presto!

Learn more at Kornit.com/AM/Presto



DESCUBRA NOVAS CONEXÕES

QRCODE E LINKS DIGITAIS

Nova proposta editorial pensada para ser lida em multiplataformas e conectar novas oportunidades de negócios. Um novo estilo editorial desenhado para aproximar conteúdos específicos de públicos relevantes.

empresário digital

04 .....Editorial
06 .....Economia
10 .....Desobediência Produtiva
14.....Capa (Maurício Pessoa)
26.....Empresária
30.....Transformação Digital
32 .....TV e Games
34.....Bora Vender
37 .....Publicidade

www.empresariodigital.com.br/edicoes

Baixar na App Store | DISPONÍVEL NO Google Play

SERINEWS Marketing Intelligence

A revista Empresário Digital é uma publicação mensal de propriedade da Serinews.co

Av. Paulista, 1079, 8º andar – Bela Vista
São Paulo (SP) – CEP: 01310-200
Fone/Fax: (11) 2787-6386

Publisher: Marco Marcelino (MTB 44.446)
mmarcelino@serinews.com.br

Editores: Jorge Luiz Mussolin (MTB 15.978)
jmussolin@serinews.com.br

Alexandre Carvalho do Santos (MTB 44.252)
alecarvalho@serinews.com.br

Conteúdo: Mércia Araujo, Samia Laços, Monica Agnelo e Andréa Pinheiro

Designer: Patricia Barboni
patricia@be-erredesign.com.br

Web Designer: Marina Deotti
mdeotti@serinews.com.br

Sucesso do Cliente (CS): Fabio Peres
fperes@serinews.com.br

Fotografia: Wyss Brasil e Yuri Mine

As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores, não refletindo necessariamente a opinião da Serinews.co. As fotos publicadas tem caráter de informação e ilustração das matérias. Os direitos das marcas são reservados aos seus titulares. As matérias aqui apresentadas pode ser reproduzidas e compartilhadas com devida citação da fonte Serinews.co.



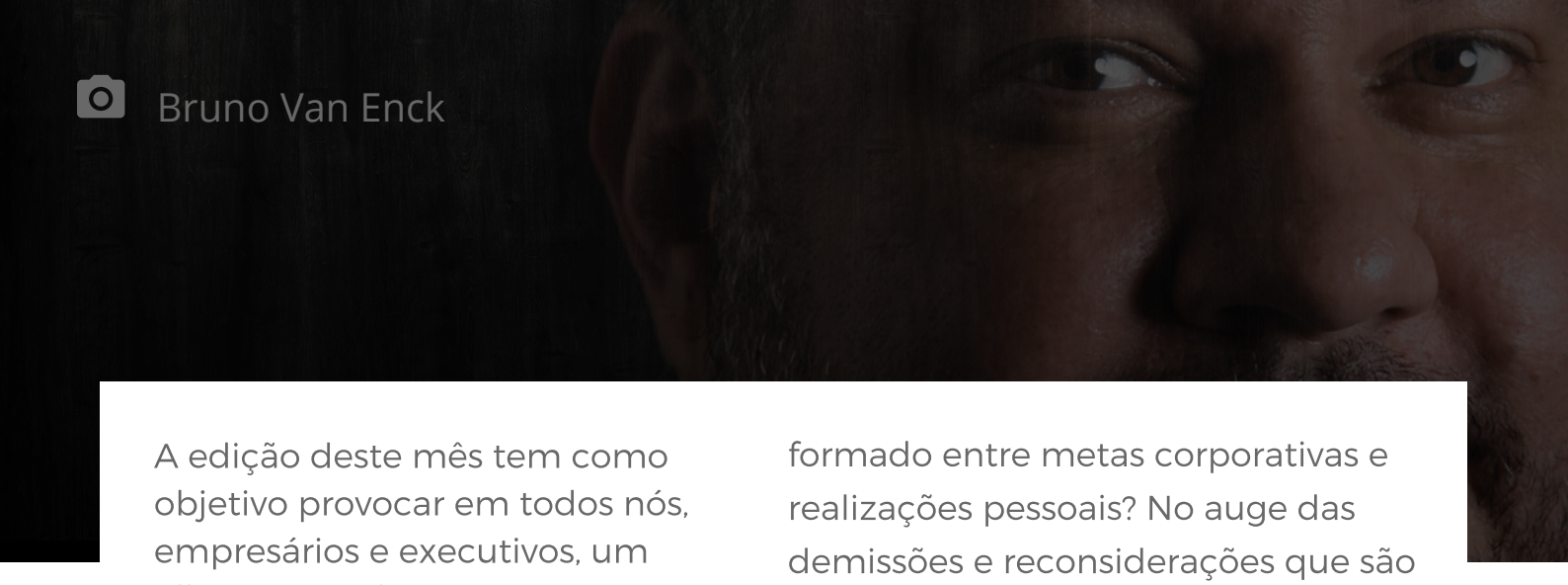
MARCO MARCELINO

EDITORIAL

QUAL TEM SIDO O ALVO DAS SUAS FLECHAS?

Arthur Schopenhauer, filósofo alemão do século 19 que dizia, "pessoas talentosas atingem metas que ninguém mais pode atingir. Mas somente os gênios atingem metas que ninguém mais consegue ver".

Da filosofia ao mundo empresarial, muitas metas são estabelecidas para justificar um investimento, agradar acionistas ou parecer relevante diante de um grupo econômico. As expectativas irreais têm como efeito colateral um impacto na vida das pessoas, gente feita de carne e osso – não são números – e que amam, têm filhos e trabalham em meio a um ecossistema voraz. Lembro das minhas conversas com uma antiga gerente do banco sobre chuvas de metas descabidas. Poderiam até ser alcançáveis dentro de um espaço de tempo adequado, mas a pressão que celebra os números surge com uma linda mensagem humanizada na propaganda. Ela nos emociona e nos conta uma verdade descabida. Em um evento premiado, um C-Level da empresa vai ser admirado por apresentar a inspiradora carta de valores da instituição. Mas o que há de verdade nela? Como esses valores têm beneficiado a sua equipe?



A edição deste mês tem como objetivo provocar em todos nós, empresários e executivos, um olhar especial para os seres humanos do nosso entorno.

Se de um lado temos empresas perseguindo resultados, por outro há pessoas em busca de realização. Entre esses dois extremos, os direitos e deveres que muitas vezes demandam a ação de uma terceira figura para mediar conflitos – que frequentemente envolvem valores corrompidos, profissionais desmotivados ou com um ímpeto de vingança, e as tais das expectativas descabidas.

Para tratar dessa relação tão delicada, nossa reportagem foi ouvir um dos mais renomados e respeitados advogados da área trabalhista. O papo com Maurício Pessoa seguramente vai inspirar algumas tomadas de decisões.

E quem sabe você forme uma opinião diferente ou mais apurada quanto a distância que tem se formado entre metas corporativas e realizações pessoais? No auge das demissões e reconsiderações que são fruto da pandemia, quem sabe podemos usar o entendimento das expectativas de parte a parte para construir novas relações? Todos nós temos responsabilidade nessa construção. Cultivar o estresse e a insegurança não pode ser o novo normal.

Muitas flechas em direção ao alvo talvez não tragam os melhores resultados. Essas flechas podem estar acertando pessoas e destruindo o seu negócio. Já parou para observar como a sua equipe tem se sentido? A hora é agora.

marco marcelino

Marco **Marcelino** | Publisher



RICARDO AMORIM

ECONOMIA

INOVAÇÃO, COMMODITIES E OS CICLOS DAS BOLSAS GLOBAIS.

A empresa argentina de comércio eletrônico Mercado Livre tornou-se a companhia mais valiosa da América Latina, tendo ultrapassado a Vale e a Petrobras.

Sem dúvida, o Mercado Livre é uma tremenda empresa, mas para entender como ele se tornou mais valioso que Vale e Petrobras é necessário entender um movimento bem mais amplo do mercado mundial.

Após a crise financeira global de 2008, os juros despencaram em todo o mundo, a disponibilidade de capital para financiar iniciativas inovadoras e empresas de tecnologia cresceu enormemente, a inovação mundo afora se acelerou muito e o comércio eletrônico também.

A pandemia de coronavírus deu o empurrão final para as vendas e lucratividade das empresas do setor crescer e o apetite de investidores por empresas do setor crescer ainda mais.

Enquanto isso, no início da década passada, o dólar estava baixo e a lucratividade de empresas emergentes exportadoras de commodities também.

Sua próxima impressora está na CANON

A tecnologia UVgel da Canon está revolucionando o processo de impressão e eliminando uma série de preocupações. Saiba como as empresas de todo o mundo estão promovendo os seus negócios com mais competitividade. Solicite o seu kit. Escaneie o código QR acima ou digite: www.canon.com.br/produtos/para-sua-empresa/cases

Canon

Para completar, a incompetência do governo Dilma jogou o Brasil na maior recessão da sua História na 1ª metade da década e desvalorizou ainda mais as empresas brasileiras, em particular as estatais, como a Petrobras. Com a saída de Dilma, o desempenho da economia brasileira e a gestão da Petrobras melhoraram, mas aí veio a crise do coronavírus e o preço das commodities despencou.

Por que toda esta explicação? Depois de uma década de empresas de commodities ficando para trás de empresas de tecnologia na Bolsa, vou ficar muito surpreso se isso se repetir nos próximos 10 anos. Estes ciclos de mais ou menos 10 anos de diferentes setores liderando o desempenho nas Bolsas globais sempre se alternam. Década de 90, liderança de rentabilidade de investimentos em empresas de tecnologia, principalmente americanas.

Empresas de commodities de emergentes têm década perdida na Bolsa.

Década de 2000, liderança de rentabilidade de investimentos em empresas de commodities de emergentes. Empresas de tecnologia, principalmente americanas têm década perdida na Bolsa.

Década de 2010, de novo, liderança de rentabilidade de investimentos em empresas de tecnologia, principalmente americanas. Empresas de commodities de emergentes têm outra década perdida na Bolsa.

Década de 2020, começando com dólar muito alto, o que aumenta a rentabilidade de empresas exportadoras de commodities e estouro da nova bolha de empresas de tecnologia em algum momento... adivinhe o que vai acontecer.

Como dizia Mark Twain, a história não se repete exatamente, mas que rima, rima.

Ricardo Amorim, autor do bestseller Depois da Tempestade, apresentador do Manhattan Connection, economista mais influente do Brasil segundo a Forbes e Influenciador nº 1 no LinkedIn.

Soluções que fazem a diferença no mercado de Comunicação Visual



respira.
inova.
comunica.

www.svdigital.ind.br



INTERNET: O MERCADO DOS GAMES.

Trabalhar com a internet já é um conhecido caminho para o pote de ouro. Por exemplo: há produtores de conteúdo que conseguem tirar até R$1.000.000, mas como fazer esse trabalho? Como se desenvolver para ser considerado um e-sportist?

De acordo com "EL Gato" (Rodrigo Fernandes, ex-comediante gospel e hoje streamer de Free Fire), você tem que ser o herói que as pessoas precisam e ocupar o espaço de conteúdo do qual os consumidores estão carentes. É preciso ser adaptável e se comunicar da maneira certa em cada canal.

Sobre o Free Fire

O Free Fire foi o primeiro game que trouxe a oportunidade de jogar em qualquer dispositivo, os jogos populares até então exigiam equipamentos mais robustos, o que significa investimento pesado. Quando surge a oportunidade de jogar em qualquer celular, esse jogo passa a ser mais compatível com a realidade brasileira, já que nem todos têm celulares e muito menos equipamentos ou computadores de ponta. Jogos leves, como o Free Fire ganham muito mais espaço em países de realidade mais desigual, como a brasileira.

As lives dos campeonatos de e-sports detinham o recorde de maior número de pessoas em uma mesma live no Brasil até o começo de 2020, quando foi ultrapassada pelas lives sertanejas, na primeira parte da quarentena de Covid-19. A final do campeonato de Free Fire de 2019 contou com uma audiência de 1,2 milhões de pessoas assistindo, simultaneamente, a final do campeonato.

De jogador à empresário: o caminho óbvio dos gamers.

O importante para um empresário do mundo do e-sports é estar presente nos campeonatos, ser visto pelo público, e quando o trabalho começa a ficar mais intenso essa presença pode não ser possível.

Daí que surgem os times que representam uma empresa ou um gamer específico. No caso do El Gato, ele relata como se tornou empresário sem perceber *"quando dei por mim, estava engajado em administração, conseguir patrocínio e equipamento de qualidade. É um caminho natural, esse é o segredo do sucesso, você estar dentro de algo que você goste e que o caminho tomado até profissionalizar seja o mais fluido possível"*.

A internet traz para o jovem a chance de "espiar" outro mundo, você vê pessoas, de 17 ou 18 anos ganhando muito dinheiro, fazendo viagens, dirigindo carros do ano, o que as faz querer estar nesse mundo.

Então, imagina um jovem de Rondônia, como é o caso do El Gato, vendo essa chance e se desenvolvendo naturalmente para um empresário, com times, roteiristas, fãs e etc.

O segredo é você se permitir criar coisas novas, pois quando você faz sempre a mesma coisa, fica entediado e entedia o seu público. Um canal, durante um campeonato de Free Fire, oferece um conteúdo muito próximo ao de um canal de televisão tradicional, com estúdio, entrevistas, publicidade, patrocínio de plataformas e tudo mais.

Talvez você não conheça muito o mundo dos e-sports, mas é importante olhar para esse mercado, pois hoje é uma área que rende mais do que a indústria da música. É sem dúvida um campo para se estar de olho, analisar se vale o investimento.

Entenda que, principalmente para começar nos e-sports, não basta apenas ser eloquente, você precisa ser bom no que você faz, precisa ser um bom jogador, precisa jogar por muitas horas e ter uma estratégia para alcançar o público. Ou seja, deve ser bom para chamar a atenção, e depois entender para qual caminho você vai.

Ser desobediente e produtivo, dentro dos e-sports, é estar em constante esforço para oferecer algo a mais do que os outros canais oferecem. É se preocupar em oferecer um conteúdo de valor.

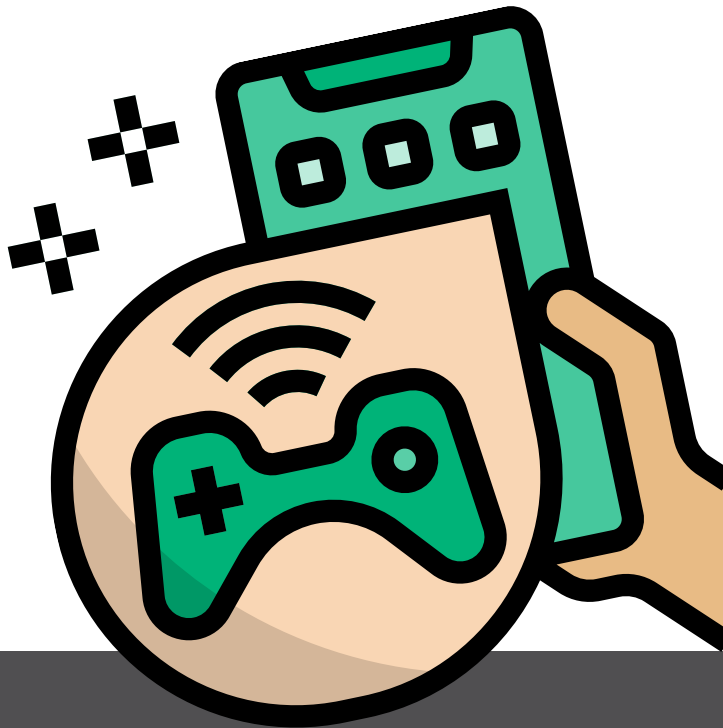
Ainda há um preconceito com games, de que não é "profissão", há muitas famílias que não dão suporte aos gamers por não acreditar no potencial profissional dos e-sports, justamente pela falta de exposição nas mídias tradicionais, o que é uma bobagem, já que o retorno financeiro e o reconhecimento vêm cada vez mais rápido. Por outro lado, você tem o cansaço físico, por ficar muitas horas na cadeira e por falta de atividade física; mental, de jogar o mesmo jogo sempre; emocional, por algumas vezes não conseguir chegar ao nível salarial dos principais times. Como tudo, tem os dois lados da mesma moeda.

É claro que é importante não ignorar os fatores de stress que afetam todos os que lidam com entretenimento e criação de conteúdo, os haters, o peso de se manter relevante, aqueles dias que você não está tão bem assim, e dentro dos e-sports, ainda tem o fator da competição.

Essa talvez seja a última chamada para levar os e-sports a sério e com potencial para empreendedorismo, pois assim como diversas outras ondas tiveram sua última entrada livre, os caminhos poderão ficar muito mais atribulados.

O primeiro passo para entrar nesse mercado é encontrar um jogo que você goste, então traga conteúdo que as pessoas querem ver, chame a atenção das pessoas, não se deixe abater por números baixos e se dedique.

Praticamente todos os que estão no topo do mundo dos e-sports saíram de comunidades e conseguiram se destacar, o que mostra que é mais importante ter talento e dedicação do que contar com um investimento prévio. É uma oportunidade para muitas pessoas mudarem de vida.





2020 foi um ano desafiador para muitas empresas e para nós não foi diferente. Atravessamos muitos obstáculos, sempre ao lado de nossos clientes, parceiros e colaboradores, prontos para todo o suporte necessário.
Com este aprendizado, reforçamos a relevância da indústria gráfica e temos certeza que 2021 será um ano de retomada e repleto de oportunidades.

Conte com a AGFA. #CountOnUs

AGFA



Maurício Pessoa

O ADVOGADO QUE AS GRANDES EMPRESAS PROCURAM

Conheça o perfil e a visão de Maurício Pessoa, uma das grandes referências jurídicas quando o assunto é a complexa relação empresa-empregado.

POR ALEXANDRE CARVALHO

Poucos assuntos jurídicos no mundo poderiam ser considerados tão delicados quanto o que ocorreu no ano passado, tendo de um lado a mineradora Vale e, do outro, os sobreviventes e familiares das vítimas do maior acidente de trabalho do Brasil (e um dos maiores do mundo) em perdas humanas: o rompimento de barragem em Brumadinho (MG), que resultou em 259 mortes, além de 11 pessoas desaparecidas. Crise de repercussão internacional, a tragédia voltou os olhos do mundo para a situação dos que perderam tudo com o acidente. Em julho, uma boa notícia em meio a tanto sofrimento: a Vale celebrava um acordo para reparação às vítimas que incluía garantia de emprego aos sobreviventes, atendimento médico, auxílio-creche e auxílio-educação aos dependentes das vítimas fatais. No caso dos cônjuges, a assistência médica e psicológica é vitalícia.

Uma tratativa com tanto potencial de impacto sobre a imagem da Vale, não poderia ser conduzida por um escritório de advocacia qualquer. A empresa sabia que precisava contar com o melhor que o país tem no âmbito do Direito Trabalhista, por isso recorreu ao advogado Maurício Pessoa e sua equipe.

Natural de Salvador, onde começou estagiando no escritório dos primos, Maurício deixou a Bahia aos 23 anos rumo a São Paulo. Na maior cidade do continente, construiu uma carreira impressionante e uma reputação impecável, até abrir seu próprio escritório em 2016. Hoje o Pessoa Advogados está envolvido na maioria dos grandes processos trabalhistas do país, uma posição que dá a seu fundador um olhar único sobre as importantes questões jurídicas entre empresa e empregado. Uma gota do oceano de conhecimento de Maurício nessa área vale ouro para qualquer gestor no universo corporativo. Na entrevista que o advogado concedeu à nossa reportagem, há pelo menos um copo cheio da visão desse especialista em grandes causas – um profissional de perfil discreto, mas que as maiores empresas sabem quem é.

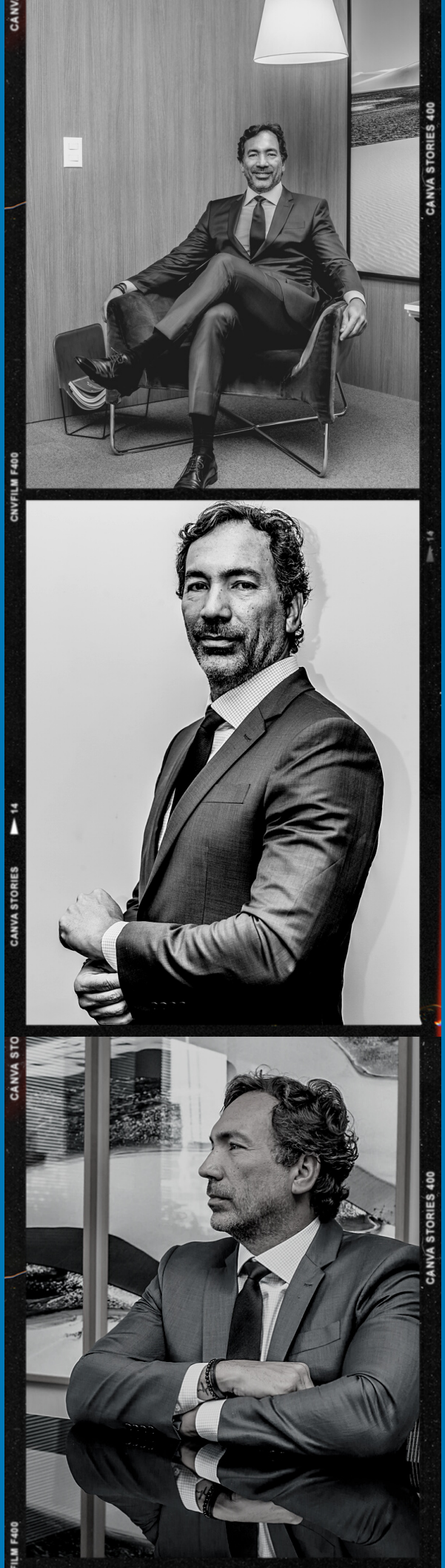


EMPRESÁRIO DIGITAL – Por que as grandes empresas procuram você?
MAURÍCIO PESSOA – Não fico confortável em falar de mim, mas escuto dizer que os clientes me procuram esperando uma solução criativa para problemas que escapam do dia a dia. Desde o começo da minha vida profissional, ainda como estagiário, corri atrás de assuntos mais instigantes e me virei para resolvê-los. Lembro de um exemplo: quando cheguei em São Paulo, aos 23 anos, embora fosse o mais novo da equipe, caiu no meu colo um caso que desafiava a todos os colegas. Busquei conselhos com advogados mais experientes (alguns que nem eram da área), estudei bastante e terminei encontrando uma saída. E assim as coisas foram fluindo. Fui lidando com casos que demandaram muito estudo e inspiração. Mesmo hoje, um pouco mais experiente, se não encontro a saída, procuro quem possa me ajudar a encontrá-la. Não tenho vergonha de perguntar ou dizer que não sei. Sou irrequieto, persistente, mas conheço o meu limite. Por tudo isso é comum empresas com milhares de casos confiarem a mim e à minha equipe poucos deles, porém espinhosos.

E não me refiro apenas ao aspecto financeiro da disputa, há questões complexas envolvendo imagem, a parte institucional ou um dilema moral.

ED – Como é a sua estrutura para atender esses clientes?
MAURÍCIO PESSOA – Nosso escritório é pequeno, a estrutura é modesta, porém não falta e nem sobra nada. Os trabalhos são personalizados, não acredito em produção em série ou em modelos pré-fabricados quando se trata de litígio ou mesmo de consultoria. Escritório de advocacia não é indústria. Direito é artesanato. Cada caso merece um olhar especial, individualizado, um toque pessoal.

ED – Qual o perfil da maioria dos seus clientes?
MAURÍCIO PESSOA – São empresas com perfis diferentes, mas predominam as do setor bancário, financeiro e indústria. Raramente atendo a pessoas físicas. Me especializei e me sinto mais à vontade cuidando de empresas, com algumas exceções, cumpridamente justificadas.



Recentemente assumimos a defesa do jornalista André Rizek, que acionou o Grupo Abril. Além da empatia e admiração que tenho por ele, a causa é fascinante, pois no fundo discute a liberdade de imprensa e busca corrigir uma gravíssima injustiça e inversão de valores. A vitória dele será a vitória do profissional do jornalismo. Por fim, algo que me alegra e orgulha bastante é ser procurado por colegas para trabalhar em conjunto, em casos deles, o que é muito comum. Com isso a responsabilidade é dividida, o prazer é dobrado e o aprendizado é garantido.

ED – Que fatores fazem com que você aceite ou negue uma causa?
MAURÍCIO PESSOA – Em primeiro lugar vem a convicção de que posso agregar. Não assumo uma causa quando acho que, no fim, vou deixar o cliente na mesma situação ou piorá-la. Ainda que esteja em jogo uma boa recompensa financeira, só pegamos o caso se achamos que podemos trazer algum benefício real para o cliente. O segundo fator é acreditar naquilo que vou propor. Não estou dizendo que seleciono cliente pela empatia ou fé na causa, até porque o senso de avaliação crítica do advogado não deve ser o mesmo da opinião pública. Mas tento, na medida do possível, fazer uma seleção muito sutil – sem mesmo parecer uma seleção - de causas nas quais eu acredito. O terceiro fator é menos palpável: é a vontade de pegar o caso ou não. O escritório ficou com fama de “firma de grandes causas”, mas quem nos conhece de verdade sabe que às vezes atendemos um cliente pequeno unicamente pela satisfação do trabalho em si ou de poder ajudar alguém.

ED – Nesse terceiro fator, o que pode despertar essa satisfação com uma causa de menor expressão?
MAURÍCIO PESSOA – Pode ser um sentimento de fazer valer a justiça em uma determinada situação. Pode ser a sensibilidade a partir da necessidade de alguém e o prazer em ajudar. Hoje é possível recusar um trabalho grande e acolher um caso pequeno simplesmente porque "estamos a fim". Não que o dinheiro não seja importante, mas ele não é tudo. Alcançar esse estágio é uma benção na vida de um profissional, em qualquer ramo em que você lide com gente.

ED – Além de Brumadinho, você pode mencionar alguma causa que foi especialmente marcante para você?
MAURÍCIO PESSOA – Nossa profissão exige discrição, mas posso citar uma que se tornou muito notória. Em 2016, a Febraban [Federação Brasileira de Bancos] nos procurou para atuar numa causa de impacto nacional. Era um leading case cujo resultado modificava o critério de correção monetária de créditos trabalhistas de quase todas as causas trabalhistas em andamento. A responsabilidade era imensa. Viramos a noite estudando e apresentamos uma solução diferente de todos os demais escritórios cotados para a causa. Aprovada a nossa ideia e confirmada a contratação, obtivemos uma liminar no Supremo Tribunal Federal que cassava a decisão que havia alterado esse índice. O novo índice, que veio a ser suspenso, encarecia em média 40% os processos trabalhistas no Brasil.

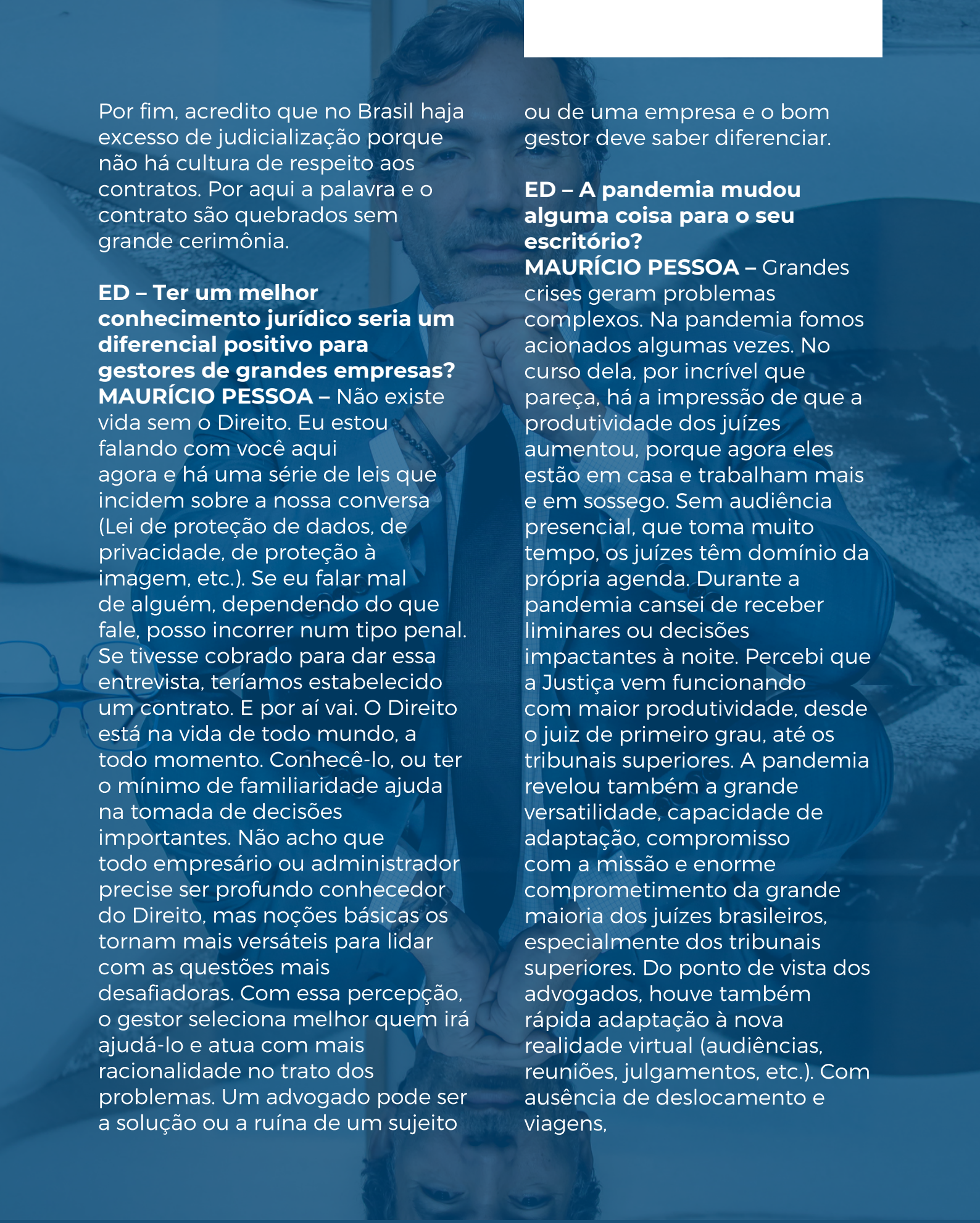


Tratava-se de dezenas de milhares, talvez milhões de causas impactadas. Essa liminar causou enorme alvoroço e muita repercussão. Por liderar o trabalho, acabei saindo em alguns jornais, revistas e sites que a noticiaram. Recebi dezenas de mensagens de colegas que nem conhecia. Eu reputo a liminar mais importante dos últimos dez anos envolvendo a Justiça do Trabalho, tanto que o tema tratado veio a ser abordado na famosa Reforma Trabalhista. Foi sem dúvida a decisão mais importante da minha vida profissional pelo impacto, dimensão, número de envolvidos e pela forma criativa como ela foi obtida (com trabalho em equipe, que fique bem claro!).

ED – No Brasil, muitos empresários veem a legislação trabalhista como um obstáculo à contratação e ao vínculo empregatício por sobrecarregar a empresa entre responsabilidades e custos. Como você vê esse tema?

MAURÍCIO PESSOA – Acho que extremos não levam a lugar nenhum. Se deixar que o capital atue sem nenhuma regulação, que empregado e empregador se acertem, há risco de o resultado não ser bom. Mas um ambiente de excesso de regulação também não é produtivo, não favorece o empreendedorismo. Veja o exemplo dos motoristas e motociclistas de aplicativos. Eles estão no limbo jurídico.

No Brasil não existe "meio-empregado". Ou você tem um emprego formal e conta com uma série de direitos, que geram custos elevados, dos quais os empresários reclamam, ou não é empregado e não tem direito nenhum. Acho que nesse ponto a legislação leva a extremos que provocam um desequilíbrio que não é bom para ninguém. Creio que parte das queixas de ambos os lados seja procedente, mas eu seria contra uma liberalização geral ou uma reforma generalizada, que deixasse empregado e empregador sem nenhum tipo de controle. Porque um lado realmente é mais fraco nessa relação. Eu também incentivaria o tratamento diferenciado para situações que justifiquem a diferenciação. A grande igualdade decorre da desigualdade. A Reforma Trabalhista deu um passo interessante quando reconheceu a força dos "altos empregados". É preciso avançar. Não adianta mudar a lei, se não muda o pensamento. Uma parcela dos juízes do trabalho ainda confunde a proteção da lei com a atuação em favor dos empregados. É uma minoria, diga-se, mas traz uma fama ruim para a nossa querida Justiça Trabalhista. Há também quem pense que todo empregador é um malfeitor. Isso é absolutamente incorreto. Há muitos empresários seríssimos nesse país. É a grande maioria, aliás.



Por fim, acredito que no Brasil haja excesso de judicialização porque não há cultura de respeito aos contratos. Por aqui a palavra e o contrato são quebrados sem grande cerimônia.

ED – Ter um melhor conhecimento jurídico seria um diferencial positivo para gestores de grandes empresas?
MAURÍCIO PESSOA – Não existe vida sem o Direito. Eu estou falando com você aqui agora e há uma série de leis que incidem sobre a nossa conversa (Lei de proteção de dados, de privacidade, de proteção à imagem, etc.). Se eu falar mal de alguém, dependendo do que fale, posso incorrer num tipo penal. Se tivesse cobrado para dar essa entrevista, teríamos estabelecido um contrato. E por aí vai. O Direito está na vida de todo mundo, a todo momento. Conhecê-lo, ou ter o mínimo de familiaridade ajuda na tomada de decisões importantes. Não acho que todo empresário ou administrador precise ser profundo conhecedor do Direito, mas noções básicas os tornam mais versáteis para lidar com as questões mais desafiadoras. Com essa percepção, o gestor seleciona melhor quem irá ajudá-lo e atua com mais racionalidade no trato dos problemas. Um advogado pode ser a solução ou a ruína de um sujeito ou de uma empresa e o bom gestor deve saber diferenciar.

ED – A pandemia mudou alguma coisa para o seu escritório?
MAURÍCIO PESSOA – Grandes crises geram problemas complexos. Na pandemia fomos acionados algumas vezes. No curso dela, por incrível que pareça, há a impressão de que a produtividade dos juízes aumentou, porque agora eles estão em casa e trabalham mais e em sossego. Sem audiência presencial, que toma muito tempo, os juízes têm domínio da própria agenda. Durante a pandemia cansei de receber liminares ou decisões impactantes à noite. Percebi que a Justiça vem funcionando com maior produtividade, desde o juiz de primeiro grau, até os tribunais superiores. A pandemia revelou também a grande versatilidade, capacidade de adaptação, compromisso com a missão e enorme comprometimento da grande maioria dos juízes brasileiros, especialmente dos tribunais superiores. Do ponto de vista dos advogados, houve também rápida adaptação à nova realidade virtual (audiências, reuniões, julgamentos, etc.). Com ausência de deslocamento e viagens,



GRANDES NOMES DA PROPAGANDA

100% DIGITAL

Nosso conteúdo está disponível 24 horas em:

grandesnomesdapropaganda.com.br

/portalgnp @ProgramaGNP

P&D Comunicação

APOIO:

CONTATO

futurelab bureau de tecnologia

SQUAD360

adstream

é possível cumprir mais compromissos no mesmo dia e em cidades ou Estados diferentes. Não há mais limitação física para os advogados e houve a inserção de um enorme contingente que tinha dificuldade de se locomover. Caiu o custo para os clientes. Em síntese, o sistema não parou, o que é louvável, por todos os ângulos.

ED – Você acompanha filmes ou séries de advogados, como Suits?
MAURÍCIO PESSOA – Sou absolutamente viciado em minisséries e seriados. Gosto de quase todo tipo, mas especialmente das que envolvem Direito ou investigação. Você acertou na mosca. Um capítulo de Suits pode me dar alguma ideia. Não que vá imitar Harvey Specter, o brilhante advogado da série, mas se pode absorver alguma coisa da forma como ele lida com o cliente, como ele sempre acha uma saída criativa, como cativa advogados e colegas liderando pelo exemplo. Ele também trabalha pelo prazer de ajudar as pessoas que escolhe. O advogado nunca pode abrir mão desse altruísmo. A ficção jamais deve substituir o estudo, mas pode servir de inspiração.

ED – E quando o enredo é da área penal?
MAURÍCIO PESSOA – A área penal é interessante por vários aspectos. No Brasil, a gente acaba virando conhecedor de Direito Penal só de ler jornal, porque ocupa a maior parte do noticiário. Por exemplo, eu leio quase tudo que sai sobre a Lava Jato. Há várias ideias que coloco em prática em função de uma estratégia que certo advogado adotou, da forma como um juiz decidiu uma questão polêmica que envolve a opinião pública e que pode servir de aprendizado para a minha área. Os advogados criminalistas costumam ser grandes estrategistas.

Vira e mexe eu bebo deles. Engana-se muito quem acha que as áreas do Direito são estanques, que quem entende de Trabalhista não precisa estudar Direito Civil ou conhecer Direito Penal. Direito é pura analogia. Ele tem uma lógica comum, uma base compartilhada com todas as áreas, que envolve a capacidade de seduzir o raciocínio do juiz, a estratégia como você lida com o processo. Toda causa exige olhar de longo alcance, planos alternativos. Tanto acompanhando uma série ou mesmo o noticiário, o conhecimento adquirido sempre será útil na prática da advocacia. De um fato do cotidiano pode surgir uma ideia a ser aplicada na atividade profissional.

ROBUSTEZ E CONFIABILIDADE

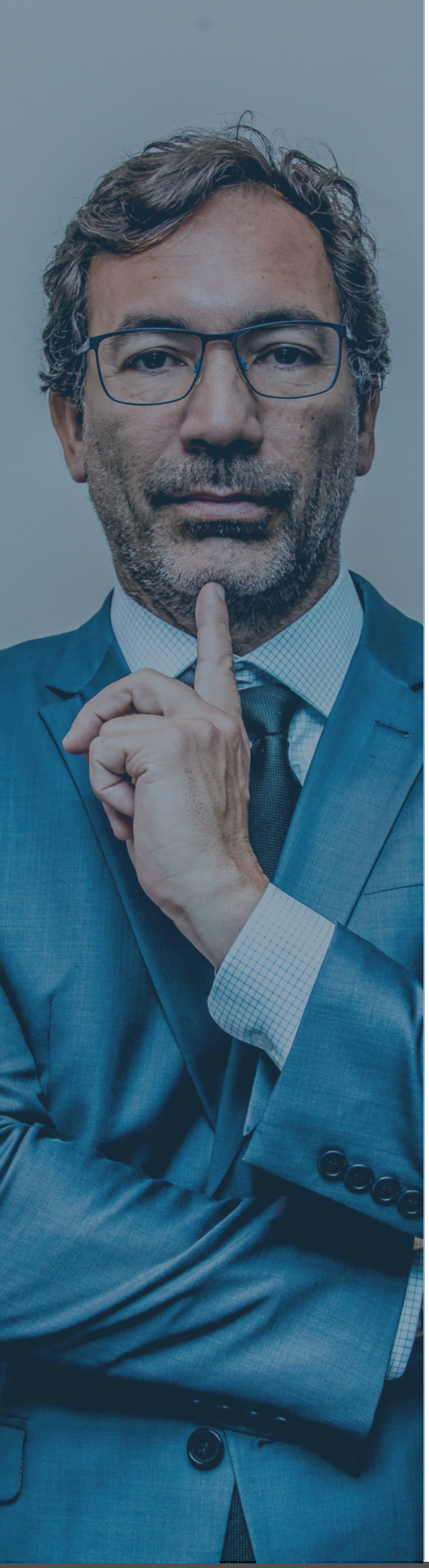
Zünd 2XL-3200 corte mais por menos

Na produção de materiais como **displays**, **embalagens**, **adesivos**, **placas** e **sinalização**, é essencial que o equipamento alie **economia** e **precisão** e é isso que a Zünd 2XL-3200 oferece.



BG
soluções tecnológicas

+55 51 3013 7272 www.bginfo.com.br



ED – Fazendo uma autorreflexão, quais os diferenciais que têm feito com que você se destaque tanto entre as empresas que precisam de um bom advogado?
MAURÍCIO PESSOA – Como disse antes, não me sinto confortável para falar de mim. Vou abrir uma exceção e mencionar apenas duas particularidades que não me parecem presunçosas. A primeira é uma boa capacidade de observação. Não tem nada que passe na minha frente - e que seja importante - que eu não observe. Estou atento até à forma como um campeão de tênis faz o seu discurso de agradecimento depois de ganhar um importante título, ao jeito como se dirige ao público e ao adversário derrotado. No Direito também costuma haver vencedores e perdedores e isso mexe muito com a emoção.

Não é sincero quem o nega ou não vive intensamente quem não o sente. A segunda característica é a coragem. É preciso tê-la para ser um bom advogado. Se você não ousa, não vence. Quem tem medo de desagradar, deve seguir outra profissão. Quem tem medo de arriscar, não inova. O melhor advogado não é o que fala mais alto, que bate na mesa, que intimida, mas o que sabe o que dizer e como dizer, sem se preocupar com que os outros vão pensar. Precisei de força para sair de casa aos 15 anos e da minha cidade natal aos 23 anos. Esse desassombro sempre me empurrou para frente. Foi fundamental para que eu abrisse um escritório num país cujo ambiente empreendedor não é convidativo. Antes disso fiz movimentos arriscados, abandonei zonas de conforto, buscando apenas uma felicidade maior. Se você está feliz, o resto flui. Empreender no Brasil exige uma dose alta de destemor porque por aqui se confunde o insucesso com o fracasso.



INDÚSTRIA BRASILEIRA DE TINTAS
PARA IMPRESSÃO

Os produtos Fremplast são fabricados com a mais alta tecnologia industrial e passam por um rigoroso controle interno em laboratórios com equipamentos de última geração. Temos um sistema de qualidade auditado pela SGS e somos certificados na Norma ISO 9001:2015 que garante maior segurança e credibilidade aos nossos clientes.Nosso parque industrial é marca registrada de uma empresa preocupada com a sustentabilidade e o meio ambiente. Possuímos uma estação de tratamento de efluentes e um moderno processo de separação e descarte dos resíduos industriais provenientes das embalagens a base de papel recebidos com os insumos e materiais utilizados na fabricação de nossos produtos.



Tintas para Impressão Digital

Tintas para Serigrafia

Tecido, Químicos e Emulsões

Equipamentos, Peças E Acessórios

0800 772 1069
www.fremplast.com.br

Fremplast tintas



DOCE ALMA

Como diria Mário de Andrade, em *O valioso tempo dos Maduros*, "Contei meus anos e descobri que tenho menos tempo para viver a partir daqui, do que o que eu vivi até agora"

Eu me sinto como aquela criança que ganhou um pacote de doces: o primeiro comeu com prazer, mas quando percebeu que havia poucos, começou a saboreá-los profundamente. Estou lambendo as embalagens, aproveitando cada segundo ou, ainda me apropriando das palavras do Mário de Andrade, sinto que estou roendo os caroços.

Já não tenho tempo para reuniões intermináveis em que são discutidos estatutos, regras, procedimentos e regulamentos internos, sabendo que nada será alcançado, ou para aquelas reuniões que poderiam ser um e-mail.

Não tenho mais tempo para apoiar pessoas absurdas que, apesar da idade cronológica, não cresceram.

NOVAS ESTRATÉGIAS PARA UM NOVO FUTURO



O futuro não será como antes.
O Ricardo Amorim pode ajudá-lo para se preparar para ele.

RiCAM
Consultoria Empresarial Ltda.

Meu tempo é muito curto para discutir títulos, tenho pouco interesse no cargo que você ocupa ou em quantos funcionários você tem. Eu quero a essência, eu quero saber quem você é, seus sonhos, seus planos.

Minha alma está com pressa...
Sem muitos doces no pacote...
Quero viver ao lado de pessoas humanas, muito humanas, defeituosamente humanas. Que sabem rir dos seus erros. Que não ficam inchadas com seus triunfos e conquistas. Que não se consideram eleitos antes do tempo, que não caem no conto de ser o escolhido. Que não ficam longe de suas responsabilidades.

Que defendem a dignidade humana e querem andar ao lado da verdade e da honestidade, gente que não tem medo de dar de cara com o lado feio da vida.

O essencial é o que faz a vida valer a pena.

Quero cercar-me de pessoas que sabem tocar os corações das pessoas...

Pessoas a quem os golpes da vida, ensinaram a crescer com toques suaves na alma. Sim, estou com pressa, meu pacote de balas está ficando vazio, minha bacia tem mais caroços do que cerejas... Estou com pressa para viver com a intensidade que só a maturidade pode dar.

Eu pretendo não desperdiçar nenhum dos "doces" que eu tenha ou ganhe...
Tenho certeza de que eles serão mais requintados do que os que comi até agora.

Meu objetivo é chegar ao fim satisfeita e em paz com meus entes queridos e com a minha consciência.

Nós temos duas vidas e a segunda começa quando você percebe que você só tem uma.

No fim, tudo que temos que fazer é decidir o que fazer com o tempo que nos é dado.

Esse texto foi inspirado pelo poema "O valioso tempo dos maduros" de Mário de Andrade.

RETOMANDO AS ATIVIDADES?



GANHE
1 Display para copos



Para compras acima de 200 unidades.



CADA UM COM SEU COPO.

- Uso pessoal diminuindo o risco de contaminação
- Reutilizável de altíssima durabilidade
- Biodegrádavel
- Decoração 360° com a cara da sua empresa

Escreva seu nome no copo!

COPOLÂNDIA

COPOLÂNDIA

- Copos e Baldes com decoração In Mold Label
- Acessórios
- Itens ecológicos e biodegradáveis

ADESIVA

- Pré-impressão
- Impressão Gráfica
- Cortes especiais e acabamento

DEZ X
INTELIGÊNCIA CRIATIVA

- Estratégia promocional e produtos criativos
- Materiais de ponto de venda
- Serviços criativos online e offline







---

(11)3347-3888

Saiba mais através do site:
grupojpdv.com.br

"Um grupo capaz de **planejar, criar, gerir, produzir e entregar produtos e serviços estratégicos** para as mais diversas **ações promocionais**"

GRUPO JPDV



ANDREA DIETRICH

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MANTRA PARA 2021: SER UMA EMPRESA RESILIENTE.

Se performance era o mantra para os planejamentos estratégicos até aqui, a palavra de 2021 é RESILIÊNCIA.

Resiliência é a prioridade dos executivos hoje e à medida que o mundo dos negócios se torna cada vez mais incerto e volátil, as empresas que desenvolveram intencionalmente recursos para lidar com a ambiguidade e a imprevisibilidade - em uma palavra, resiliência - têm maior probabilidade de prosperar. Esses são os apontamentos colocados em artigo da BCG recentemente.

Ser resiliente implica em atuar em 6 dimensões:

01) Desenvolver uma operação ágil: ter uma cadeia digitalizada, automatizada com apoio de Inteligência Artificial.

02) Empoderar pessoas: trazer maneiras ágeis de trabalhar com apoio da tecnologia, forte conexão entre as pessoas e senso de propósito compartilhado.

03) Acelerar dados e digital: arquitetura baseada em APIs e micro serviços, com data lake que habilita a inovação rápida.

04) Foco em cibersegurança: tema na pauta estratégica do CEO, cadeia operacional e plataformas com parceiros segura.

05) Fortalecer o financeiro: modelos de negócios leves, processos digitalizados para controle, auditoria e planejamento.

06) Proteger e potencializar o top line: jornada do consumidor integrada com recomendação personalizada.

Os planos devem envolver 3 perspectivas: como atuar na crise mantendo o negócio, como se recuperar e como construir simultaneamente o cenário futuro, preparando a empresa para uma nova realidade.

"A metáfora é que durante 30 anos a gente procurou unicórnio, mas na pandemia chegamos na beira do deserto e concluímos que o unicórnio não vai passar o deserto porque precisa de água. Então, agora será preciso encontrar um camelo para atravessar o deserto sem beber água durante três dias"- Disse o professor de estratégia da Fundação Dom Cabral, Paulo Vicente Alves. Como está seu plano para ser resiliente?

Transformação digital contribui para resiliência no longo prazo e gera resultados.

PERFORMANCE
de 12% a 20% do EBIT adicional

AGILIDADE
40% a 50% mais velocidade

PRODUTIVIDADE
20% a 30% de times mais produtivos

ESTABILIDADE
Até 60% menos falhas em TI e retrabalho



JAKE NETO

TV E GAMES

O MOMENTO PLUS+

Recentemente as três gigantes, Apple, AT&T e Disney, promoveram e disponibilizaram aos clientes seus Canais de VOD (Video on Demand) com o nome e o sufixo + (Plus), gerando no mercado o chamado “Momento Plus”.

A revolução anterior que o setor audiovisual havia enfrentado tinha sido com a chegada do Home Vídeo, que modificou por completo a indústria de cinema no Brasil e no mundo, propiciando uma nova experiência de consumo em todos os lares.

Os VOD`s (Video on Demand), até meados de 2019, eram interpretados como uma grande interrogação, apesar de seus números expressivos, pois o mercado audiovisual e canais tradicionais possuíam uma resistência em acreditar no poder desse novo modelo de negócio baseado em vídeo sob demanda.

Neste último ano, no entanto, houve uma grande explosão deste modelo de negócio, já que os canais tradicionais viram o comportamento publicitário decair abruptamente. Algumas gigantes, que acompanharam de perto esta mudança, tomaram a liderança nos lançamentos:

A Apple utilizou como facilitador o aplicativo Apple TV que é instalado em todos os seus equipamentos no pacote padrão, buscando com isso uma grande conversão de base de assinantes, pois possui a base de cartões de crédito já

vinculada a conta da Apple Store. Além disto, tem oferecido aos seus novos clientes um ano de assinatura do Apple TV+ gratuitamente, arrebanhando ainda mais usuários.

A AT&T, hoje dona e controladora dos poderosos grupos de mídia Warner Bros, Turner e HBO, apresentou a HBO Max ou, dentro do mercado audiovisual, a AT&T Plus. As empresas do grupo prometem trazer uma biblioteca de conteúdos incrível e, ainda utilizar a estratégia de entrega de uma Telecom como a AT&T e suas parceiras. A operação da HBO MAX ainda não tem data para lançamento na América Latina, mas existem rumores de novas parcerias com outras empresas de Telecom na região, fazendo com que o seu posicionamento seja rápido também.

A Disney Plus, lançada nos Estados Unidos no último trimestre de 2019, já superou 60 milhões de assinantes. A Hulu, empresa pertencente também à Disney Company, coopera com tais números, pois possuem ações cruzadas de vendas. A Disney Plus trouxe os conteúdos da Disney, Marvel, Fox e Pixar em uma única plataforma, e já é vista como a grande estrela a ser lançada no Brasil em novembro de 2020.

O mercado brasileiro possui números incríveis para o mercado de VOD. Com mais de 214 milhões de habitantes, o Brasil possui mais de 149 milhões de usuários de internet, embora somente 7% assinem um serviço de VOD.

Os números indicam que existem mais de 300 milhões de aparelhos celulares móveis com acesso a internet, o que significa que existem em torno de 2 aparelhos por usuário de internet no país. O Brasil é, ainda, o terceiro maior mercado mundial para a plataforma Youtube.

O ano de 2020 trouxe um cenário extraordinário para o mercado de plataformas digitais de vídeo, devido a mudança de comportamento de consumo provocada pelo lockdown. Com isso, houve um crescimento extraordinário de consumo, forçando as plataformas digitais a acelerarem seus planos de expansão e crescimento. A gigante Amazon, com o Amazon Prime Video, obteve um crescimento expressivo no Brasil e em outros territórios da América Latina, usando o serviço de vídeo para atrair novos assinantes também para a sua plataforma de operação no varejo.



Nos próximos meses, espera-se mais uma modificação neste cenário, com a entrada de plataformas de vídeos no formato AVOD (Advertising Video on Demand) na América Latina. Estas, prometem ser plataformas de vídeo inteiramente grátis e com anúncios que garantam a sua receita, da mesma maneira que o Youtube, que ate então tinha o monopólio deste modelo.

Importantes nomes como a PlutoTV, que pertence ao grupo Viacom, e o TUBI, que pertence ao grupo New FOX, farão em breve o lançando de seus serviços para o Brasil.

Isso só foi viável com a modificação do mercado publicitário digital e também com a movimentação da ROKU para o mercado da América Latina. Hoje, a ROKU possui mais de 54% do mercado de SmartTVs nos Estados Unidos e revolucionou o mercado de AVOD com uma agressiva operação de venda de publicidade para todas as plataformas digitais que utilizam seu ecossistema.

Em uma visão ampla, o mercado de VOD é enorme e com mais de 3000 plataformas já publicadas, mas ainda possui espaço para o crescimento de novas.

O modelo anterior de consumo, com TVs a cabo e canais abertos, tem sido modificado rapidamente, passando para as plataformas digitais, em que tanto clientes quanto produtores, buscarão seus nichos de mercado específicos, ligados diretamente ao seu tipo de conteúdo, estratégia comercial e campanhas de marketing.

Este novo momento para o mercado audiovisual está trazendo também novas maneiras de atendimento, negociação de conteúdo e construção de marca, além de novas tendências e, até mesmo, licenciamento de produtos, com reflexos no varejo.

imagineps.com.br

FLEXÍVEL NO PREÇO E NA PRODUTIVIDADE



Labstar 330

IMPRESSORAS UV COM ALTA PRODUTIVIDADE E BAIXO CUSTO

HandTop

imagine Print Solutions



ALFREDO SOARES

#BORAVENDER

EXPERIÊNCIA DO CLIENTE É IMPORTANTE?

E ainda tem gente que pensa que experiência do cliente é opcional.

Não adianta nada seu produto ser o melhor do mercado se sua experiência é uma m*rda. Os consumidores estão cada vez mais exigentes com como são tratados, uma vez que se tornam clientes, e isso pode ser a chave para o seu crescimento ou a razão da sua falência.

A experiência passa a ser um dos principais fatores de lealdade à marca, principalmente para os millennials e a geração Z que têm altas expectativas nesse tópico.

Uma das analogias legais de se fazer é a do NPS. Quando estiver atendendo uma pessoa pense: eu atenderia/trataria um amigo ou familiar dessa maneira?

Lembre-se: experiência não é mais uma opção, agora é uma expectativa do mercado que ou você entrega ou você perde cliente.

Como você trata a experiência do cliente no seu negócio?

PAPEL PARA SUBLIMAÇÃO



Aponte a câmera do seu celular e saiba mais!

Direto da Fábrica

20 ANOS DE EXPERIÊNCIA

Oferecemos excelência aos nossos clientes

UNIDADE DE VENDA PARA O ESTADO DE SÃO PAULO

Com uma equipe comercial e uma equipe técnica

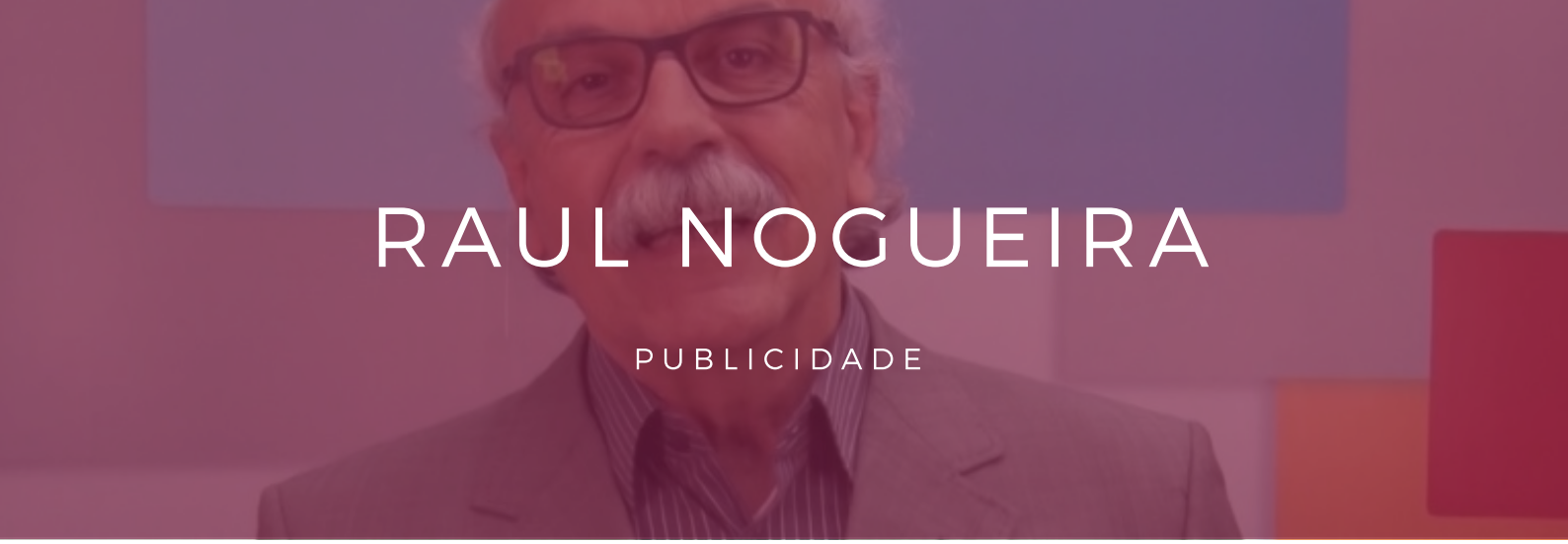
COMPRE DIRETO DA FÁBRICA

Somos especialistas na fabricação de papel para sublimação

BN Sublimação

11 98962-3672 - www.bnsublimacao.com.br

Rua Pinheiro Guimarães 104 - São Paulo - SP - 03141-030



RAUL NOGUEIRA

PUBLICIDADE

LACTA ESCALA COELHO DA PÁSCOA PARA AJUDAR O PAPAI NOEL NESTE NATAL.

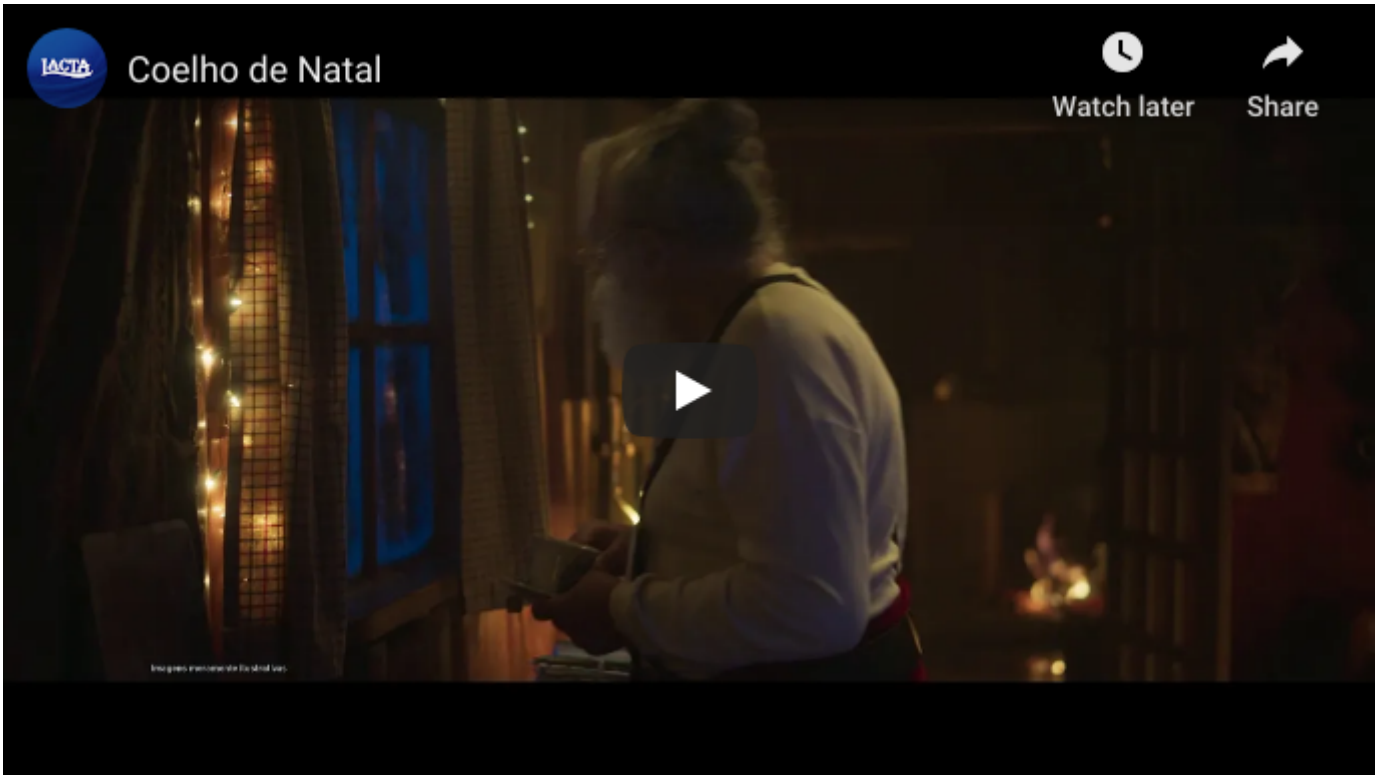
Com a chegada do Natal em um ano tão atípico e sensível como 2020, há muitas incertezas sobre como serão as festas de fim de ano. Depois de tanto se falar acerca do tema, finalizamos o ano com algumas questões: “não seria o Papai Noel do grupo de risco? Poderia ele sair por aí entregando presentes?”

Foi pensando nisso que a Lacta solicitou a ajuda de um convidado muito especial, que com criatividade vem salvar este Natal. Resgatando valores de solidariedade e generosidade tão característicos da data, a marca convocou o Coelho da Páscoa para dar uma ajuda ao Bom Velhinho. A ideia é que com o ajudante, Papai Noel consiga respeitar o isolamento social e fique seguro em casa.

A campanha #PapaiNoelFicaEmCasa, criada pela agência DAVID São Paulo, narra a história de como esses dois personagens tão populares unem forças para a data. O movimento começou com uma mobilização nas redes sociais, dando luz a problemática e engajando influenciadores.

O filme de 30 segundos, que traz a resposta de Lacta para o fato, entra no ar a partir de 4 de dezembro nos canais sociais da marca. Uma versão estendida de 60 segundos será revelada ao público no mesmo dia, trazendo toda a magia dessa narrativa que conta com uma dupla inusitada: Papai Noel e Coelho; com veiculação também em TV aberta. A estratégia de comunicação 360 envolve mídia exterior, parceiros digitais como Uol e Globo.com, ação integrada no PDV e parceria com Google para criação de peças personalizadas de acordo com cada tipo de target.





Por que o serviço de inteligência
vai ajudar a transformar o seu negócio



www.serinews.co