

Atitudes no presente para construir o seu futuro

IA, ESG, finanças, comunicação: um guia executivo que vai ajudar você a se preparar para 2025.

 **Dnews**
ANO 16

EDIÇÃO DEZEMBRO 2024 / JANEIRO 2025

D.NEWS® é uma publicação DASEIN®

 DASEIN
EMA Partners
Brazil



DNEWS

Órgão de divulgação da Dasein | EMA Partners Brazil.

CEO: Adriana Prates

Diretor Executivo: Daniel Rezende

A Dnews é uma revista bimestral da Dasein | EMA Partners Brazil.

Comentários e sugestões: comunicacao@dasein.com.br

CONTEÚDO

Conceito Gráfico: Thiago Colares

Redação e edição: Aline Ferreira

Diagramação: Fabiana Ferraresi

Fotografia da capa: Absolutivision / Unsplash

CONTATO

Avenida Raja Gabágliã . 3117 . conjunto 116

São Bento | Belo Horizonte | Minas Gerais

Telefone: 31. 3110 3205

E-mail: dasein@dasein.com.br

www.dasein.com.br

.04

CULTURA PARA IR ALÉM

Histórias que inspiram, divertem e nos levam a pensar de uma forma mais ampla, nas dicas culturais do time Dasein.

.06

ACOLHIMENTO E RESPEITO

Em entrevista, Alcione Albanesi, presidente da Amigos do Bem, aborda a trajetória da entidade que está mudando a vida daqueles que mais precisam.

.10

VALORIZAR O QUE É NOSSO

É olhando e admirando as raízes da mineiridade, que Luiz Porto está produzindo um dos vinhos mais apreciados do Brasil.

.14

CLIENTE FELIZ

Gisele Paula, uma das fundadoras do Reclame Aqui, fala de um desejo em comum entre negócios de todas as áreas: a fidelidade e satisfação do cliente.

.18

GUIA EXECUTIVO

Além da IA, ESG e comunicação, o que mais será tendência em 2025? Preparamos um guia executivo para contribuir com o seu desenvolvimento.

.26

OLHE PARA O SEU HOJE

As incertezas do futuro têm levado você a questionar suas decisões no presente? Essa é uma das questões levantadas pela escritora Elisama Santos.

ACHADOS DO TIME



“O Avesso da Pele”, de Jeferson Tenório, é vencedor do Prêmio Jabuti.

TUDO QUE HABITA NOSSA PELE BRASILEIRA

Dica do empresário, designer e conselheiro da Dasein, Thiago Colares.

“O Avesso da Pele”, livro indicado pelo conselheiro da Dasein, Thiago Colares, conta a trajetória de Pedro em busca de suas origens, passado e história da sua família, após um duro episódio envolvendo a morte de seu pai. “A partir desse fio narrativo, o autor, Jeferson Tenório, nos entrega, com maestria, uma trama que aborda as complexas relações raciais, violência e negritude. Sua construção de linguagem é rica, com o narrador compartilhando os fatos e pensamentos tanto em primeira, quanto em segunda pessoa.”

Mas o mérito não é somente da preciosidade de sua construção literária, assinala Colares. “É, principalmente, das reflexões contundentes sobre tudo que habita nossa pele brasileira, nossa mistura de cor e nossas concepções raciais e identitárias mais atávicas - tudo isso sob o olhar de um homem negro em nosso país. Mesmo aos brancos de cor, tudo é reflexo, tudo é social, tudo é transversal.”

Em um tempo quando diversidade, ancestralidade e pluralidade de visões de mundo são (ou, pelo menos, deveriam ser) colocadas no centro da mesa de diálogo das organizações e estruturas corporativas, “O Avesso da Pele” passa a ser uma leitura imprescindível: é contemporânea, brasileira, proprietária e vencedora do Prêmio Jabuti na categoria “Romance Literário”, em 2021.

O que: livro “O avesso da Pele”. | **Onde comprar:** livrarias de rua e online.

HISTÓRIA QUE ATRAVESSA GERAÇÕES

Dica da gerente de Gestão e Negócios da Dasein, Mariele Zapula.

Baseado em uma peça teatral que transcende o tempo e encanta diversas gerações, o filme “O Auto da Compadecida” mostra a genialidade de um dos maiores escritores brasileiros: Ariano Suassuna. Essa é a dica da gerente de Gestão e Negócios da Dasein, Mariele Zapula. “Com inteligência e sagacidade, Suassuna cria uma narrativa rica em humor e crítica social, ambientada no sertão nordestino, onde os protagonistas João Grilo e Chicó enfrentam dilemas humanos universais. É impressionante como ele equilibra a simplicidade dos personagens com uma narrativa cheia de complexidade e profundidade.”

“Em breve, esse universo poderá ser revisitado pelo público, com o lançamento de ‘Auto da Compadecida 2’ – a prova de que histórias bem contadas nunca deixam de ser relevantes. Continuam a emocionar, divertir e inspirar, geração após geração. Se você ainda não conhece o livro ou as adaptações, esta é a hora de mergulhar nesse verdadeiro tesouro da cultura brasileira.”

O que: filme “O Auto da Compadecida”. | **Onde assistir:** Globoplay.

A CRIATIVIDADE ESTÁ NA DIVERSIDADE

Dica da consultora associada da Dasein, Janice Valentim.

Qualquer pessoa pode ser criativa. Essa é a ideia central do livro “Originais - Como os inconformistas mudam o mundo”, de Adam Grant, dica da consultora associada da Dasein, Janice Valentim. Por meio de histórias reais envolvendo o mundo dos esportes, dos negócios, da política, além da arte, ele mostra como profissionais, das mais diversas áreas, aprimoraram a sua criatividade.

Segundo Valentim, nada é completamente original. “As nossas ideias são influenciadas pelo ambiente a nossa volta. E quanto mais referências tivermos, maior a chance de criar algo inusitado, diferente e criativo. Para isso é importante conviver com a diversidade, com pessoas que nos dêem feedbacks que desestabilizem, possibilitando questionar, aprimorar as incertezas. Pesquisas revelam que os erros que mais provocam arrependimentos não são os erros de ação, mas os de omissão”. Citando o livro, ela ressalta: “tornarmo-nos originais não é o caminho mais fácil na busca da felicidade, mas cria as condições ideais para a felicidade da busca.”

O que: livro “Originais - Como os inconformistas mudam o mundo”. | **Onde comprar:** livrarias de rua e online.

APRENDENDO COM: ALCIONE ALBANESI, PRESIDENTE DA AMIGOS DO BEM

—

“Todo ser humano é capaz de se desenvolver, desde que lhe sejam oferecidas as condições necessárias.”



Nos idos de 1993, Alcione Albanesi, então CEO da FLC, líder no mercado brasileiro de lâmpadas, pisou pela primeira vez no sertão nordestino. Ela havia reunido 20 amigos para promoverem um Natal solidário em povoados do semiárido, no estado de Pernambuco. Caatinga adentro, ela se deparou com um cenário desolador, que transformaria seu olhar, a sua vida e o futuro de milhares de pessoas. Nascera ali, em plena terra seca, a primeira semente da Amigos do Bem, uma das maiores e mais respeitadas organizações brasileiras dedicadas à transformação social. Três décadas depois, além da assistência imediata e necessária, a entidade vem quebrando o ciclo da miséria por meio da educação, da capacitação profissional, do respeito e acolhimento a quem mais precisa. Conheça mais desta história.

Criada há 30 anos, os Amigos do Bem começaram com a doação de alimentos para o sertão de Alagoas, Pernambuco e Ceará. Hoje, mais de 150 mil pessoas são beneficiadas mensalmente por meio da educação, da geração de renda, saúde e nutrição. Nestas três décadas de atuação, quais foram as principais mudanças que o projeto trouxe para a região e seu povo?

Ao longo de três décadas, nossa instituição transformou a vida de mais de 150 mil pessoas. Criamos um modelo de transformação que promove uma mudança efetiva, com projetos autossustentáveis capazes de promover o desenvolvimento local e a inclusão social, erradicando a fome e a miséria. Com projetos que levam educação para mais de 10 mil crianças, geração de emprego e de renda, saúde, água, infraestrutura, entre outras frentes de trabalho, buscando dignidade e autonomia para as comunidades. Criamos quatro Cidades do Bem, com infraestrutura completa, com centros de saúde, consultórios, 543 casas construídas, escolas, poços e cisternas que atendem mais de 300 povoados.

Quem tem fome não é livre, quem não sabe ler e escrever também não é livre. Tem que ter o que comer para estudar. Tem que ter educação para trabalhar. Atualmente, atendemos mais de 10 mil alunos em quatro escolas de tempo integral e nos quatro Centros de Transformação (CTs). Desenvolvemos projetos que atendem o indivíduo desde a primeira infância até o idoso. Nossas iniciativas vão além da assistência humanitária; estamos levando educação e oportunidades em uma região onde milhões de brasileiros ainda sobrevivem da roça seca. A Escola Amigos do Bem, em Inajá (PE), é um exemplo de como podemos transformar a vida de milhares de pessoas: de uma nota de 3,5 no IDEB há dez anos, alcançamos 9,2 em 2024, mostrando que a educação pode ser uma poderosa ferramenta de mudança.

Temos 15 unidades produtivas para gerar renda. Construímos duas fábricas de beneficiamento de castanha de caju no sertão de Pernambuco e do Ceará, além de duas fábricas de pimentas e doces e seis oficinas com 300 máquinas de costura que ficam no sertão nordestino. Ao todo, geramos emprego para mais de 1,5 mil pessoas no sertão nordestino.

Mas só conseguimos tudo isso com a ajuda de milhares de amigos, empresas amigas e mais de 10 mil voluntários comprometidos com a transformação de vidas fazendo parte dessa corrente do bem.

Base do desenvolvimento humano, a educação é a melhor forma de mudar a vida de jovens em situação de vulnerabilidade e de inseri-los no mercado de trabalho. No entanto, muitos jovens aptos perdem oportunidades para a discriminação. De líder para líder: como quebrar a barreira do preconceito nas empresas e sensibilizar lideranças para essa causa?

Sabemos que as oportunidades nunca são iguais para todos, mas o Brasil está entre os países mais desiguais do mundo, com um dos maiores Produto Interno Bruto (PIB) do planeta. As famílias que atendemos no sertão são constituídas de cerca de 90% de pessoas pretas, pardas ou indígenas. A miséria e o abandono desta região são resultado de séculos de des-caso de todos nós brasileiros e precisamos agir dentro de nossas possibilidades individuais ou institucionais para quebrar as barreiras do preconceito e da desigualdade na sociedade e nas empresas. Acreditamos que todo ser humano é capaz de se desenvolver, desde que lhe sejam oferecidas as condições necessárias e é o que temos buscado fazer em nosso trabalho ao longo dessas três décadas.



Quem tem fome não é livre, quem não sabe ler e escrever também não é livre. Tem que ter o que comer para estudar. Tem que ter educação para trabalhar.



Temos testemunhado o poder transformador da inclusão e da educação na vida de jovens em situação de extrema vulnerabilidade. Nosso projeto vai além da assistência imediata; ele é uma estratégia de desenvolvimento que busca capacitar essas crianças e jovens para que eles possam moldar seu próprio futuro e o de suas comunidades. Acreditamos que uma visão 360° é

essencial para promover mudanças duradouras. Sensibilizar lideranças para a inclusão requer empatia e ações concretas. As histórias de jovens, homens e mulheres que superaram desafios e que tiveram suas vidas transformadas é uma forma poderosa de motivar mudanças. O engajamento das empresas em ações de responsabilidade social demonstra que o compromisso com a sustentabilidade vai além do discurso. Essa transformação começa hoje e depende de uma ação coletiva.

O Amigos do Bem integra o Pacto Global da ONU no Brasil e tem como missão mobilizar a comunidade empresarial na adoção e promoção de dez princípios universalmente aceitos nas áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Como está ocorrendo esse diálogo com a iniciativa privada?

Quando iniciamos nosso trabalho, poucas empresas apoiavam iniciativas sociais. Tudo era muito difícil. A pandemia acelerou o movimento de responsabilidade social nas companhias, que passaram a enxergar o ESG como um recurso importante para o avanço do negócio da sociedade. Hoje, as empresas nos procuram pelos nossos 30 anos de história e pelo projeto concreto de transformação que, com a ajuda de milhares de amigos, realizamos. Temos uma atuação 360 e atendemos 12 dos 17 objetivos de desenvolvimento da ONU.

Temos sido o “S” de muitas empresas nas ações de sustentabilidade, pelo impacto positivo que temos promovido nas regiões onde atuamos. Pela nossa experiência e resultado, tive a alegria de ser convidada para ser a representante do ODS1, de Erradicação da Pobreza, do Pacto Global da ONU no Brasil. Métricas de desempenho e transformação, transparência e governança são fundamentais. Desde 2015 somos auditados pela EY.

Fazendo uma retrospectiva da sua jornada, quais foram os principais erros e os acertos que mais a ensinaram e que podem inspirar outros empresários?

Em 1992, fundei a minha empresa que se tornou líder de mercado no país, com quase 40% de market share no setor de lâmpadas. Em 1993, fiz minha primeira viagem ao sertão nordestino e nunca mais deixei de ajudar.



Não tenho compromisso com o erro. Muitas pessoas acabam não agindo ou dedicando anos a projetos que não saem do papel.



Durante anos, conciliei meu trabalho profissional com meu projeto social, mas, em 2014, decidi vender a minha empresa para me dedicar exclusivamente, e de forma voluntária, aos Amigos do Bem. Foi uma decisão muito difícil e ao mesmo tempo muito consciente. Sou muito feliz com esta decisão e grata pela oportunidade de fazer um pouco pelo meu país.

Como empresária, enfrentei desafios macroeconômicos, erros de compras na China, um mercado masculino em que quase não existiam mulheres. Imagina liderar um segmento dominado por homens e por multinacionais, como Philips e Osram, por exemplo. Não foi tarefa fácil, mas tínhamos o diferencial das pessoas, de uma marca de qualidade e de uma gestão humana e atenta aos detalhes.

Nos Amigos do Bem os desafios são muito maiores. Quando iniciamos, não sabíamos como poderíamos realmente mudar a vida das pessoas, fazíamos um trabalho humanitário com o intuito de amenizar o sofrimento do momento e de levar esperança. A vivência, a proximidade com as famílias e o amor nos ajudaram a desenvolver projetos e ações efetivas de transformação.

Sempre falo que não tenho compromisso com o erro. Muitas pessoas acabam não agindo ou dedicando anos a projetos que não saem do papel. Agir com confiança e muito trabalho sempre me levou a alcançar resultados importantes. Acredito que se tivermos um objetivo e propósito legítimos, chegaremos no destino certo. Construir pontes é fundamental e não desistir, jamais!

Nos Amigos do Bem, o nosso compromisso é com a transformação, com as famílias atendidas, voluntários e doadores. Acredito na gestão com muito trabalho, amor e muitos amigos.

Você é um grande exemplo para o mundo executivo, como empresária à frente do seu tempo, como ser humano. Na sua caminhada, quais foram as pessoas que mais te inspiraram e ensinaram?

Minha maior inspiração é a minha mãe, Guiomar de Oliveira Albanesi, que me ensinou a fazer o bem. O bem se ensina e aprendi com seu exemplo de amor ao próximo. Seguindo suas palavras, “Viver não é um simples espaço de tempo entre o nascer e o morrer, é dinamizar a vida com atos de fraternidade”. Assim sigo junto com meus Amigos do Bem, buscando sempre fazer mais e de forma melhor.

OBSERVATÓRIO

DA TRADIÇÃO, A INOVAÇÃO

Olhar para dentro e valorizar as próprias raízes é o caminho que tem levado a Luiz Porto a produzir um dos vinhos mais autênticos e admirados do Brasil.



Fotografia: Moritz Knoring / Unsplash.

Tão gigante quanto as montanhas mineiras, é o acolhimento de um povo que guarda histórias, tradições e uma cultura que se manifesta no seu modo único de ser e de fazer. Minas Gerais é, antes de tudo, sua gente. É seu amor pela terra, por suas espécies e frutos. Pelo jeitinho desapressado, que zela pelos mínimos detalhes.

É olhando para dentro, para o valor da identidade mineira, que a Vinícola Luiz Porto, de Cordislândia, se expande e reúne admiradores mundo afora. O apreço pelo legado de quem chegou antes está em cada detalhe: a começar por seu nome, em homenagem a um dos pioneiros no cultivo de uvas no Sul de Minas, Luiz Porto. Visionário, no início dos anos 2000 ele plantou 45 mil mudas de uva na região, mas não chegou a ver os vinhos prontos.

Anos depois, seu filho, Luiz Porto, viu na vitivinicultura uma forma de consolidar essa visão. Inspirado pela memória paterna e pela coragem de experimentar, investiu em um processo inovador no Brasil: o ciclo invertido. Com o apoio da Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (Epamig), iniciou a colheita no inverno, período de seca que possibilita um amadurecimento diferenciado das uvas – processo que transformou o terroir de Cordislândia em um símbolo de inovação.

MANTER VIVA UMA HERANÇA CULTURAL

Para Luiz, que cresceu entre os cafezais de sua família e as tradições mineiras de uma vida simples e conectada à terra, a vitivinicultura foi um reencontro com suas raízes e uma

nova maneira de honrar sua herança familiar. “Minha infância foi marcada pelo cheiro do café torrado, pelo sabor do doce feito no tacho, fogão a lenha aceso o dia todo, o retiro de leite, os terreiros. Aquele relevo de morros arredondados, que se perdem no horizonte, o mais belo pôr do sol que já se viu.”

Trazer essas histórias para a essência de um vinho é mais do que um sonho; é uma forma de manter viva uma herança cultural para as novas gerações. Cada safra que Luiz produz é, para ele, uma homenagem ao legado dos avós, que transmitiram o respeito pela terra e o entendimento do tempo da roça – o tempo de plantar, de cuidar e de colher.



É olhando para dentro,
para o valor da identidade
mineira, que a Vinícola
Luiz Porto se expande
e reúne admiradores
mundo afora.



Trazer essa essência para o vinho é mais do que um sonho; é uma forma de manter viva uma história para as novas gerações. Cada safra que Luiz produz é, para ele, uma homenagem ao legado dos avós, que transmitiram o respeito pela terra e o entendimento do tempo da roça – o tempo de plantar, de cuidar e de colher.



Fotografia: acervo pessoal.

ADMIRAR O QUE É NOSSO

Por muito tempo nos contaram que qualidade vem de fora, que os produtos brasileiros não estavam à altura dos importados. Felizmente, o país vem se desvencilhando dessa pecha e é crescente a valorização dos produtos nacionais, sobretudo no setor alimentício, vestuário e mobiliário.

Estaríamos compreendendo que não há nada mais precioso que a autenticidade do que é nosso? Em partes. No mercado de vinhos finos, a batalha não está ganha, ainda há uma barreira de preconceito a ser quebrada. Segundo Luiz Porto, a regionalidade ganhou

muita força nos últimos tempos, principalmente no pós pandemia, com a quebra de cadeias de alimentos, “o que fez com que muita gente valorizasse os produtos locais e percebesse a sua qualidade.”

“

Cada safra é uma homenagem ao legado dos avós, que transmitiram o respeito pela terra e o entendimento do tempo da roça.”

”

Ele conta que no início da vinícola, enfrentou o ceticismo de especialistas e a desconfiança de produtores tradicionais, mas persistiu. “Solo e clima são variáveis que não controlamos, mas nossa paixão e dedicação são a nossa escolha. É isso que faz vinhos Luiz Porto se destacarem. A inovação do ciclo invertido colocou o Sul de Minas Gerais no mundo dos vinhos especiais. Foi colhendo a uva no inverno que nossas montanhas produziram uvas com qualidade impressionante.”

RECONHECIMENTO INTERNACIONAL E ORGULHO MINEIRO

O trabalho árduo e a dedicação de Luiz Porto começaram a colher frutos não apenas na qualidade de seus vinhos, mas também no reconhecimento nacional e internacional. Em 2017, o espumante Brut Luiz Porto ficou em primeiro lugar na avaliação da Vini BRA Expo, concorrendo com mais de 350 vinícolas brasileiras. Outro marco importante foi a medalha de bronze conquistada pelo Syrah Luiz Porto no International Wine Challenge (IWC), uma conquista que simboliza o potencial do terroir sul-mineiro.

Entretanto, o momento mais marcante para Luiz em relação ao reconhecimento aconteceu em um restaurante tradicional de Belo Horizonte. “Vi uma senhora mineira, que brindava com amigos estrangeiros, optar pelo nosso espumante ao invés de um champagne francês. Essa foi a medalha mais especial da minha vida. Ver o mineiro escolher a própria terra é uma vitória que ultrapassa o valor de qualquer título.”

LEGADO DE SUSTENTABILIDADE E INSPIRAÇÃO PARA O FUTURO

Para Luiz Porto, a sustentabilidade e o respeito à terra são pilares inegociáveis em seu trabalho. Sua vinícola é inteiramente conduzida em sequeiro, o que permite que as raízes das videiras se aprofundem no solo e absorvam a essência do terroir mineiro. Ele vê seu legado como algo mais profundo do que a produção de vinho: é a perpetuação de uma cultura de respeito e conexão com a terra e suas espécies. “O legado é aquilo que toca o coração e ecoa para além de uma geração. É a nossa essência viva, transformada em cada safra.”

“

O legado é aquilo que toca o coração e ecoa para além de uma geração. É a nossa essência viva.

”

Ao longo de sua jornada, Luiz Porto percebeu que o terroir do sul de Minas Gerais, muitas vezes subestimado, possui um potencial único para a produção de vinhos finos. Nos próximos anos, ele planeja expandir seus vinhedos, respeitando a Mata Atlântica e mostrando ao público que os vinhos mineiros podem competir com os melhores do mundo.

**DASEIN CONVIDA:
GISELE PAULA, CO-FUNDADORA DO
RECLAME AQUI, FUNDADORA E CEO
DO INSTITUTO CLIENTE FELIZ**



Cliente satisfeito é a melhor propaganda



Quero começar esse artigo fazendo uma pergunta ao caro leitor: você é fiel a alguma marca?

Creio que pelo menos uma marca deve ter passado pela sua cabeça agora. Esse lugar especial na preferência do cliente é o que as marcas mais têm batalhado para alçar, em um mundo cada vez mais competitivo e mutável.

Para que os clientes continuem voltando e indicando a seus amigos, uma marca deve garantir que eles tenham as melhores experiências possíveis com seus produtos e serviços. E isso se torna difícil de conseguir apenas resolvendo problemas dos clientes quando eles entram em contato com o atendimento, ou seja, apenas de forma reativa.

Uma abordagem pró-ativa pode ser o grande diferencial para impulsionar sua retenção e lealdade, mas isso requer ter uma estratégia definida para trabalhar formas de garantir ao cliente que ele tenha êxito com o produto ou serviço adquirido, o que chamamos em outras palavras, de Customer Success.

O Customer Success ou Sucesso do Cliente é uma estratégia corporativa que consiste nos esforços que uma empresa dedica para antecipar as dúvidas ou preocupações dos clientes e fornecer soluções e iniciativas pró-ativas para ajudá-los a serem mais bem-sucedidos no uso de produtos e serviços.

Quero destacar aqui o termo “pro-ativas”. Ele vai além do atendimento ao cliente, que por sua natureza, se trata de uma prestação de serviço reativa. Ele antecipa, ele prevê e ele gera valor constantemente, para que cada vez mais os clientes aprendam e se engajem com os benefícios que a empresa oferece.

Essa é uma estratégia que contribui para aumentar a satisfação do cliente, melhorar as taxas de retenção e reduzir a evasão (churn), aumentar as taxas de renovação, a fidelidade e a receita geral, já que clientes mais engajados e satisfeitos compram mais, ficam por mais tempo e recomendam. Pesquisas mostram que as empresas que priorizam a experiência do cliente geram lucros 60% maiores do que as empresas que não priorizam. E não é à toa que grandes companhias como Microsoft já relatarem investir mais em sucesso do cliente do que em marketing propriamente dito.

RETER É GERAR MAIS RECEITA

Na corrida por modelos de negócios de recorrência, empresas têm investido na oferta de mais comodidade aos clientes por meio de planos de assinatura. Com a recorrência vem um desafio: garantir o processo de renovação a cada mês, comprovando o valor do produto ou serviço e o sucesso no uso dele aos seus clientes.

Como as assinaturas podem ser canceladas a qualquer momento, as empresas que se concentram em reter esses clientes conseguem gerar receitas recorrentes por muito mais tempo, alongando o ciclo de vida útil dos seus clientes e garantindo sua permanência por muito mais tempo.

REDUÇÃO DA EVASÃO

A taxa de churn é definida pelo percentual de clientes que param de usar um determinado



Fotografia: Freddy Mishiki / Unsplash.

produto ou serviço, seja não renovando, cancelando ou desistindo de usar ou consumir. Quanto maior for esse percentual, menor se tornará a receita recorrente e receita futura que essa empresa poderia ter com esses clientes. Basicamente, o negócio que possui um cancelamento alto, enfrentará sérios problemas de sobrevivência ao longo do tempo. Não é à toa, que investidores acompanham criteriosamente o percentual de churn das companhias nas quais investem.

E para reduzir churn, não conheço hoje estratégia mais poderosa que o Customer Success. Embora a empresa possa substituir clientes que descontinuem suas compras por novos leads de vendas, é muito mais barato reter clientes existentes do que gerar e converter leads de vendas em potencial. Pesquisas mostram que adquirir novos clientes pode ser até sete vezes mais caro do que retê-los. Além disso, os clientes existentes são 50% mais propensos a comprar novos produtos quando comparados aos clientes recém-adquiridos.

Empresas que trabalham com uma estratégia de Customer Success, consideram um acompanhamento pró-ativo com o cliente desde o momento da compra para garantir que suas expectativas sejam atendidas e que o produto adquirido de fato gere o resultado esperado. E se não gerar, o time envolvido neste processo consegue rapidamente detectar e agir, antes mesmo que o cliente pense em desistir.

Empresas que só atuam na retenção depois que o cliente decidiu cancelar, acabam apenas apagando incêndio e tendo retorno de retenção muito menor do que o Customer Success pode gerar preventivamente.

MAIOR ENGAJAMENTO

Cliente engajado, é um cliente feliz. Cliente feliz compra mais, recomenda mais e não cancela. Quanto mais o seu cliente compreende os benefícios do seu produto, aprende suas funcionalidades e recursos, mais engajado ele se torna. As estratégias de Sucesso do Cliente podem ajudar as empresas a permanecerem consistentemente engajadas com seus clientes em todas as etapas do consumo do produto e do ciclo de vida.

Com iniciativas educacionais, previsibilidade de uso, rituais e fóruns para engajamento a partir da referência de clientes que já estejam obtendo resultados, são formas que podem ser desenvolvidas para ter o cliente mais motivado e envolvido com o produto ou serviço.

MAIS VENDAS

Ao fornecer experiências valiosas por meio do Sucesso do Cliente, empresas podem aproveitar histórias de sucesso anteriores para convencer potenciais clientes a comprar, gerando um ambiente de confiança e com foco verdadeiramente de ajuda-los a terem êxito. Como já dizia Philip Kotler, o seu cliente satisfeito, é a sua melhor propaganda.

Entre tantos, esses são alguns dos benefícios de uma estratégia de Customer Success e como ela pode ser facilmente revertida em resultados para a companhia.

De acordo com a Forbes, 73% das empresas com experiência do cliente acima da média apresentam melhor desempenho financeiro do que seus concorrentes e tão importante quanto a venda, é o pós-venda.

Empresas que investem em um bom onboarding para os seus clientes, processos bem definidos para adoção ao produto e trabalham sua continuidade por meio de iniciativas de manutenção pró-ativas, veem seus números se tornarem muito mais sólidos, lucrativos e sustentáveis.

Gisele Paula é co-fundadora do ReclameAQUI e fundadora e CEO do Instituto Cliente Feliz, onde transforma a experiência do cliente em uma poderosa vantagem competitiva.

TENDÊNCIAS & UNIVERSO EXECUTIVO

Como aplicar o futuro no hoje?

Um guia executivo que ajuda você a construir seu plano de carreira, pensando nas necessidades dos próximos anos.



Fotografia: Bakr Magrabi/ Pexels.

Pensar o futuro faz parte da história da humanidade. Das aspirações individuais, a planejamentos coletivos, é algo presente nas mais diversas culturas e regiões do globo. É o que ajuda a direcionar mercados, empresas, carreiras. E mesmo sendo tão familiar, não deixa de ser estranhamente incômodo – pensar o futuro nem sempre é confortável, sobretudo quando o desejo está

distante da ação. Mas a partir do momento em que damos o primeiro passo, tudo muda.

Transferir algo do plano das ideias para a vida real pode ser mais simples do que parece: comece olhando para você. Fazer uma avaliação pessoal das suas potencialidades e lacunas, o que precisa aprender, desenvolver, repensar, são

atitudes recomendadas. “Nesse processo, construir um olhar positivo de abertura para o novo é essencial, tendo em vista as muitas mudanças que são impostas à sociedade, ao mercado”, destaca a CEO da Dasein EMA Partners Brazil, Adriana Prates.

O PODER DA ADAPTABILIDADE

Para a head de Pessoas, ESG e Comunicação da Aura Minerals, Isabela França Dumont, assumir a postura de aprendiz, desenvolvendo a adaptabilidade, é um grande diferencial hoje e para os próximos anos. “A única certeza que temos é que as coisas estão mudando muito rápido. Não dá para ficar apegado ao que já sabemos, ao modo como as atividades são feitas. É importante se abrir para o novo para não correr o risco de ficar obsoleto.”

“

A única certeza que temos é que as coisas mudam muito rápido. Não dá para ficar apegado ao que já sabemos.”

”

“Por outro lado, vejo profissionais flexíveis, dispostos a aprender, que se adaptam, que têm a humildade de reaprender o que já sabem. E são essas pessoas que estão despontando, que trazem soluções para o que vamos precisar. Essa é uma postura muito positiva, independente do objetivo de carreira de cada um, quero ser gerente,

diretor, CEO... Se reinventar no próprio cargo, se adaptar, é um sinal que indica que a pessoa está aberta para novos desafios.”

TEMAS CENTRAIS NA AGENDA 2025

Conhecimentos em ESG, finanças/tributos e, sobretudo, inteligência artificial são habilidades altamente requisitadas entre executivos e vão permanecer fortes na agenda em 2025. Pesquisa global do LinkedIn e Microsoft, incluindo o Brasil, mostra que 41% das lideranças preveem uma reformulação completa dos processos empresariais nos próximos cinco anos, com a IA no centro.

Dumont ressalta que é importante ter uma compreensão sobre o ritmo das mudanças, sobre as novas necessidades, como a IA, que é transversal, e está presente em todas as disciplinas. “Mas, de novo, se as pessoas não estiverem sempre se renovando, se adaptando, fica mais difícil evoluir e amadurecer. Vejo muita resistência, medo de perder espaço para a inteligência artificial, mas quem está usando a seu favor vai ter um espaço muito mais fluido, vai conseguir alavancar a carreira e suas atividades.”

Para o head da Silva Freire Advogados e um dos fundadores do Instituto de Formação de Líderes (IFL), Luis Felipe Freire, os conhecimentos em inteligência artificial, ESG (com mais foco para a governança) e finanças são grandes diferenciais, além da comunicação, essencial para qualquer líder.

Mas ele cita algo que vai além. “Sócrates considerava o ‘conhecimento’ uma virtude.

Porém, mais do que conhecimento, devem ser buscadas virtudes éticas e morais. Conhecimento em um líder sem valores pode ser fatal para as empresas e para os negócios. Neste campo, a lealdade, sem dúvida alguma, é a virtude que eu escolheria para buscar em conjunto com o conhecimento”, destaca Freire.

CULTURA DA CONFIANÇA

Não há como falar em futuro do trabalho sem falar de confiança – ponto crucial para uma relação saudável no ambiente profissional. Lideranças que estabelecem uma comunicação transparente, que ouvem seus liderados, que têm empatia e acolhem suas diferenças desenvolvem conexões de segurança, fundamental para alcançar bons resultados.

“

A lealdade, sem dúvida alguma, é a virtude que eu escolheria para buscar em conjunto com o conhecimento.

”

Para Isabela França Dumont, investir em relações de confiança passa por realizar feedbacks constantes, ter conversas abertas sobre carreira, uma agenda mais voltada para pessoas, para o desenvolvimento. “Não é fácil, muitas vezes somos engolidos pela rotina, mas precisamos fazer um esforço, é algo que vale a pena”.

“Quando as pessoas têm liberdade para trabalhar do seu jeito, são naturalmente mais produtivas, criativas e felizes”, lembra Samarone Gomes, gestor de pessoas na Nexa Resources. Para ele, relações de confiança são ligadas, também, às práticas de diversidade, equidade e inclusão. “Quando implementadas de forma abrangente, criam um ambiente de trabalho mais inclusivo e acolhedor.”

Ele, que é uma pessoa autista, relata o exemplo da neurodiversidade, tema ainda insipiente nas empresas. “A pessoa com autismo não tem um comportamento a ser corrigido e sim potencializado. São profissionais que possuem hiperfoco e habilidades únicas, conseguindo ter entregas e comprometimento acima da média, solucionar problemas pensando de forma diferente, fora da caixa. Mas para desenvolver esse olhar é necessário, antes, ter empatia, o que parte de uma cultura de diversidade consolidada.”

MODELOS DE TRABALHO

O modelo de trabalho nas empresas é outra discussão que não vai arrefecer em 2025, seja em torno do retorno definitivo ao presencial (muitas empresas de tecnologia estão abolindo o homeoffice) ou em relação à escala de trabalho. Como ignorar o tema não é uma opção entre as lideranças, Adriana Prates ressalta o poder da confiança. “Em equipes onde a confiança está estabelecida, não há a conexão de produtividade às horas trabalhadas, os líderes mensuram a produtividade por resultados e não pelo tempo de expediente. Compreender essa mudança e implementá-la entre os liderados pode ser um divisor de águas.”

Para lideranças que estão às voltas com mudanças do modelo de trabalho, a mentora de executivos indica uma avaliação criteriosa do contexto organizacional e das necessidades dos colaboradores. Segundo ela, os executivos devem considerar as demandas do mercado e o tipo de trabalho realizado, mas também é necessário ouvir os funcionários por meio de pesquisas, conversas, etc.

Outro ponto essencial é olhar para a flexibilidade – que continua sendo uma exigência central dos talentos em 2025. Pesquisas recentes mostram que a flexibilidade continuará como um fator determinante para permanecer ou não na empresa.

Prates ressalta que há uma série de formatos que a empresa e as lideranças podem adotar, como o híbrido personalizado, que combina dias presenciais e remotos, ajustando conforme o perfil das equipes; conceder mais autonomia para que os funcionários escolham horários que maximizem a produtividade; e as escalas por necessidade, que reduz a rigidez nos turnos e implementa práticas que valorizem entregas em vez de presença.

Investir em tecnologia e uma boa estrutura também é fundamental, com ferramentas que suportem a produtividade no trabalho remoto, como softwares colaborativos e plataformas de gestão de projetos. Para enriquecer ainda mais os momentos presenciais, é aconselhável olhar para a infraestrutura dos escritórios e torná-los mais atraentes, colaborativos, criando ambientes que estimulem a troca de ideias.

EGO X HUMILDADE

Grandes nomes do executive search relatam que um dos principais empecilhos à plena atuação de líderes C-level é o egocentrismo, o que prejudica sua capacidade de ouvir e se relacionar. Já

a humildade para liderar é uma característica em comum entre as lideranças mais admiradas.

Para Adriana Prates, é importante esclarecer que o ego faz parte da essência humana, não é possível abandoná-lo. O problema mora no excesso. “Trocar o egocentrismo pela humildade no contexto da liderança C-level é um desafio complexo, mas absolutamente essencial. A tendência é que os ambientes corporativos sejam cada vez mais colaborativos e centrados em pessoas, por isso é necessário que as lideranças reflitam sobre o impacto negativo do egocentrismo, reconhecendo, primeiramente, seus prejuízos. O ego, em excesso, pode criar barreiras na comunicação, desengajar equipes e limitar a capacidade de inovar.”

Certas atitudes ajudam a combater comportamentos egoicos, como solicitar feedbacks, incentivar avaliações sinceras de colegas, subordinados e mentores. “Valorizar ideias diversas, validando opiniões de diferentes níveis hierárquicos, reforça ainda a cultura da inclusão. Entender como os outros percebem seu comportamento é um ponto de partida poderoso.”

Praticar a escuta ativa é outro exercício que precisa fazer parte do dia a dia. “Por mais que esteja em alta, são poucos que ouvem para entender, e não para responder. Concentre-se em ouvir, sem formular respostas mentais enquanto os outros falam e demonstre interesse genuíno pelas perspectivas alheias.”

Admitir limitações e erros, reconhecendo que não tem todas as respostas, e pedir ajuda quando necessário, é um jeito de inspirar a humildade, confiança e autenticidade, além de fortalecer o vínculo com as equipes. Essas atitudes fazem parte de um ambiente de colaboração, com diálogos abertos e opiniões livres, mesmo que discordantes.

A humildade cria conexões mais profundas e significativas, fortalece relacionamentos, incentiva a inovação, já que as pessoas se sentem seguras para compartilhar ideias sem serem criticadas.

RESILIÊNCIA

Saber lidar melhor com os desafios, assumir uma posição de resiliência em meio a adversidades é outra habilidade essencial para navegar no mar de incertezas. É nos esportes que o executivo e advogado Luis Felipe Freire se inspira para ser mais resiliente. “Sem dúvida alguma, é uma preparação para a competição no mundo dos negócios”, destaca.

“É no esporte que tiro a disciplina, a força e a motivação para sair da zona de conforto e fazer mais e melhor. Por meio dele podemos ter mais equilíbrio e força emocional, nos ensina a competir, a ganhar, a perder, a recuperar e a recomeçar. Prova disso é a quantidade de líderes e gestores que fazem esportes de alto desempenho, como Alexandre Birman (triathlon), Marcelo Zimet (triathlon) e Guilherme Benchimol (maratonista).”

VIDA EXECUTIVA X IA

Executivos que têm conhecimentos mais avançados em inteligência artificial tomam decisões estratégicas mais informadas, conseguem interpretar dados complexos e avaliar tendências de forma mais clara. Esses diferenciais promovem uma vantagem competitiva não só do profissional, mas também do negócio.

“Conhecer o potencial da IA permite identificar áreas onde a tecnologia pode otimizar opera-

ções, reduzir custos e melhorar a experiência do cliente. Executivos capacitados nessa área estarão melhor posicionados para guiar suas organizações em mercados cada vez mais digitalizados, além de compreenderem mais sobre ética e regulamentações em IA - essencial para evitar uso indevido da tecnologia”, afirma Adriana Prates.

E por onde começar? Existem diversos conteúdos que trazem uma compreensão básica da IA, de suas ferramentas, como o ChatGPT, a cursos introdutórios e leituras. Obras como “Artificial Intelligence: A Guide to Intelligent Systems” podem fornecer uma base mais sólida. Estudo de casos reais, de empresas do seu setor, além da participação em eventos que abordem o tema são recomendados. Para aprofundar o conhecimento, cursos executivos voltados à transformação digital e liderança com foco em tecnologia ou buscar mentores especializados em IA pode acelerar o aprendizado e adaptar o conhecimento às necessidades específicas da empresa.

VIDA EXECUTIVA X ESG E FINANÇAS

Além da inteligência artificial, conhecimentos em ESG e finanças/tributos são habilidades muito requisitadas entre executivos e continuam nas tendências para 2025. A crescente pressão social e dos investidores por avanços na sustentabilidade, responsabilidade social e governança indica que os investimentos nessas áreas alcancem US\$ 53 trilhões até o final de 2025, representando mais de um terço dos ativos globais sob gestão dos fundos, como mostra levantamento da Bloomberg Intelligence. Essa tendência indica, ainda, que a demanda por profissionais com expertise em ESG permaneça alta, com foco em estratégias que alinhem rentabilidade e sustentabilidade.

Já no que diz respeito aos conhecimentos em finanças e tributos, a complexidade do ambiente regulatório e fiscal brasileiro exige que as empresas mantenham executivos atualizados nesses

temas. Com a evolução das políticas econômicas e fiscais, espera-se que a necessidade de especialistas até aumente, visando otimizar a eficiência financeira e assegurar conformidade legal.

GUIA COMPORTAMENTAL EXECUTIVO

Ego como aliado, não como inimigo. Trabalhar o ego não significa eliminá-lo, mas usá-lo como uma ferramenta para impulsionar a confiança e o impacto positivo.

Confiança sem excesso de defesa. Desenvolva um equilíbrio entre a autoconfiança e a abertura para ouvir os outros, mantendo a segurança interna diante de críticas.

Seja fiel aos seus valores. Não comprometa seus princípios ou estilo de liderança para se encaixar em expectativas externas.

Valorize suas habilidades. Reconheça e celebre suas realizações, sem necessidade de subestimar ou minimizar seus feitos.

Comunique-se com Intencionalidade. Encontre seu tom, com autenticidade, segurança e acolhimento, sempre priorizando a clareza da mensagem. Palavras como “nós” podem promover colaboração sem diminuir sua autoridade.

Controle a reatividade. Ao enfrentar críticas ou objeções, responda com calma e assertividade, evitando o tom defensivo que pode ser interpretado negativamente.

Equilibre o falar e ouvir. Demonstrar interesse genuíno pelas ideias dos outros fortalece sua posição como líder empático e colaborativo.

Valide as contribuições. Reconheça ideias da equipe, sem ceder espaço para que sua liderança seja ofuscada.

Seja humilde, mas não subserviente. Aceite que há sempre algo a aprender, mas mantenha-se firme em suas decisões quando acreditar que está certo.

Peça feedback, mas não se apegue às críticas. Aceite contribuições de pessoas confiáveis, mas evite se prender a críticas destrutivas que não agregam valor.

Construa redes de apoio. Busque mentores, conectar-se com outras lideranças oferece um espaço para compartilhar desafios e estratégias.

Aceite o desconforto das mudanças. Alguns julgamentos são inevitáveis, mas a persistência pode transformar percepções a longo prazo.

Aprendizagem contínua. O desenvolvimento deve ser uma constante, seja por meio de cursos, leituras e troca de conhecimentos.

Networking e benchmarking. Sempre participe de eventos e comunidades específicas com o objetivo de trocar experiências com líderes de outras indústrias.

GUIA PARA A MÉDIA GERÊNCIA

Habilidades operacionais e de liderança. Consolidar habilidades operacionais e de liderança de equipes para garantir a execução eficiente e alinhamento estratégico.

Gestão de pessoas. Treinamentos em comunicação, gestão de conflitos e meios de delegar responsabilidades.

Inteligência emocional. Cuidar da saúde mental e desenvolver habilidades emocionais para lidar com equipes diversas.

Planejamento operacional. Invista em capacitação em gerenciamento de projetos e metodologias ágeis (Scrum, Kanban) e ferramentas de análise de desempenho e indicadores-chave (KPIs).

Tomada de decisão baseada em dados. Desenvolva a análise de dados e interpretação de relatórios financeiros básicos, além da capacitação em softwares como Excel avançado e Power BI.

Adaptabilidade e resiliência. Workshops sobre gestão de mudanças e resiliência diante de incertezas.

Troca de conhecimentos. Participe de programas de mentoria com gerentes sêniores e faça parte de rodízios em diferentes áreas para desenvolver visão sistêmica.

GUIA PARA GERENTE SÊNIOR

Expanda a visão estratégica. Conhecimento macro é importante para influenciar decisões organizacionais, mantendo excelência na gestão de times e projetos.

Estratégia e liderança situacional. Treinamento em pensamento estratégico e resolução de problemas complexos e liderança adaptativa para diferentes perfis e situações organizacionais.

Gestão financeira e orçamentária. Conhecimento aprofundado em planejamento financeiro e controle de custos. Análise de viabilidade de projetos e ROI (Retorno sobre Investimento).

Influência e negociação. Técnicas de negociação avançada e gestão de stakeholders. Desenvolvimento de habilidades políticas internas para influenciar decisões.

Inovação e sustentabilidade. Treinamentos em metodologias de inovação (Design Thinking, Lean Startup). Estratégias ESG para integrar sustentabilidade às operações.

Mentorias. Participação em comitês estratégicos para expor ideias e obter feedback e iniciação em programas de coaching para transição ao C-level.

GUIA PARA C-LEVELS

Governança. Formação em boas práticas de governança, ética e compliance, além de entendimento de regulação e relações com conselhos administrativos.

Liderança transformacional. Treinamentos sobre como inspirar, engajar e promover cultura organizacional. Desenvolvimento de competências em storytelling e comunicação de alto impacto.

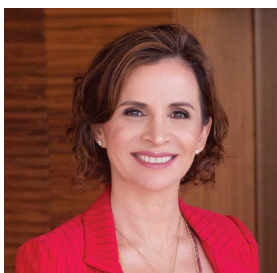
Inteligência artificial e tecnologias de ponta. Cursos avançados sobre o impacto da IA nos negócios e atualizações sobre tecnologias emergentes como blockchain, IoT e computação quântica.

Gestão de crises e resiliência. Simulações de cenários de crise e estratégias de mitigação. Planejamento de continuidade dos negócios.

Sustentabilidade e impacto social. Estratégias de ESG alinhadas a resultados financeiros e reputacionais. Participação em fóruns globais sobre inovação e sustentabilidade.

Atuar em conselhos. Fazer parte de conselhos consultivos de outras empresas para ampliar networking e perspectiva.

Educação executiva. Investir em programas de educação executiva de instituições renomadas como Fundação Dom Cabral, Insead, Harvard, MIT, entre outras.



Adriana Prates é CEO da Dasein e Conselheira AESC de Diversidade e Inclusão.

Fotografia: Camila Rocha



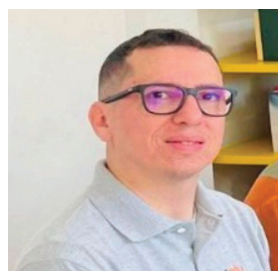
Isabela França Dumont é head de Pessoas, ESG e Comunicação da Aura Minerals.

Fotografia: Divulgação



Luis Felipe Freire é head da Silva Freire Advogados e um dos fundadores do Instituto de Formação de Líderes (IFL).

Fotografia: Divulgação



Samarone Gomes é gestor de pessoas na Nexa Resources.

Fotografia: Divulgação

DESACELERE

O QUE VOCÊ FARIA?

Por Elisama Santos

“Estou preocupado, os jovens não querem os cargos de liderança, não querem se dedicar ao emprego, qual o futuro das nossas empresas?” O burburinho aumentou, as cabeças faziam sinal de concordância. Em poucos minutos todos compartilhavam questões parecidas. Era um encontro sobre comunicação para líderes e havia, em muitos deles, a tristeza por não notarem sucessores com o mesmo compromisso que tinham. Assim que as falas diminuíram, afirmei que sim, não haveria, nos jovens que estavam entrando nas corporações, sucessores com a mesma forma de trabalhar que eles. Não, não era uma sensação, era uma certeza.

Já estávamos juntos há algum tempo, o ambiente me permitiu uma brincadeira. “Olhem para vocês. Estressados, olho tremendo, insones. Ficam na empresa até tarde, estão sempre agitados, ansiosos, impacientes. Vocês realmente acreditam que os jovens olham para esse estilo de vida e invejam e querem imitar?” Rimos juntos da constatação que a nossa relação com o trabalho não era um modelo a ser seguido.

O conflito geracional se instala nas empresas de uma forma nova. O percurso do jovem que entrava como estagiário e servia cafezinho já não existe. Dia desses, dei uma palestra para líderes de uma grande corporação e eu, com quase quarenta anos, era uma das pessoas mais velhas do ambiente. Jovens ultra qualificados tecnicamente ocupam altos cargos, cada vez mais cedo. A hierarquia enrijecida de antes saiu de moda, as violências ganharam o justo nome de assédio. Precisamos reaprender a nos relacionar conosco, com o outro e com o trabalho.

Crise climática, crise financeira, crise imobiliária. Previsões catastróficas de fim de mundo. Já não dá para pensar em viver o bom da vida em 30 anos, após a aposentadoria. Já não dá para normalizar adiar as

alegrias para o futuro. A incerteza sobre os dias que virão desperta nas novas gerações urgência de vida. Hoje, agora. Querem um trabalho que permita o almoço com a família, pegar os filhos na escola, acompanhar a mãe naquele exame importante. Querem um trabalho que permita a viagem de férias, o vinho com os amigos, o final de semana na praia.

Mas não seria esse um desejo válido, saudável, importante? Sim, o jovem precisa aprender um tanto sobre persistência, sobre sustentar desconfortos, sobre altruísmo. E a geração 40+ precisa aprender que a sustentabilidade emocional de um negócio é tão importante quanto a sustentabilidade financeira. Que não existem compartimentos herméticos que separam as nossas personas na vida, a mesma eu que engole sapos no trabalho os vomita nos filhos e nas outras relações.

As incertezas sobre o nosso futuro coletivo têm me feito questionar minhas decisões no presente. Muito se fala que quando amamos o que fazemos, não trabalhamos nunca, mas esta é uma mentira. É essencial saber que o trabalho é meio, caminho para a construção de coisas incríveis. Mas não é tudo. Parafraseando a canção, “Meu amor, o que você faria se só te restasse esse dia? Se o mundo fosse acabar, me diz o que você faria!”. Duvido que a sua resposta seja trabalhar, por mais maravilhoso que seja o seu trabalho. Talvez seja hora de valorizar mais o que precisa ser valorizado. A sua saúde mental agradece. A da sua equipe e de quem convive com você também.



Elisama Santos é escritora, psicanalista, apresentadora do programa “Sac das Emoções”, do GNT, e dos podcasts “Tá com tempo?”, “Vai passar” e “Cafê com cuscuz”.

Na era do excesso, *singularidade*.
Em meio a um turbilhão de vozes,
modelos, opções: *a sua escolha*.

Apresentamos, neste manifesto, o
conceito Dasein e convidamos você a
desviar do todo e nos dizer –

**Aonde suas ideias podem te levar?
Onde você quer estar no futuro?**



Para saber mais, fotografe
o código ao lado ou acesse
nosso canal no Youtube.
Vai ser um imenso prazer
receber a sua visita.

dasein
MORE THAN SEARCH. SEARCH AND MORE. *Since 1995.*

A PROUD MEMBER OF
AESC

www.dasein.com.br | comunicacao@dasein.com.br

