



O principal festival de pensamentos avançados em negócios e inovação do Brasil.

**AAA SUMMIT**  
21-22-mai de 2022

Em dois dias, ajudamos milhares de pessoas a construir uma mentalidade inovadora.

# After Report





**O futuro é agora**

---



**POWERED BY **

# BR B O S

O AAA Summit 2022 foi o primeiro festival de pensamentos avançados em negócios e inovação do Brasil. Foi um evento totalmente diferente de todos os demais festivais de inovação que já ocorreram no país até hoje. Pois ao invés de focar apenas em palestras, os “workshocks” (workshops que deram choque de realidade nos (as) participantes), os conteúdos autorais e as inúmeras experiências imersivas, foram os grandes protagonistas do festival. Unindo a ciência, tecnologia e os negócios, o festival AAA Summit 2022 teve como propósito ser o principal hub de pensamentos avançados em Inovação e Negócios do Brasil.

**O AAA Summit 22 foi também o primeiro festival de inovação e negócios no Brasil ao mesmo tempo B2C, B2B, C2B e C2C** com o tema principal: “O futuro é o agora: você impacta o amanhã com suas ações de hoje” e teve como objetivo conectar as mentes mais brilhantes do Brasil para criar um futuro melhor. Dentre os focos do festival, estavam o relacionamento, que é a chave para criar um negócio duradouro, e experiências para adquirir uma conexão humanizada.

Todo o planejamento do festival foi elaborado a partir de conceitos científicos de aprendizagem como por exemplo o fato de “Uma experiência sozinha, sem teoria, ensina nada sobre o que fazer para melhorar a qualidade e a posição competitiva”, descreve Deming (1986:19) em sua crítica à fabricação contemporânea. “Se a experiência por si só fosse um professor, então poderíamos perguntar: por que estamos nesta situação?.. “A experiência responderá a uma pergunta, e uma pergunta vem da teoria”... “Não é a experiência, mas a nossa interpretação e compreensão sobre ela que leva ao conhecimento.” (DEMING, 1986)



# NMBRS

conectando  
mentes  para  
media & data criar um   
futuro melhor.

**32.000**

apertos de mão

**88.163**

acessos no metaverso

**2.721**

participantes  
por dia

**200**

speakers e facilitadores

**300**

atividades

**65**

temáticas de conteúdo

**300**

horas de conteúdo



# Platôs de Conteúdo

01

Tecnologia

02

Oportunidades

03

Sustentabilidade

04

Mobilidade

05

Empreendedorismo

Os 5 platôs de conteúdo se desdobram em 65 temáticas de inovação.

## Tecnologia:

x criptomoedas

x blockchain

x IA

x cybersecurity

x IoT

x crypto warfare

x web 3.0

x mercados devs

x hacking

x tecnologias educacionais

x tech addiction

x big data / LGPD

x robótica

x computação quântica

## Oportunidades

x ISO5600

x metaverso

x projeção de cenários

x games

x NFT

x growth hacking

x comportamentos emergentes

x product market fit

x business dynamics

x transmídias

x processos criativos

x fontes de energia renovável

x AR

x VR

x MR

x XR

## Sustentabilidade

x ESG

x sistema de gestão

x blue economy

x plataformas

x futuro da comida

x sistema de resíduos

x biodiversidade

x responsabilidade ambiental

x responsabilidade social

x carbon free

x captação de recursos

## Empreendedorismo:

x startups

x founder life

x tomadas de decisão com dados

x oportunidades emergentes

x formação de equipes

x novas economias

x reconfiguração do trabalho

x liderança e networking

x diversidade

x inclusão

x cases do fracasso ao sucesso

x modelos inovadores

x modelos de empreendedorismo

x reconfiguração do trabalho

x reconfiguração do trabalho

## Mobilidade:

x mobilidade elétrica

x techs de mobilidade

x metodologias

x drones

x RAS (robot as service)

x transporte supersônico

x novos materiais

x ecossistemas

x carros autônomos

x tendências

x smart cities

x sociedade 3.0

x exploração espacial

# Formatos de Conteúdo

Foram ao todo mais de 300 tracks durante os dois dias do festival entre: Conferências & Palestras // Masterclasses & Workshops // Labs & Experiências // Talks - Ballrooms

- Palestras
- Experiência Metaverso
- Desenvolvimento de NFTs
- Expositores com Experiências Imersivas
- Feira de Startups
- Workshocks
- Lançamento de Produtos
- Sampling de produtos
- Games
- Painéis
- Labs
- Customização de Acessórios
- Hackathons
- Rodadas de Negócios
- Demoday
- Vodcast
- Premiações





O AAA Summit 2022 foi o **primeiro festival de inovação** do Brasil, realizado em um ambiente **metaverso**, simultaneamente com o evento presencial, que ocorreu nos dias 21 e 22 de maio de 2022. Ajudando milhares de pessoas a construir uma **mentalidade inovadora**.

O evento presencial aconteceu no Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, que desde 1925 é dedicado às áreas da Economia Criativa.

No presencial, os participantes puderam fazer **networking** uns com os outros e participar das mais de 300 atividades que geraram mais de 300 horas de conteúdo através de 65 temáticas de inovação.

No ambiente virtual, o evento aconteceu de forma totalmente **personalizada e imersiva** no metaverso.

Os participantes tinham a possibilidade de acessar o evento via notebook ou desktop, criar o **seu próprio avatar virtual**, fazer **networking** com outros participantes do evento e ter acesso às **palestras dos Keynote Speakers**.



AAA Summit 2022

# Distribuição da audiência

## metaverso:

01	Brasil	72%
02	Japão	8%
03	USA	7%
04	Bolívia	5%
05	Espanha	4%
06	Argentina	2%
07	Portugal	1%
08	Outros	1%

## presencial:

01	SP	56%
02	RS	8%
03	MG	7%
04	RJ	4%
05	PR	4%
06	SC	3%
07	MS	3%
08	Outros	15%

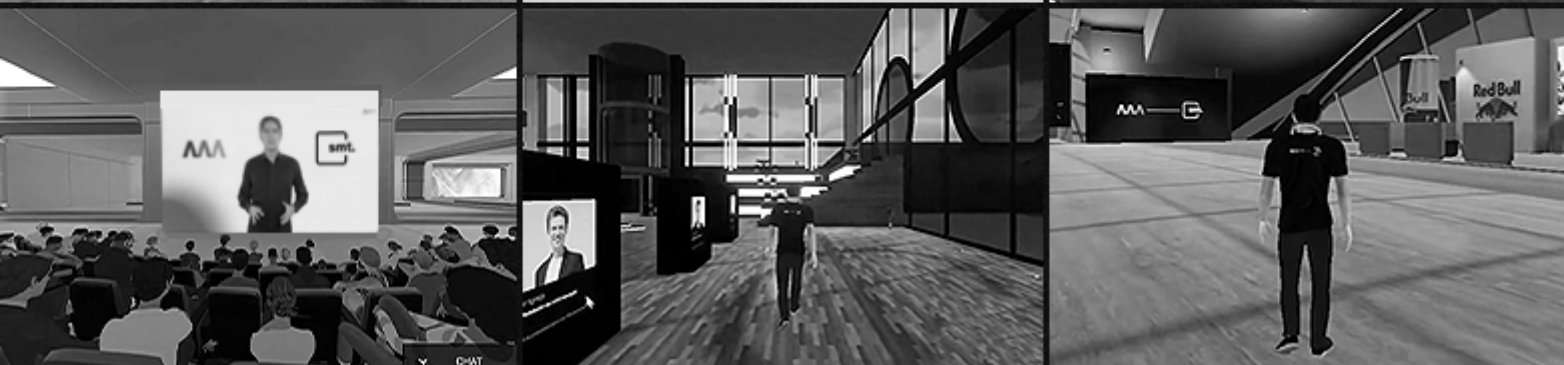




# Presencial



# Metaverso



# ASSISTA &



Assista e confira como foi a experiência vivenciada no evento presencial e também no ambiente metaverso. Para isso, clique no “play” e o vídeo será reproduzido.

# ASSISTA & COM





**open your  
mind to the  
future**





Um evento totalmente diferente de todos os demais festivais.

AAA SUMMIT  
21-22-mai de 22

Focado em workshocks, conteúdo autoral e experiências.

---

Confira os  
resumos das








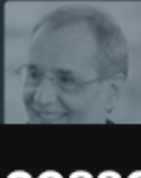




# Palestras Workshops & Painéis





# Assista todas as palestras dos Keynote Speakers em nossa plataforma.

E tenha acesso também a mais de 900 aulas ágeis com temas ligados à inovação com os maiores especialistas do Brasil.

<p>Manual do empreendedor raiz</p>  <p>Allan Costa</p>	<p>Oportunidades Emergentes</p>  <p>Ricardo Amorim</p>	<p>Inovação Não Óbvia</p>  <p>Arthur Igar</p>
<p>#ESGprajá</p>  <p>Erlana Castro</p>	<p>Pretos e o futuro: comunicação, marcas e inclusão</p>  <p>Julio Beltrão</p>	<p>Cases do Fracasso ao Sucesso</p>  <p>Escundo Guerreiro</p>
<p>Inovação Não Óbvia</p>  <p>Arthur Igar</p>	<p>Metaverso: Onde você vai viver e trabalhar em breve</p>  <p>Mariano</p>	<p>A era do Lifelong Learning</p>  <p>Mariana Achu</p>
<p>ESG e Ficção Social</p>  <p>Etienne Du Jardin</p>	<p>Surfando ondas gigantes</p>  <p>Carlos Burle</p>	<p>Nova Economia</p>  <p>Diego Barre</p>

**Clique aqui e acesse**

Garanta um desconto exclusivo de **30% off** utilizando o **cupom SMT30**.



## Modelos Inovadores e a Tríade do Protagonismo

Por: Carlos Busch | Executivo Grupo Primo

Natural de Lajeado, no interior do Rio Grande do Sul, o executivo Carlos Busch começou a lavar caminhões aos 13 anos para ajudar a complementar a renda da família. Aos 14 anos foi selecionado para ser digitador do projeto de informatização da biblioteca. Depois disso, buscou se especializar no mundo da TI, a ponto que depois de 5 anos foi selecionado pela ONU (Organização das Nações Unidas) para ajudar alguns governos na América Latina em termos de modernização tecnológica. Hoje, Carlos Busch atua como sócio no Grupo Primo — um ecossistema que busca democratizar o conhecimento para conquistar liberdade financeira. Em sua palestra compartilhou que quando vivemos numa sociedade que é tudo para grande quantidade de pessoas, há muito foco na experiência em geral e pouco na escala. Porém defende que hoje em dia, vivenciamos uma Era em que existe muita escala e pouca experiência sendo implementada. As inovações tecnológicas dão às pessoas a liberdade de se comunicarem pelos canais que acharem apropriados. Essas mudanças também permitiram que os indivíduos escolham o desenvolvimento de negócios, exigindo que o mercado responda. Gestores e executivos que se sentem ameaçados em tais situações e precisam reagir tornando-se protagonistas de suas carreiras e buscando superar expectativas enfrentam uma pressão adicional. Muito além das expectativas – Assuma o protagonismo da sua vida e aja para superar seus concorrentes. Há vários pioneiros na sociedade, em sua palestra Carlos Busch diz que poderia comentar vários executivos de muito sucesso, como o próprio Ayrton Senna, Jeff Bezos, Bill Gates, e outras várias pessoas que tiveram um pioneirismo muito forte. Na visão do executivo, o problema é que as pessoas deixam de ser pioneiras porque não têm a adesão em massa da sociedade sobre uma opinião pessoal. Para isso, é preciso buscar o seu melhor o tempo inteiro, não se basear no líder de mercado, mas em si mesmo.



## Liderança/ Meta skills:

### As habilidades essenciais para um mundo líquido, digital e meta

Por: Lucas Lima | Chief Transformation Officer da AAA Inovação e Fundador da Profissas

Aceitar as incertezas, ser curioso, questionar, se colocar em movimento, explorar enfrentar os seus medos, desaprender, aprender e reaprender. Esses são os principais insights compartilhados por Lucas Lima, Chief Transformation Officer da AAA Inovação, para se desenvolver no mundo que é mutável, e a cada segundo as informações vão aumentando, tudo vai se renovando e nós precisamos saber lidar com tanta informação. Em decorrência do excesso de informação, deste mundo agitado, os casos de depressão e ansiedade aumentaram e passou a ser a doença do século. Com excesso de informação devemos separar aquilo que nos importa e o que não importa, distinguir: Sinal x Ruído. Muitas vezes nos deparamos com informações que nos geram dopamina, chamamos de conteúdo legal, mas não agregam nada em nossa vida, e se queremos nos desenvolver como seres humanos precisamos ter a prioridade de separar o que importa e o que não importa.



### Trajetórias de sustentabilidade e inovação em cadeias de suprimento

Por: Amanda Chiote, Project Assistant da AAA Inovação

Com o avanço das informações e a necessidade de soluções rápidas, as mudanças organizacionais pedem por empresas não somente a mudar sua forma de atuar, mas também a forma de investir. Ultimamente, as empresas mais sustentáveis e inovadoras têm obtido melhores rendimentos no mercado, e conseqüentemente, tendem mais facilmente ao sucesso. A sustentabilidade não é o tema do futuro, é o tema do presente. Segundo Amanda Chiote, Project Assistant da AAA Inovação, é necessário cobrar das grandes indústrias e corporações como elas podem ser mais sustentáveis de forma prática. A sustentabilidade não deve ser só falada de forma teórica, temos que começar a questionar a sustentabilidade de forma ativa, como ela pode ser atuada no nosso dia a dia, como as grandes corporações, grandes indústrias podem fazer com que seus processos sejam mais sustentáveis de forma prática, não só teórica. Como trazer isso para nossa realidade de forma numérica, prática.



“

**Resultados  
inéditos exigem  
caminhos inéditos.**

---

Para ser inovador mesmo em situações imutáveis, você deve aprender a ver o “Dark side of the moon”.

## Inovação não óbvia - como ir além do hype

Por: Arthur Igreja | Sócio Fundador AAA Inovação

Apesar de grandes mudanças, algumas coisas são imutáveis. Prazos, processos e métodos não mudam desde a década de 60, apenas acrescentamos pitadas de tecnologia para mudar a interface do processo. Para ser inovador mesmo em situações imutáveis, você deve aprender a ver o “Dark side of the moon” - Qual a parte que você não está vendo? Por exemplo, postos de gasolina nunca deixaram de existir, só que eles passam a ser substituídos por fatores que eles não enxergam, como um posto de gasolina com estações de carregamento para carros elétricos. Pense em como usar a tecnologia para poupar nosso tempo. O mundo da inovação está extremamente hypado - é como representar a inovação com uma lâmpada e não um tamanduá ou uma geladeira. Para conseguir resultados inéditos deve-se experimentar caminhos inéditos. “As empresas procuram alguém fora da curva, para trabalhar dentro da curva.”





## **Metaverso, Realidade Aumentada e Varejo**

Por: Pati Quintiliano | Head de Growth Marketing na VipCommerce

Metaverso, realidade aumentada e varejo, essas foram as pautas que a speaker Patricia Quintiliano abordou em sua palestra. Pati é Head de Growth Marketing na VipCommerce e tem um amplo conhecimento e experiência no mercado de varejo. Pati abordou os temas de metaverso e realidade aumentada e sua funcionalidade dentro do varejo brasileiro, abordando os diversos tipos de canais de venda e a utilização das tecnologias neles: loja física; e-commerce; whatsapp; social commerce; live commerce; tele vendas. Pati ressaltou que a entrada do varejo no metaverso dependerá de muitos fatores, contudo, dois deles são muito importantes: comportamento do consumidor e formas de pagamento. Em relação ao comportamento do consumidor, Pati falou sobre o comportamento das novas gerações, que levam características como: a hiperconectividade; comércio e super serviços. Sobre as formas de pagamento, ela compartilhou sobre o dinheiro no metaverso “esperamos que a próxima geração da internet, ou seja, o Metaverso, encapsule uma série de formas de dinheiro, incluindo as formas de dinheiro existentes/tradicionais e também formas futuras/nativas digitais - criptomoedas, stable coins, moedas digitais do banco central (CBDCs) - que estavam fora de escopo em um mundo virtual pré-blockchain.”

## Healthy Changes: alimente sua (alta) performance

Por: Tainah Ortiz | Mestre em Ciências da Saúde

O nosso organismo funciona de forma integrativa, entre corpo, mente e funções. Logo, para possuímos um cérebro atuando em capacidade máxima precisamos nutrir bem nosso intestino, já que 95% da serotonina é produzida nele. 90% do nosso corpo é composto de bactérias e os outros 10% de células. Entre as bactérias existem as mais positivas para o organismo e as mais negativas. As bactérias positivas se alimentam de nutrientes presentes em legumes, vegetais, frutas, frango entre outros alimentos saudáveis. Dentre os nutrientes que são bons para o funcionamento do nosso cérebro merecem a nossa atenção as vitaminas do complexo B, em especial a B6, já que ela faz a síntese de neurotransmissores e o magnésio, que é ótimo para a transmissão dos impulsos nervosos, para a memória e a aprendizagem. Um estimulante usado de forma massiva pelas pessoas é o café, a cafeína, porém seu excesso pode causar privação do sono e num caso extremo burnout. Logo, é importante realizar um detox de cafeína, para que os receptores voltem a absorvê-la. Outra forma de ativar o cérebro é realizando atividade física. O ideal seria treino aeróbico e musculação, mas com o tempo corrido das pessoas, isso nem sempre é possível, então comece com a desconveniência, trocando o elevador por escadas, caminhando parte do caminho para o trabalho por exemplo. Assim ocorre a neurogênese, melhora a memória, o bem estar e aumenta a produção de endorfina. Por fim, existe um movimento em expansão chamado Grounding, no qual há a preocupação de como eliminamos os nossos íons na terra. Quando entramos em contato com a natureza reduzimos as nossas inflamações, melhoramos o nosso sono, eliminamos o estresse e melhoramos a nossa circulação sanguínea.



## 6Cs que afetam o ESG

Por: Fernando Henrique Zanoni | Sócio Diretor da Código Conduta

Os 6 Cs que afetam o ESG são Corrupção, Comunicação, Cegueira deliberada, Controles internos, Concentração de poder e Cultura, segundo a palestra de Fernando Henrique Zanoni, Sócio Diretor da Código Conduta. No que se refere a Corrupção, existe a árvore da fraude, na qual se enquadra suborno, conflitos de interesse, gratificações legais e extorsões econômicas. Quanto a Comunicação, é necessário o engajamento, a empatia, canais de denúncia que funcionem, relatórios integrados e porta-vozes da organização, levando em conta que todos os colaboradores são porta voz da empresa que trabalham, logo precisam ser educados quanto a isso. Já a Cegueira deliberada ocorre por falta de maturidade e transparência da empresa para debater as condutas que ocorrem dentro desta. Quanto ao quarto C, o Controle interno, deve haver integração de dados financeiros e não financeiros na empresa, eles devem ser precisos, comparáveis e consistentes. No que tange a concentração de poder, devem ser criados comitês estratégicos e comitês de gestão, sendo aplicados para evitar a concentração na diretoria e no conselho de administração, que muitas vezes é na mão de um único administrador. Por fim, o sexto C, a Cultura, diz respeito à delimitação e clareza do propósito da empresa. Ela precisa criar ações de impacto, mas não necessariamente o negócio em si precisa ser de impacto. O CEO deve propagar a cultura da empresa, ele é o agente de valor, mas isso também serve para outros chefes abaixo dele, vez que o CEO ocupa um papel de propagação mais externo e os demais um papel interno, para os colaboradores.

## Criatividade Coletiva através da Diversidade

Por: Juliana Motta | Estrategista de Comunicação sobre Inovação e Criadora do Gerúndio

Juliana Motta começou o blog Gerúndio com o intuito de mostrar a sua transição capilar e a partir disso ele tomou a forma de debates sociais da atualidade, com entrevistas com pessoas diversas falando sobre suas atuações. Um dos temas abordados é a inserção da mulher negra no mercado de trabalho. As mulheres negras são o maior número demográfico do país (28%), mas ocupam apenas 6,6% de cargos de liderança e 49% possuem micro ou pequena empresa, muitas delas porque não conseguem se inserir no mercado de trabalho. Além do mais, várias dessas empresas quebram. Em continuidade a pesquisa, empresas com diversidade étnico racial possuem 36% a mais de lucro. Sendo que diversidade “no contexto social, é a convivência de indivíduos diferentes em relação à etnia, orientação sexual, cultura, gênero etc., em um mesmo espaço.” Por fim, foram levantadas sete tendências sobre a diversidade nos negócios, sendo elas: Propósito, marketing inclusivo, mecanismo criativo e inteligente, um mundo sem cookies, exp. de dados que priorizam o ser humano, atendimento ao cliente com AI e experiência híbrida, sempre com um viés que deve ser olhado pela diversidade. “A ideia criada por um coletivo diverso, pode gerar ainda mais valor e ser muito inovadora.”



## **Comunicação, inovação e marketing no pós pandemia**

Por: Caroline Busatto | Especialista em Nova Economia

Caroline compartilhou sobre como o poder e o privilégio costumam andar em conjunto, contudo devemos mudar essa situação, dando poder para as pessoas que estão mais marginalizadas. Poder deve ser tratado como um verbo. Se analisarmos a economia, percebemos que no topo está o setor privado, que se apoia no setor público, que por sua vez se apoia na economia informal. Essas três camadas geram receita, contudo, há mais duas camadas que dão o suporte para as demais, a social e colaborativa e a natureza, que como não são monetizadas e não é dada importância, mesmo sendo na social colaborativa onde está grande parte das mulheres. Pensando nisso, foi criado o Brasil para Elas, que se trata de uma Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino, usando o empreendedorismo como ferramenta de transformação da sociedade. Mas como podemos nos empoderar? As 4 dimensões do empoderamento são: cognitiva, psicológica, política e econômica. Dependendo da pessoa ela se empodera sozinha, mas a maioria precisa de alguém que fale que acredita nela, principalmente se ocupar um espaço de vulnerabilidade.



## **Alagoas no mapa – Formação em tecnologias para jovens Brasil à dentro**

Por: Evelyn Gomes e Eduardo Liron

Evelyn Gomes e Eduardo Liron introduziram um pouco de empreendedorismo social nas palestras. O casal abordou seu projeto “Alagoas no mapa”, que busca capacitar jovens através da tecnologia e inovação em lugares mais afastados e vulneráveis. Em suma, o projeto é uma formação em tecnologias para jovens do Brasil à dentro. O projeto expõe uma realidade que moradores de “cidade grande” nem imaginam. Jovens que, nunca sequer, ligaram um computador ou acessaram a internet, tendo acesso pela primeira vez através do projeto Alagoas no mapa. Aliás, não só jovens, mas pessoas de todas as idades, tendo a oportunidade de aprender a mexer na internet, programar e criar soluções digitais que vão melhorar suas pequenas cidades. “Nem todo mundo entende de tecnologia. Há os que foram aprendendo, mas há aqueles que simplesmente foram jogados para aprender e ainda têm dificuldades.”

## Designing Designers: provocações sobre o futuro e aprender em UX

Por: Viviane Delvequio | Head de UX Research no PicPay

Precisamos analisar o comportamento humano de forma estratégica, para entender da pequena para a grande escala os comportamentos, significados, valores pessoais e sociais, que permitirão antecipar tendências e propor soluções que conversem com a realidade do público e clientes. Não adianta criarmos algo que ninguém quer, que não tem procura ou venda, de acordo com a palestra de Viviane Delvequio, Head de UX Research no PicPay. A tecnologia está caminhando cada vez mais rápido, mas isso não quer dizer que a sua aplicação em qualquer coisa trará uma mudança boa. Dessa forma, devemos olhar para quem faz os códigos, o design. Assim, para montar um time de UX, para a empresa é necessário que a empresa possua clareza do que ela precisa no momento, entender os custos envolvidos na contratação do profissional e criar um espaço de recepção para o empregado. Para que seja realizado um determinado projeto, as pessoas devem ser contratadas para negócios factíveis e com tecnologia viável. Logo, é importante a presença de um mentor, que direcione o profissional, para que ele adquira o conhecimento de forma mais assertiva, além de procurar profissionais com bagagem para se desenvolver.



## A mente criativa x desafios técnicos para ambientes virtuais

Por: Jorge Groove | Produtor de conteúdo imersivo, áudio visual e artista 3D

Jorge Groove, produtor de conteúdo imersivo, áudio visual e artista 3D, compartilhou em sua palestra os avanços em relação ao metaverso quanto a imagem e softwares já disponíveis no mercado e reforça que "não existe fórmula" nas criações ou um único meio para elaboração, essa escolha irá depender das necessidades. Toda tecnologia inovadora sempre tem uma resistência por parte do público, mas não impede a inovação, como por exemplo, aconteceu com a evolução da internet. Sobre esse novo momento "ninguém vai perder seu trabalho, o que é necessário é se adaptar" se você parar o mundo vai e você fica. Os avanços estão acontecendo e usamos isso para contar histórias para viabilizar coisas no nosso dia a dia. O foco é sempre no ser humano.



## **Desafios no processo de captação de investimento em healthtech**

Por:

Dra. Diana falou em sua palestra sobre as várias formas de terapia genética e suas abordagens existentes, mas principalmente sobre um tipo de tratamento para câncer chamado CAR T, onde uma célula do ser humano é retirada, analisada para ver se é cancerígena ou não, para que caso seja, ela passará por uma modificação e será injetada novamente no corpo do paciente, para matar todas as demais células cancerígenas. Porém um grande empecilho neste tratamento é o valor exorbitante, inacessível para muitos, e a doutora está trabalhando para conseguir com que esse tratamento passe a ter um valor que as pessoas possam pagar e usufruir, pois, como todos sabem, é uma doença que mata muitos.

## **O papel do Polo de Inovação na saúde do amanhã**

Dr. Romeu | Co Founder da Academia Saúde Mais Ação

A palestra tratou do uso de canabidiol em tratamentos médicos, citando sua composição, quesitos para um uso adequado, tipos de produtos que contém o elemento, modo como deve ser usado, o motivo que foi proibido no Brasil e também onde podemos encontrar legalmente no país. Foi explicado que o corpo humano tem receptores de canabinóides, e que nosso corpo produz canabinóides, porém não o suficiente para ativá-los. A cannabis medicinal tem dois compostos importantes citados: o THC (que é antagônico e o maior componente da maconha de rua) e o CBD que neutraliza os efeitos do THC, por isso nunca devemos consumir produtos que tenham mais que 50% de THC. Foi dado exemplos de doenças que o uso de cannabis medicinal tem grande resultado positivo, como a ansiedade, que pode diminuir em até 90% o uso de remédios de farmácia, a síndrome de tourette e pessoas que têm convulsões. Importante citar que o uso não induz o sono, porém faz o usuário dormir bem.

## **Hubs de inovação em saúde no pós-pandemia e o papel da ABSS**

Por: Cristiano Teodoro | Presidente da Associação Brasileira de Startups de Saúde (ABSS)

Nesse palestra, Cristiano Teodoro, Presidente da Associação Brasileira de Startups de Saúde ABSS compartilha sobre a expansão dos teleatendimentos para locais sem acesso à saúde, com uma população que precisa percorrer longos, e muitas vezes perigosos, caminhos para poderem ser atendidos, citando as grandes vantagens, como os poucos recursos necessários (internet, equipamento para chamada de vídeo e um profissional de enfermagem ou uma parteira) e também o que impede dos prefeitos de aceitarem aderir ao serviço, como a falta de interesse no descobrimento de doenças que precisarão ser tratadas e com isso, dinheiro terá que ser gasto, sendo que atualmente essas doenças não são diagnosticadas pela falta de atendimento médico.



“

**As melhores paisagens  
jamais são contempladas  
por quem anda por caminhos  
mais percorridos.**

---

São as rotas menos percorridas que te levam as melhores paisagens.



## **Manual do empreendedor raiz**

Por: Allan Costa | Fundador da AAA Inovação e VP de Operações da ISH Tecnologia

Allan Costa, Fundador da AAA Inovação e VP de Operações da ISH Tecnologia, compartilhou sobre empreendedorismo. De acordo com a palestra, existem 14 principais pilares de um empreendedor raiz. A diferença entre o empreendedor e o empresário está em pensar no lucro a curto e médio prazo. Porém, muitos empreendedores bem-sucedidos não têm a capacidade de pensar com cabeça de empresário, o qual trabalha com o lucro a longo prazo. As pessoas acreditam na ideia de que devemos viver do que amamos, mas quando nós começamos a trabalhar nós entendemos porque existem duas palavras diferentes para lazer e trabalho: porque são duas coisas diferentes! “Ame o que você faz” é uma ideia totalmente oposta de “Faça o que você ama”. Trabalho é trabalho, lazer é lazer. Todos crescem escutando que devem encontrar o que amam para trabalhar, e ninguém ensina os jovens a amar o que fazem.

Como medir sucesso? As pessoas que fazem mais sucesso, são os menos vistos. Isso porque todos nós temos os mesmos 30 dias no mês e 24 horas no dia, se a pessoa está em um evento ele não pode estar cuidando da empresa ao mesmo tempo. Deixe de lado as métricas de vaidade, como seguidores nas redes e fama! Esteja perto de gente melhor que você: O nosso sucesso vai ser definido pelas pessoas que nós nos cercamos. Gente é a coisa mais essencial no nosso sucesso. Escutamos de muitas pessoas que devemos buscar o equilíbrio entre o trabalho, o lazer, relações amorosas e estudos.

“A essência da vida é o desequilíbrio. O equilíbrio é manter o desequilíbrio sob controle.” Devemos saber priorizar o mais importante, e entender que quando priorizamos algo, o resto fica desequilibrado. Pare de se culpar! O problema é a culpa, se culpar por priorizar a família e não estar trabalhando e vice-versa. As melhores paisagens jamais são contempladas por quem se contenta em andar por caminhos mais percorridos. São as rotas menos percorridas que te levam as melhores paisagens. A vida é uma sucessão de escolhas, sejam grandes ou pequenas. Em determinados momentos, algumas escolhas se apresentam como disseminar, e quanto mais fora da curva for a decisão escolhida, provavelmente mais legal será o caminho para chegar ao seu destino.

## Diversidade em CX

Por: Mario Gomes Miranda | Customer Experience Manager na iFood

Quando Desenvolvimento e Inclusão fazem parte da cultura da empresa, por valorizar as características únicas de cada pessoa, ela pode transformar as nossas vidas. Assim, é importante ações afirmativas e atendimentos conectados e assertivos. Segundo Mário Gomes Miranda, Customer Experience Manager na iFood, o que motiva o iFood é a cultura somada às pessoas apaixonadas por gerarem impacto positivo no mundo. Dentro disso, foram desenvolvidos projetos visando o aumento da diversidade e inclusão social. O iFood também possui uma cadeira preocupada com a felicidade, com campanhas motivacionais nos atendimentos, além de uma preocupação constante com o futuro do trabalho.



Sendo assim, possui o compromisso de democratizar a educação e levar para mais de 10 milhões de brasileiros e brasileiras o acesso à educação, fomentando a tecnologia e o empreendedorismo especialmente para pessoas negras, parceiros e familiares. Por fim, o questionamento que nos norteia é como tornar o ambiente diverso e inclusivo? Com empatia, diálogo, respeito às opiniões diferentes, consciência dos nossos vieses e ser uma prática constante e diária. Assim criamos e mantemos a sensação de pertencimento, equipes psicologicamente seguras, aumento da inovação e do autoconhecimento, empoderamento, ambiente de confiança e alto desempenho.

## Marketing de Influência

Por: Fátima Pissarra - CEO e Founder na Mynd, João Branco - VP de Marketing do McDonald's e João Pedrosa, influenciador digital e ex-BBB

O moderador Alisson Fernandez chama atenção para o fato de que influenciar e ser influenciado faz parte da dinâmica humana muito antes da internet existir, mas que a tecnologia tem colocado esse mecanismo em outro patamar, gerando negócios e até profissões novas. Fátima Pissarra, CEO da Mynd, chama atenção para o fato de que o marketing de influência via redes sociais, sim, já se desenvolveu bastante, mas que ainda tem muito a crescer e condicionou esse crescimento ao acesso e à qualidade das tecnologias de dados. A empresária deixa claro que ainda há muito para crescer nesse mercado e muitas oportunidades tanto para influenciadores quanto para profissionais de marketing de influência. Para João Branco, VP de marketing do McDonald's, destaca que as pessoas sempre buscaram saber recomendações dos seus familiares e amigos. "O que mudou com a tecnologia e as redes sociais é que essas opiniões passaram a ser públicas, e todo mundo sabe quem está recomendando o que para quem", diz. Para ele, essas conversas públicas permitem que as marcas também possam falar e desenvolver um diálogo positivo e construtivo com as empresas e, assim, o público também passa a influenciar as empresas. João Pedrosa, professor, mestre em educação, que se tornou influenciador com milhões de seguidores depois de participar do BBB 21. Para ele, o conceito fundamental sobre influenciar e ser influenciado é a relevância. "Marketing de influência é sobre números, mas é principalmente sobre a relevância. Quem é que está falando sobre o seu produto e o quanto esta pessoa é reconhecida pelos seus seguidores.



## Inovação como diferencial competitivo alavancando as melhores práticas

Por: Antonio Flávio Costa, vice-presidente da Azul - Linhas Aéreas

Nessa palestra, Antonio Flávio Costa, vice-presidente da Azul - Linhas Aéreas, mostra algumas inovações, assim como a cultura da empresa.

Começando pela apresentação da empresa que foi eleita a melhor escolha dos clientes pela Tripadvisor, além da história de seus fundadores que já vinham com certo histórico de sucesso. Comenta também sobre as ações e valores ESG que a empresa adotou, além de suas metas para um futuro próximo, como diminuir ainda mais a emissão de carbono.

Antonio mostra também os valores da empresa, que são: segurança, consideração, integridade, paixão, inovação e excelência. Baseando-se nos dois principais - segurança e inovação - a Azul trabalha em como transformar isso em diferencial competitivo.



Já no começo da empresa a Azul inovou, dando a oportunidade para o público escolher e votar no nome da empresa. Recentemente também, nas parcerias que permitem a personalização dos aviões com desenhos representativos do nosso Brasil e também como transportadora oficial da Walt Disney, com sua frota mágica.

Como todas as empresas, a Azul também teve seus desafios durante a pandemia. Desafiados a inovar para manter a segurança de seus passageiros, Antônio conta algumas soluções úteis que foram adotadas nesse período.

Para finalizar, vimos um pouquinho de como os pilotos e colaboradores são treinados, agora usando a realidade virtual para aumentar a qualidade dos treinamentos e o desenvolvimento das habilidades.



“

**Inovação é mais importante do que nunca porque estamos vivendo um ritmo inédito de mudanças nos negócios, na cultura e nos comportamentos.**

---

Todas essas mudanças estão se somando e se multiplicando porque cada uma delas influi na outra. Tudo isso traz desafios, mas também grandes oportunidades.



## Oportunidades emergentes

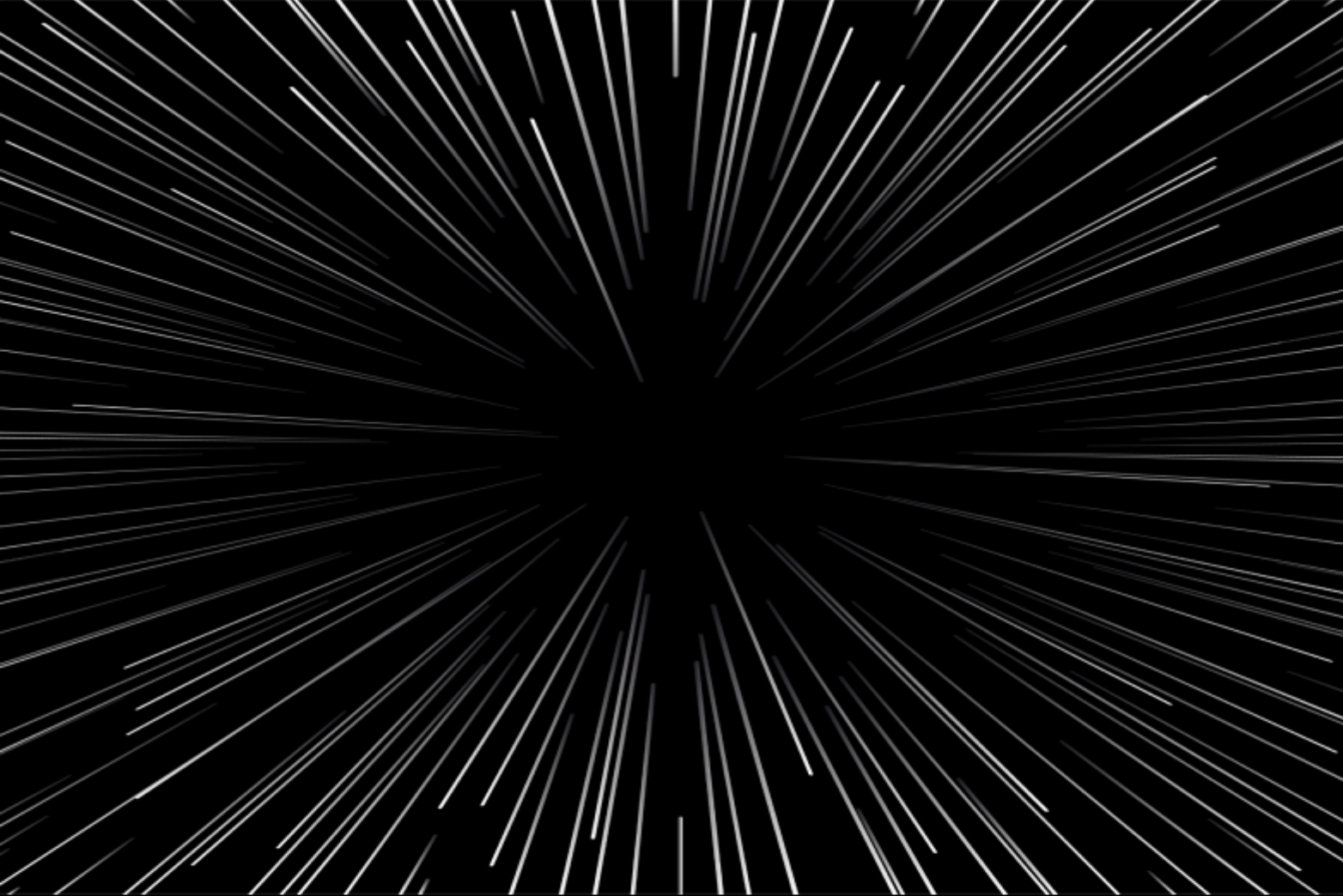
Por: Ricardo Amorim | Fundador da AAA Inovação e Economista mais influente do Brasil

Ricardo Amorim, cofundador da AAA Inovação e o economista mais influente do Brasil, fala sobre como aproveitar oportunidades inovadoras. A partir do momento que entendemos quais mudanças estão acontecendo, quais são suas consequências, desafios e, principalmente, quais oportunidades elas trazem, somos capazes de tomar decisões melhores. Durante a pandemia, muitas mudanças foram aceleradas, entre elas a mais significativa: a Transformação Digital. Nessa era da transformação digital, dados são o novo ouro. A capacidade de transformar dados em inteligência é essencial para melhorar o relacionamento com os clientes, acelerar inovação, transformar e melhorar processos. Com o Metaverso, muitas mudanças significativas na forma de fazer negócios vão surgir, por isso é importante criar desde já uma cultura inovadora.

O Brasil é o quinto país com empreendedores mais determinados do mundo. O que falta no Brasil é a inovação! Inovação é mais importante do que nunca porque estamos vivendo um ritmo inédito de mudanças nos negócios, na cultura e nos comportamentos. E quem não as compreende, fica obsoleto muito rápido. A única forma de fazer com que a inovação aconteça é entender o contexto. Mais do que nunca, a gente tem transformações da tecnologia, do modelo de negócios, da sociedade, do padrão de consumo, da geopolítica e da economia – e todas estão se somando e se multiplicando porque cada uma delas influi na outra. Tudo isso traz desafios, mas também grandes oportunidades.

Vale ressaltar que nosso país já é o segundo maior exportador de alimentos do mundo. Produz alimentos para sua própria população e para mais 700 milhões de pessoas. Além disso, é o país com maior potencial em área arável. Se excluirmos a Amazônia, o restante do Brasil equivale a 33 países europeus em termos de área cultivável. Mas ainda é preciso buscar agregar valor. Além disso, o Brasil hoje tem 30,2% do seu território destinado a uso agropecuário. Embora seja visto como um vilão ambiental, é o país que mais protege áreas naturais no mundo, 66,3% do seu território. Mas o Brasil precisa melhorar a sua comunicação em relação à questão ambiental.





Hoje, o ESG (Environmental, Social, Governance) é a base para a atratividade dos investimentos internacionais. Tecnologia e inovação é meio, o fim é o humano e o ambiental faz parte do humano. E nesse assunto, vale notar que a pandemia fez algumas empresas se valorizarem brutalmente, mas que agora estão em fase de reajuste da sua valorização. Tudo isso mexe com a quantidade de dinheiro disponível no mundo e que pode ser investido em inovação. Um aspecto positivo em relação à economia brasileira é o fato de que estamos adiantados na luta contra a inflação e que nos dá alguma vantagem competitiva. Empreendedores mais determinados e criação de novos negócios são realidades brasileiras. O que falta aqui é foco em inovação.

A maior parte dos empreendedores assume que o que ele traz para o mercado é mais do mesmo. E isso tem que mudar porque estamos vivendo uma grande aceleração tecnológica. A curva de adoção de novas tecnologias se acelerou rapidamente com a pandemia e isso impacta o todo dos negócios. E-commerce, logística, metaverso e outros segmentos cresceram rápido e aceleram tudo. Tecnologias como 5G, IoT, realidade aumentada, realidade virtual, blockchain fazem com que as barreiras entre físico e digital estejam caindo. Para orientar as ações das empresas nesse cenário de evolução rápida, é fundamental desenvolver uma cultura de inovação, que é a combinação de eficiência de processos para gerar espaço e resiliência para inovar. Nunca a humanidade viveu uma aceleração tão grande nas mudanças e na prosperidade. As transformações serão cada vez maiores e mais rápidas.

## Metaversos Inteligentes e transmidiáticos

Por: Por: Rodrigo Dias Arnaut e Thiago Quadros

O metaverso é um conceito em definição (Metaverse Standards Forum que inclui o W3C, organização que define os padrões de internet) mas já é uma ferramenta digital, sendo considerado mais do que uma rede social imersiva, contendo recursos de realidade virtual e aumentada, internet das coisas, sendo uma forma de simular interações da vida real em um ambiente digital. Dentro do metaverso é possível vivenciar diferentes ambientes virtuais, realizar transações financeiras através de criptomoedas ou tokens digitais na compra e venda de produtos e conteúdos únicos com NFTs e contratos inteligentes em blockchain. Assim como aconteceu com a internet, o metaverso não será exclusivo apenas de uma plataforma, cada um terá sua proposta de interação específica, os avatares serão interoperáveis entre diferentes ambientes, podendo ter ou não interação com o mundo real (como transações financeiras), e nem todas serão descentralizadas com sistema blockchain como forma de governança da plataforma. Os setores econômicos que serão beneficiados diretamente com os metaversos, são ligados aos relacionamentos (namoro, networking e socialização em geral), Turismo (passeio e viagens virtuais), mercado imobiliário (venda de imóveis físicos e virtuais no metaverso, além de serviços de arquitetura e decoração em protótipos virtuais), saúde (humanização dos teleatendimentos), educação (sistema de ensino gamificado) e entretenimento (shows e eventos culturais dentro dos espaços virtuais). Ou seja, o metaverso transmidiático formará uma grande rede de dados pessoais, um big data sobre o comportamento entre humanos, onde verdadeiramente a Inteligência Artificial irá escalar níveis de serviços ampliando a inteligência do ser humano, como uma Inteligência Aumentada.



## A era do Lifelong Learning

Por: Mariana Achutti | CEO e Founder da Sputnik

---

**80% das habilidades do profissional do futuro são soft skills.**

---

Em sua palestra, Mari Achutti, CEO e Founder da Sputnik - Educação corporativa, conta um pouco sobre a sua jornada profissional e de aprendizado. Um ponto levantado foi o da aceleração do mundo digital, e de um mundo totalmente diferente da antiga lógica industrial para uma lógica digital. Trazendo também pontos de reflexão como a Grande Resignação, onde os profissionais escolhem as empresas e não o contrário, e a importância do Lifelong Learning, que é ter atitude e não só conhecimento. A mudança de foco, das hard skills para soft skills, está transformando o mercado de trabalho. Um mercado onde as habilidades socioemocionais são ainda mais importantes que as habilidades técnicas. Segundo o Fórum Econômico Mundial, 80% das habilidades do profissional do futuro são soft skills. Além disso, a mesma pesquisa mostra que a segunda habilidade mais importante é a aprendizagem ativa e estratégias de aprendizado.



## Qual a cultura da sua empresa? E por que isso é importante?

Por: Marta Gucciardi | Consultora de diversidade e inclusão

Marta Gucciardi, consultora Diversidade, Inclusão e Conflitos Organizacionais, mentora de negócios, especialista em comunicação e cultura organizacional e diretora de diversidade e inclusão na APP - Associação dos Profissionais de Propaganda - abordou em sua palestra o tema cultura organizacional. Marta é consultora e diretora de diversidade e inclusão na APP e, em sua palestra, pudemos ver grande coerência de seu posicionamento profissional e de quem ela é no dia a dia como profissional. Digo isso, pois, mesmo sem haver nenhum deficiente visual na sala, Marta fez uma audiodescrição completa de como ela é, como estava e também da sala de apresentação da palestra, além de deixar bem claro sobre que ia falar, para que todos entendessem. A speaker explicou sobre cultura, alegando que “cultura é um conjunto de crenças e valores que compartilhamos” e que é “um jeito de pertencer”. Marta ainda citou que “basta apenas uma pessoa para que a cultura se estabeleça e basta apenas duas, para que os conflitos comecem a existir.” e mostrou a importância e alguns benefícios de se trabalhar a cultura dentro da empresa, como: clima organizacional; engajamento de funcionários e atração de talentos. Marta ainda falou sobre como dar os primeiros passos para estabelecer uma boa cultura dentro de uma empresa.



## Se você quer um time de RH ágil, sua estrutura deveria ser ágil

Por: Caroline Volpato | Partner & Head of People na SuperSim,

Caroline falou sobre RH ágil e abordou a necessidade de ter uma estrutura ágil para ter um RH ágil. Segundo a especialista em RH, a metodologia ágil é não precisar esperar ficar 100% pronto para entregar. A palestrante abordou que a metodologia ágil propõe uma flexibilização maior, com menos burocracia e que aceita mudanças no meio do caminho, o que faz o processo ficar mais fluido. Carol ainda trouxe dados de uma pesquisa que revelou que 80% dos líderes afirmam que graças a metodologia ágil, a formação de equipes multidisciplinares passou a ser uma ideia concretizada no dia a dia de trabalho, aumentando a performance e a entrega em geral.

A photograph of three women lying down, their heads resting on each other. They are looking towards the camera with soft expressions. The lighting is soft and natural, highlighting their features. The background is a neutral, light color.

“

**Empreender é muito solitário, mas quando a gente se reconhece em outras pessoas a jornada fica menos difícil.**

### **Negócios: Um assunto de mulheres**

Por: Ana Fontes | empreendedora social fundadora do Rede Mulher Empreendedora

Ana falou sobre como o empreendedorismo é sim para as mulheres! Hoje as mulheres não são minorias, mas não minorizadas, vemos isso quando falamos em “empreendedor” e “empresário”, nós pensamos em homens brancos, geralmente. As mulheres fazem todo o trabalho social, trabalho de cuidado, cuidar da casa, das crianças, dos idosos, dos doentes, e isso não é reconhecido, remunerado ou valorizado. Além de que essa imagem de que as mulheres conseguem fazer tudo só atrapalha as mulheres. Entre os três principais desafios do empreendedorismo feminino no Brasil estão o acesso a recursos financeiros. Segundo pesquisa realizada pelo RME, 63% das mulheres acima de 50 anos consideram a captação ou “difícil e desafiador” ou “muito difícil e desafiador”. O segundo desafio está relacionado à conexão de mulheres empreendedoras no Brasil. “Empreender é muito solitário, mas quando a gente se reconhece em outras pessoas a jornada fica menos difícil” diz Ana Fontes. Já o último desafio está em optar por empreender ou sobreviver. O melhor negócio é empreender por oportunidade e não por necessidade. Porém essa não é nossa realidade: 55% das empreendedoras criam negócios como forma de sobrevivência para gerar renda, segundo dados da GEM. Com isso, Ana Fontes conclui compartilhando alguns aprendizados de sua jornada como de não se importar de onde você vem e sim para onde você vai. não ter medo de errar; priorizar em construir relacionamento, não só networking; sempre buscar a ação e ajudar o próximo.

# O legítimo direito de sonhar: como garantir igualdade de oportunidade educacional no Brasil frente ao novo modelo de mundo

Por: Tabata Amaral

A palestrante e deputada federal Tabata Amaral carrega como objetivo de vida possibilitar e garantir o legítimo direito de sonhar, para entender o significado dessa expressão é necessário conhecer a sua história percorrida. Desde pequena enfrentou problemáticas sociais do Brasil por morar em uma comunidade, filha de uma migrante nordestina e um pai com dependência química, foi categorizada pela sociedade e até por alguns familiares como parte da porcentagem dos jovens sem futuro e perdidos. Apesar das dificuldades encontrou professores que incentivaram e lhe ofereciam sonhos emprestados, acabou trilhando um caminho educacional rico em experiências através de livros, olimpíadas, premiações e bolsas de estudo. Embora a educação estivesse acessível, como bolsista vivia a síndrome da impostora, não se sentia merecedora ou no local que lhe era devido. Além disso, alguns problemas familiares e financeiros perturbaram a trilha dos sonhos emprestados, entre eles o de se formar em astrofísica em Harvard, universidade privada nos Estados Unidos. Apesar de não conseguir ser aprovada na USP foi aprovada em diversas outras faculdades de prestígio como a Harvard, por exemplo. Mas por conta de toda a turbulência vivida nessa época e a perda de seu pai, não era capaz de prosseguir com esse sonho. Ouvimos muitas histórias de superação em que a pessoa sempre supera todos os obstáculos para uma conquista, mas nunca paramos para pensar no esforço diário e árduo que estas histórias trazem e como isso só exemplifica a dificuldade da maior parte da população. Com isso em mente encontrou seu novo e legítimo sonho: garantir igualdade de oportunidade educacional no Brasil e que os jovens, independentemente de sua origem, tenham oportunidades de sonhar.

## Saúde para todos

Por: Marco Bego | Diretor de Inovação da InovaHC

Marco Bego trabalha no hospital HC, que é o maior da América Latina e foi fundado em 1944. Dentro dele há um catalisador de inovação em saúde chamado InovaHC, que conecta recursos e empreendedores a fim de gerar soluções que tornem a jornada do atendimento mais intuitiva, eficiente e iterável. Eles atuam em três pilares, sendo eles: inovação aberta, que constrói a base de relacionamento com os stakeholders e direciona as ações conforme nível de maturidade e temática da tecnologia; empreendedorismo, que dá apoio para startups no relacionamento com os stakeholders, financiadores público e privado; e projetos estudantis, que acompanha, avalia e desenvolve projetos que visem o desenvolvimento e adoção da inovação na saúde. Os laboratórios de pesquisa são: o Distrito InovaHC (Hub Físico), o In.lab (Laboratório de Inteligência Artificial), o LEPIC (Laboratório de Ensino, Pesquisa e Inovação em Cirurgia) e o Saúde Digital (Laboratório de Prototipação e Pilotos das Iniciativas de Saúde Digital). O Hospital das Clínicas por meio do seu braço de inovação tecnológica o InovaHC se organizou para ser um facilitador deste processo com um programa que percorre todo o fluxo de inovação da ideia até a escala dos produtos e serviços e com três verticais: a inovação aberta, o Hub de inovação e projetos que visem o desenvolvimento e a adoção da inovação na saúde.



## **Como estimular a inovação**

Por: Ricardo Rocha | Head de Plataforma na LuizaLabs, da Magazine Luiza

Ricardo Rocha é Head de Plataforma na LuizaLabs, da Magazine Luiza, e em sua palestra ele fala sobre maneiras de levar a inovação para outras pessoas. Já no começo, Ricardo conta sobre os efeitos da pandemia na decisão de compra dos consumidores. Os três principais pilares que foram desafiadores para os varejistas eram: a saúde dos colaboradores e clientes, a continuidade operacional e a garantia de emprego dos colaboradores. Enfrentar esses desafios foi um grande estímulo para colocar a inovação em prática. Muita inovação falta por ser um “departamento terceirizado” das empresas, e não escutar os clientes e colaboradores para encontrar oportunidades de inovar. Muitas das empresas que conseguiram inovar durante a pandemia, agora dobraram de tamanho, porque conseguiram voltar com suas lojas de varejo físico e permaneceram também com seu varejo digital. Inovação é aprender a tornar o difícil, fácil. Pegar algo impossível, fazer dele possível e logo em seguida tornar o possível viável.

---

## Apenas 0,04% das empresas são fundadas por mulheres

---

### Female Tech Founder Life: erros, acertos e aprendizados

Por: Adriana Valadão | Head of Innovation and Digital Transformation da Brridge2Innovation

Adriana tem 30 anos de carreira e contou sua experiência como mulher desenvolvedora e fundadora de startup. Disse que é importante trazermos diversidade para o mercado, de gênero sim, pois apenas 0,04% das empresas são fundadas por mulheres, mas também racial, por exemplo. Foi citada que a definição de startup que é uma empresa que consegue produzir em escala rapidamente, com custos pequenos, que por conclusão é altamente lucrativa. É um processo rápido, definitivo e escalado. Contou os pontos que considera principais para conseguir ter sucesso, que são: ter resiliência, estratégia e não querer atropelar o passo a passo necessário, além de cuidar da saúde mental e ter uma rede de apoio. Disse que se você está em um ambiente com pessoas que não te apoiam, você está no ambiente errado.





## **Futuro do Trabalho: D.I.C.A – Diverso, Inclusivo, Colaborativo e Abundante**

Por: Gustavo Glasser, CEO da Carambola

Transgênero e nascido na periferia de São Paulo, Gustavo Glasser, sentiu na pele as dificuldades de quem não tem tantas oportunidades para se desenvolver. Sem apoio familiar, a trajetória profissional foi dura até a fundação da Carambola, uma startup que, além de soluções em tecnologia, oferece serviços para garantir a diversidade e a equidade. A startup Carambola foi fundada por Gustavo Glasser para ajudar empresas e pessoas na gestão de diversidade e inclusão, habilitando-as para o futuro do trabalho. A plataforma chamada de D.I.C.A (Diversidade, Inclusão, Colaboração e Abundância), impacta neste desafio, que é construir um ambiente mais diverso, inclusivo, colaborativo e abundante. Para Gustavo, de uma forma bastante pragmática, a melhor conduta é saber onde está o problema dentro de cada empresa. Ou seja, não adianta contratar visando à diversidade e inclusão de grupos minorizados, se não há clareza a respeito das barreiras internas para que as contratações sejam boas para todos os envolvidos. O estímulo à capacitação de minorias permite que empresas comecem a valorizar uma mão de obra que, muitas vezes, não recebe oportunidades. E a empresa ainda conta com funcionários comprometidos. Com isso, o mundo também ganha ao garantir a diversidade no ambiente de trabalho, cria-se uma cultura de convivência e respeito, que acaba impactando outros setores da vida em sociedade.



# diversity will 🌐 change the world.



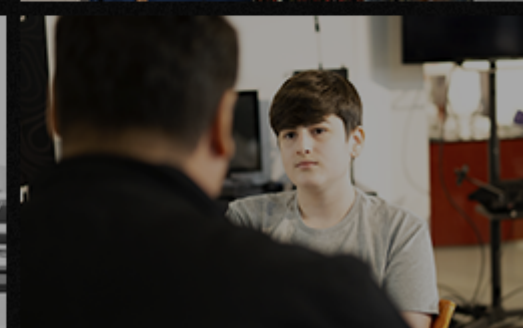
Acreditamos que soluções criativas e eficientes surgem a partir de diferentes abordagens e visões de um mesmo problema.

Quanto mais abundante for o nosso repertório, mais soluções surgirão e mais inovação acontecerá. Por isso, entendemos que a diversidade é um fator imprescindível para atender todas as demandas de um mundo BANI (Brittle, Anxious, Nonlinear, Incomprehensible).

Afinal, beleza é a harmonização das diferenças.

#thisisSMT





## **Comunicação, inovação e marketing no pós pandemia**

Por: Priscila Nunes, Copywriter da AAA Inovação e Cláudio Rawicz, Diretor de comunicação da Audi do Brasil

A jornalista gaúcha Priscila Nunes convidou para o painel, o diretor de comunicação da Audi do Brasil, Cláudio Rawicz, eleito um dos dez melhores CMOs pela Forbes Brasil em 2021. Os profissionais debateram sobre comunicação, inovação e marketing pós-pandemia. Ambos fizeram previsões com análises empíricas de mercado e exposições de cases de sucesso da marca das quatro argolas. Desde como a Audi do Brasil adotou o trabalho remoto como política permanente, até o lançamento de 100 milhões de sementes na Amazônia com ajuda de paraquedista brasileiro, recordista mundial. Além de outras ações impactantes na região como gerar luz com instalação de postes e lâmpadas solares em comunidades. Passando pelo lançamento 100% virtual de um carro elétrico, inauguração de um hub de inovação, tecnologia e cultura que leva o nome da Audi, além de inúmeras outras ações pontuais. O fim do painel levou à conclusão de que a pandemia, pode sim, ser considerada um acelerador para o futuro.



## **O segredo que vai tirar sua empresa da prateleira**

Por: Guilherme Cunha, Chief Customer Success Officer da AAA Inovação

Em meio a necessidade emergente e gigante do desenvolvimento de mindsets inovadores nas empresas, Guilherme Cunha, Chief Customer Success Officer da AAA Inovação, abordou em sua palestra o passo a passo de como desenvolver uma mentalidade com o foco em entregar sucesso de verdade para todas as pessoas e organizações que interagem diariamente. Dentro dos vários tópicos abordados, foi chamada atenção para a integração de indicadores soft — humanizados e, muitas vezes, intangíveis — à equação empresarial já conhecida, além da adaptação e transformação da comunicação interna das empresas, quebrando o modelo hierárquico tradicional e implementando formas de gestão ágeis e inovadoras, com foco em crescimento exponencial e aumento da felicidade e satisfação interna de todos os colaboradores.



## **Empreender transforma: uma nova perspectiva para o futuro**

Por: Dário Vedana | Head do Núcleo de Empreendedorismo e Inovação (NEI) na Belas Artes

Nessa palestra, Dário Vedana, Head do Núcleo de Empreendedorismo e Inovação (NEI) na Belas Artes compartilha sobre como empreender gera grandes transformações e o primeiro passo é o de autoconhecimento para entender o que move o desejo interno de cada um. Ter clareza do que te move faz você dar um passo maior no futuro. Competência na área, habilidade em saber fazer, praticar com erros e atitude são pilares para o empreendedor que deseja ter êxito na trajetória. As ideias de negócios devem entender o comportamento de desejo, viabilidade, e possibilidade de execução. O motor da criatividade do ser humano é criar negócios a partir das necessidades que encontra.

## **Metaverso do hype às aplicações práticas e oportunidades para marcas profissionais**

Por: Simone Kliass e Alexandre Kalil

Simone é voice artist, fundadora e vice-presidente da XRBR, lead ambassador da Women in Voice e consultora de locução no Edge Studio em Nova York, enquanto Kalil é administrador e curador de uma das principais comunidades no Facebook, o VIRTUAL REALITY, com mais de 55.000 membros. Os palestrantes falaram sobre a realidade aumentada e, segundo eles, a RA está mais próxima da vida real como conhecemos. Ela sobrepõe elementos digitais no nosso mundo físico. “A realidade virtual funciona da seguinte forma: através do uso de um óculos de realidade virtual, o usuário fica isolado do mundo físico totalmente imerso em um mundo virtual. Cabe o destaque que a realidade virtual é hoje a única mídia que oferece uma sensação de presença convincente.” Simone ainda abordou a importância do papel das marcas nesse novo cenário. “As marcas precisam criar nativamente para essa nova plataforma. Identificar qual plataforma e qual ativação são mais adequadas ao seu público, aos valores da marca e de seus produtos. A comunicação precisa ser integrada, consistente e não pontual.”

## **Fotogrametria: do real para o virtual**

Por: Nelson Porto e Francisco Almendra

Os sócios Nelson Porto e Francisco Almendra apresentaram um pouco de sua profissão: a fotogrametria. A grosso modo, fotogrametria nada mais é do que a “medição através da luz”. Nessa técnica, basicamente, são feitas fotografias de terrenos ou objetos com o intuito de identificar a sua métrica através da escala vista na fotografia. É uma forma rápida e precisa de adquirir esse tipo de informação. Projetos de fotogrametria são tão perfeitos e complexos que, para produzir um simples objeto, são tiradas 600 fotos de diversos ângulos diferentes para definir as dimensões do objeto. Na palestra, os sócios mostraram alguns trabalhos desenvolvidos por eles ao longo de suas carreiras como dupla e, detalharam um projeto em específico: o Aleijadinho VR. Nesse projeto, os artistas trouxeram à tona uma experiência que dá destaque à figura de Aleijadinho – o maior artista do Brasil Colonial e do Barroco Americano – e sua majestosa obra artística em realidade virtual ao grande público

## As 5 palavras que definem o metaverso

Por: Eco Moliterno, Chief Creative Officer da Accenture Interactive

O termo metaverso roubou a cena como nunca havia acontecido nesses últimos tempos e se tornou praticamente onipresente em diversas palestras, debates, relatórios e pautas de empresas. Muito se fala sobre um novo mundo virtual, mas pouco se mostra na prática além do óculos de realidade virtual. O metaverso é algo que está sendo desenvolvido e é onde a maior valorização de ativos digitais renováveis. Dessa forma, os consumidores serão recompensados de acordo com o tempo de uso do produto ou serviço, levando o conceito de fidelização a outro patamar - imagine essa nova dinâmica sendo aplicada a tudo que é possível na Metaverso: Carros, casas, roupas, acessórios, etc. Com isso, o Metaverso está impactando a sociedade e o mercado de trabalho de hoje. Entre as principais palavras que definem o metaverso estão a descentralização, a qual é evidenciada com o uso de criptomoedas, tokens não fungíveis (NFTs), blockchain e organizações não governamentais (DAOs). Assim como a experiência, interfaces (realidade aumentada, realidade virtual e computação dimensional), infraestrutura com base no 5G, inteligência artificial e computação em nuvem. E também os MetaCreators com ferramentas NoCode, avatares, itens digitais e economia D2A (Direct-to-Avatar). As marcas realmente terão que aprender a jogar este novo jogo. Vale ressaltar que a cada nova tecnologia que surge, sempre haverá um uso certo (para o bem) e um uso errado (para o mal). Isso vale para todas as invenções humanas até hoje como o fogo, rodas, eletricidade, internet... e o Metaverso não é exceção - veremos muitos acertos e inevitavelmente chegaremos antes que esse mundo virtual se torne realidade. Afinal, é humano cometer erros - mesmo que esse ser humano seja um avatar.



## Digitalização do físico para o Digital

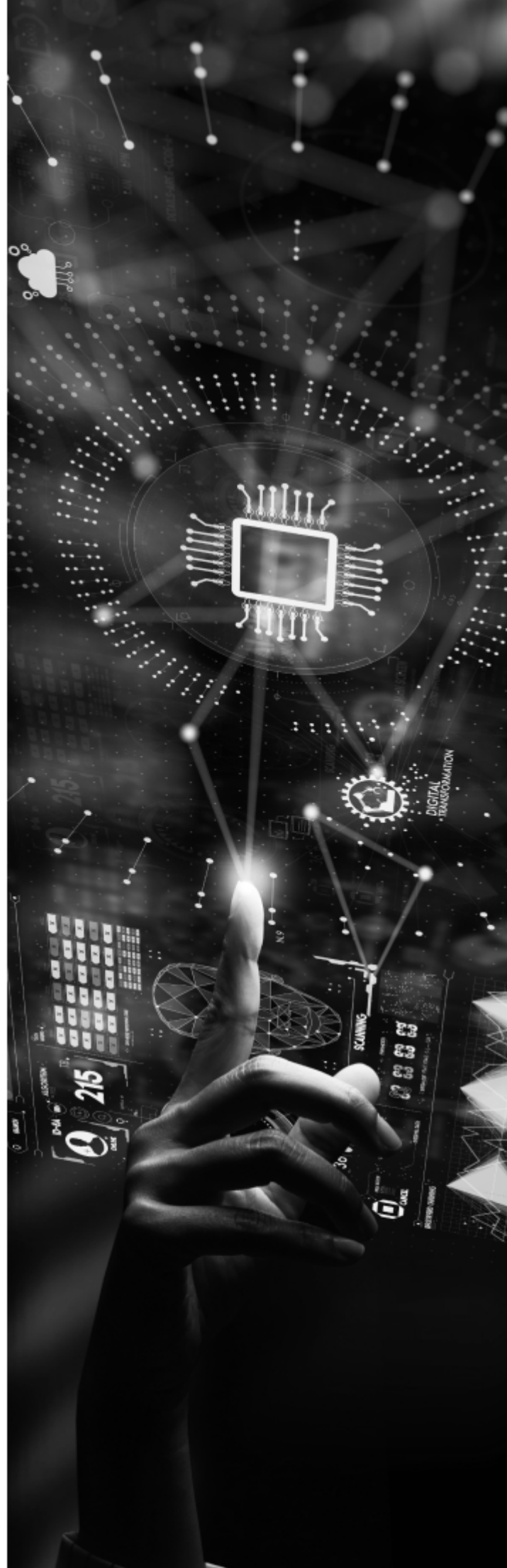
Por: Ian Reis | Designer e Diretor imersivo

Ian Reis é designer e diretor imersivo, com especialização em design, audiovisual e realidade estendida. Experiente em temas como metaverso, realidade aumentada e realidade virtual, Ian fundou em 2017 a Ava Creative com a missão de interligar o mundo físico ao digital. Em sua palestra Ian abordou as mudanças que a tecnologia trouxe e as formas em que a realidade aumentada, por exemplo, funciona e pode funcionar em nosso dia a dia. O palestrante abordou o tema “trabalhando os sentidos no ambiente virtual”, onde falou sobre os 4 sentidos (tato, audição, paladar, visão, olfato) e como eles já são utilizados com a realidade virtual e como, provavelmente, serão utilizados no futuro. Além disso, o palestrante falou sobre a digitalização de produtos e serviços, abordou a inovação de apresentar produtos em 3D e ainda como o VR pode aumentar a experiência do consumidor e somar para a estratégia da marca.

## Reconfiguração do Trabalho

Por: Ana Tomazelli | Sócia Estrategista de Cultura na Scooto

Em sua palestra para o Summit 2022, Ana Tomazelli, sócia Estrategista de Cultura na Scooto, exemplifica sobre as novas reconfigurações de trabalho e o processo de Implementação e estruturação de RH e quais foram esses impactos na pandemia, sobre duas perspectivas: formato de trabalho e rotina do colaborador. No talk, explica sobre a dinâmica do dinheiro e a entrega do tempo pelo conhecimento. Na SCOOTO o triângulo de direcionamento segue, maior remuneração, melhor ambiente e melhor jornada como modelo. Sendo exemplo de empresa em trabalho remoto afirma "a liberdade financeira é a mãe de todas as outras".



## Realidade mista e o futuro dos eSports

Por: Bruno Pato | Apresentador do SBT Games e âncora do Papo VR

O palestrante Bruno Pato explica que quem popularizou o nome do produto é o consumidor final e esse é o motivo das pessoas assimilarem todo tipo de experiências imersivas XR como Metaverso, semelhante ao caso da palha de aço. Os eSports começaram com competições dos jogos RPG e hoje existem aqueles que através da realidade mista, que mescla elementos do mundo real com os elementos do mundo virtual, já existem competições de eSports em que as pessoas utilizam headsets com câmeras em que consegue ver o que está a sua frente e o mundo virtual que funciona como um filtro, proporcionando uma ação impossível no mundo real para as pessoas, por exemplo ataques com raios em um embate de realidade mista. Uma experiência que se popularizou recentemente nas redes sociais foi o Beat Saber, em que as pessoas colocam o óculos de realidade mista, o jogador deve “cortar” com um tipo de sabre de luz os blocos que vem na sua direção com a mão esquerda ou direita na direção indicada pela cor e no ritmo da música que está tocando, ou seja uma grande evolução do famoso jogo de videogame Guitar Hero. Assim como ocorreu a evolução do CD até não ser mais utilizado no dia a dia, daqui a um tempo, que de acordo com o palestrante não passará de 15 anos, o celular também ficará obsoleto já que não é vestível se torna um objeto não confortável portanto sujeito a evolução. Portanto com os eSports também será possível revolucionar o mundo dos esportes que conhecemos hoje e proporcionar o combate ao sedentarismo através da tecnologia.

## Metaverso - as novas oportunidades de negócios em multiversos

Por: Flavio Mayerhofer | Co-founder 3D Parade

O multiverso das realidades imersivas, o XR, o “x” no caso funcionando como uma grande incógnita, abriga a AR (realidade aumentada), VR (realidade virtual) e a RM (realidade mista) em que todas estão dentro do guarda-chuva referido como Metaverso. As experiências de imersões são antigas desde as pinturas de paisagens na arquitetura romana como forma de vivência, e o metaverso por muito tempo no setor era sinônimo de jogos com um preconceito de baixo valor. Depois que o Facebook se tornou a Marca Meta surgiu a grande tendência que vemos hoje em que todas essas experiências com diferentes nomenclaturas estão caindo na classificação de Metaverso. As atividades do dia a dia estão se mesclando com o virtual cada vez mais, interações com Siri, Alexa, através dos bancos digitais, redes sociais como exemplo os filtros do instagram que são uma realidade aumentada. Dentro do mundo profissional vem se popularizando o atendimento ao cliente e marketing, treinamento e reuniões, eSports e experiências imersivas todos dentro da realidade virtual. De acordo com a PwC (firma PricewaterhouseCoopers), a contribuição da VR para a economia global deve chegar a 1,4 trilhões até 2030.







we **will** create  
**the future.**

---

## Executivo empreendedor

Por: Edson Mackeenzy

Em sua palestra, Edson Mackeenzy fala de seu estudo chamado “Executivo Empreendedor”, sobre intraempreendedorismo e como essa cultura faz o negócio crescer cada vez mais. Mackeenzy também apresenta dados sobre a Grande Resignação que aconteceu tanto nos Estados Unidos quanto no Brasil, uma onda de pedidos de demissão em massa e o motivo por isso ter acontecido. A taxa de abertura de empresas individuais, que aumentou significativamente na mesma época, e também os diferentes tipos de empreendedores - onde todo dono de empresa é empreendedor, mas nem todo empreendedor é dono de empresa. “Empreender é mostrar o que aprendeu ao demonstrar resultado.” Muitos acreditam que para empreender devem começar seu próprio negócio, mas você pode começar a empreender dentro da sua empresa e cargo atual. Muitas empresas adotam a cultura descentralizada, que permite certa autonomia para o profissional empreender dentro das suas atividades do dia a dia.



## Inovação nos quatro cantos

Por: Paulo Puppim

Já no começo de sua palestra, Paulo Puppim fala sobre criatividade e inovação. Trazendo uma reflexão sobre a conexão entre diversidade e criatividade, Puppim mostra que é importante para uma equipe saber discernir quais novos fatores são relevantes ou não, dentro de um projeto.

Explicando mais sobre o projeto Inova Amazônia, Paulo mostra como esse projeto acelera a inovação nos quatro cantos do Brasil. Projetos inovadores que estão sendo desenvolvidos no Inova com um enorme potencial de se tornarem negócios promissores. Um mapeamento de ecossistemas de inovação pelo Brasil todo, mostra como o Brasil é um país com enormes potenciais. Ao contar mais sobre o Startup-day, Paulo mostra a importância da diversidade para aumentar a criatividade e inovação de um time.



## **Remote First / Any Office = As novas formas de trabalhar que não te prendem a nenhum escritório**

Por: Márcia Golfieri | Community Program Manager LATAM na Turing.com

Nessa palestra, Marcia Golfieri Community Program Manager LATAM na Turing.com compartilha sobre os três desafios das empresas estão nos novos modelos de trabalho: remoto, híbrido e presencial. O modelo de gestão a distância por produtividade e meta deve ter um olhar atento de timesheet não sobrecarregar o trabalhador. Os desafios para o colaborador é de ter disciplina, distinguir os tempos e a produtividade. Como sugestões, a Márcia Golfiere explica técnicas de divisão como pomodoro, que consiste em dividir a tarefa em pequenos times de 25 minutos. Técnica simples de tirar o seu cérebro de querer fazer tudo e foca-lo nos picos de atenção. E isso, serve para otimizar reuniões direcionando a comunicação assertiva.

## **Cases do fracasso ao sucesso**

Por: Facundo Guerra e Marina Vaz

A palestra ministrada por Marina Vaz fundadora e CEO na SCOOTO relata como foi sua jornada até a criação da SCOOTO - Central de Relacionamento de suporte e Vendas Remotas. Em 2016, Marina após se tornar mãe, decidiu que queria fazer algo que pudesse ter maior contato com a criação do filho, e viu essa oportunidade com a tecnologia. Para se aprofundar participou do Startup Weekend, e a sua ideia de negócio SoulVox com propósito de fazer com que pessoas que perderam a capacidade de falar pudessem acessar novamente a própria voz com agilidade. O fracasso muito provocado pela expectativa, pelo social a fez duvidar da sua voz interior, da intuição e a partir desse momento, as coisas aconteceram quando a mesma focou no produto, problema, solução e no impacto que isso iria causar no cliente. Após observar as grandes reclamações da fintech e a dificuldade de inserção de mães no mercado de trabalho por conta da jornada e formato de trabalho, fundou a SCOOTO um negócio de impacto social de trabalho remoto para mulheres e fundamental para empresas que precisam de atendimento humanizado nas centrais de relacionamentos.

## Captação de Investimentos em Startups

Por: Luiza Zambrana | Marketing Program Manager

“Os dispostos se atraem.” Essa foi a forma de Luiza Zambrana - Head de Marketing da Bossanova Investimentos, empresa de venture capital mais ativa da América Latina - falar sobre a relação entre empreendedores e investidores. Com mais de 5 anos de experiência no mercado de Startups, Luiza deu uma aula de como funciona uma rodada de investimentos, explicou os caminhos que uma empresa tem para crescer, falou sobre as fases de uma empresa e como isso é um fator decisivo na hora de escolher recursos e, principalmente, como funcionam os estágios de uma rodada e as “categorias” de investidores, que são divididas em: aceleradoras; anjos; pre-seed; seed; série A; série B e série C. Luiza ainda abordou sobre o que existe em uma tese e explicou detalhadamente como funciona a tese de investimentos da Bossanova Investimentos. Além disso, ela falou mais sobre a captação de investimentos e deu dicas de como conseguir investimentos no mercado, o que falar para atrair um investidor, o que sua empresa deve ter e como, minimamente ela deve estar estruturada para captar investimentos no mercado. Por fim, depois de ter mostrado a grande realidade do mercado de captação, Luiza encerrou sua palestra com uma dica extremamente importante para quem quer buscar investidores no mercado: “Um não, não significa que o negócio é ruim e nem significa não para sempre.”



## Autópsia de Estratégia de Growth Marketing do AAA Summit

Por: Gabriel Klein, Chief Growth Officer da AAA Inovação

Com objetivo de compartilhar as principais estratégias de Growth Marketing de sucesso utilizadas na prática do AAA Summit, Gabriel Klein, Chief Growth Officer da AAA Inovação, falou sobre os conceitos básicos de Growth e um pouco da história desse termo. Desde o porquê do termo “Hacking”, que é atrelado ao termo “Growth”, a base do método científico, que apoiou todas as estratégias e conceitos de marketing usados para tornar 100% profissional. A partir disso, dividiu como as estratégias de Growth foram usadas na prática para a realização do evento para adquirir insights práticos, ter trocas de ideias ricas e construtivas, amadurecendo a visão de crescimento dos participantes.



## **Explorando o futuro do trabalho**

Por: Paul Ferreira | Professor de Estratégia e Liderança na FGV EAESP

O trabalho atualmente possui uma maior influência nas nossas vidas, mas também há uma complexidade maior, mediado por tecnologia, o que gera uma quarta revolução industrial diferente, vez que a tecnologia está se desenvolvendo de forma exponencial. Assim, existe uma polarização quanto ao futuro do trabalho, por exemplo no que se refere a substituição de humanos por máquinas. Nesta palestra de Paul Ferreira, Professor de Estratégia e Liderança na FGV EAESP foram abordadas quatro dimensões da força de mudança, sendo elas: Natureza do Trabalho, Execução do trabalho, Natureza da força de trabalho e Educação. Quanto à natureza da força de trabalho, as pessoas estão vivendo mais e há uma maior diversidade e inclusão no mercado de trabalho. Já no que se refere à natureza do trabalho, as pessoas estão preferindo outros contratos de trabalho, que não mais o celetista, o próprio propósito que levam as pessoas a trabalhar está mudando. No âmbito da educação, devemos observar como as pessoas aprendem, se a sala de aula é suficiente ou se as empresas devem fornecer a educação para seus colaboradores. Hoje em dia as competências e diplomas possuem uma duração cada vez menor, o que acarreta uma falta de competências pela população, para desempenhar as vagas oferecidas pelas empresas.

## **O básico bem feito, na Era da complexidade onde e como gerar valor para crescer de forma sustentável**

Por: Leo Massarelli | CCO of Questtonó

Dentro de um contexto de transformação digital, o celular e as mídias sociais têm tido um uso excessivo conectado. Nesse sentido, Leo Massarelli, CCO of Questtonó, defende o que formatamos e liberamos fica de responsabilidade das marcas. Não dá para querer estar em todos os lugares sem existir coerência. Em um mundo de inovação todo mundo quer parecer tendência, mas a reflexão deve ser no o que agrega e transforma visando o comportamento do consumidor. Ser relevante não basta, tem que ter encanamento. Se não tiver propósito torna-se genérico. Na lógica do que fazer, isso significa escolher entre o que o "trend" em um curto tempo ou investir na jornada da cliente. Inovar também tem muito em fazer coisas com sentido. Todo mundo quer ser Steve e Elon Musk em inovação, mas as empresas que estão sendo atreladas em marketing em vendas, devem direcionar o olhar sobre o produto, esses são os que realmente comandam o negócio





o futuro é agora.

“

**O único momento  
que podemos fazer  
algo especial, é o agora.**

---

Acompanhe a seguir alguns insights da palestra “Surfando ondas gigantes” de Carlos Burle.

## Surfando ondas gigantes

Por: Carlos Burle

Começando sua palestra com um exercício de respiração, Carlos Burle enfatiza o fato de que o único momento em que podemos fazer algo especial é o agora. Contando mais sobre sua história com o surf, Carlos fala sobre os preconceitos que sofreu no início de sua carreira e como mudou seu mindset para enxergar os desafios como oportunidades para melhorar e se destacar. O desenvolvimento tanto físico, mas principalmente o desenvolvimento pessoal e mental, que o ajudaram a chegar onde ele chegou. Carlos conta também sobre sua primeira grande oportunidade em uma competição, onde sofreu um corte grande na cabeça, mas decide continuar a competição e como resultado, sai vencedor.



---

**O desenvolvimento físico, mas principalmente mental, me fizeram chegar onde eu estou hoje.**

---

Com o passar do tempo, ele aprende que precisa de uma equipe para conseguir empreender no surf. Criar conteúdo e fazer seu marketing é importante para conseguir destaque hoje. Ele fala sobre como lida com a logística, investimentos, preparação pessoal e o treino dos seus atletas. Vendo sua trajetória, é interessante perceber que a inovação é sim necessária, independente da área de atuação, e também que o destaque vem de inovar e se adaptar às mudanças.



## ISO de Inovação: cases brasileiros

Por: Alexandre Pierro | Sócio fundador da PALAS e Especialista em ISO 56002

A sigla ISO denomina a International Organization for Standardization, ou seja, Organização Internacional de Padronização. Sendo assim, é um meio de promover a padronização de produtos e serviços, utilizando normas internacionais para melhoria contínua. E existem várias delas, para muitos fins, e a palestrante explicou sobre a ISO 56002, que é de sistema de gestão. Ela defende que para nossas ideias darem certo, é preciso que existam processos, e mencionou os pilares da inovação, dentre eles ter uma direção estratégica, abordagem por processo, realização de valor, cultura colaborativa, entre outros, e a ISO ajuda sem dúvidas nesse caminho. É um guia de boas práticas para fazer inovação, para gerar resultados, e não para fazer marketing. Em contrapartida, disse que sim a norma é importante e devemos consultá-la, mas também ter senso crítico, que precisamos entender o porquê de estarmos fazendo as coisas. Contou que inovação é diferente de invenção: a inovação tem que ter novidade e valor, se não tiver, é invenção.

## Automação inteligente e o Futuro do Trabalho

Por: Ana Cabral | CEO da Baruk

Ana Cabral é uma empresária de 36 anos e é especialista em Automação de Processos com Inteligência Artificial. Explicou que automação é um conjunto de técnicas destinadas a tornar automáticos os processos repetitivos, substituindo o trabalho braçal e mental do homem por equipamentos diversos; e quando aplicamos esse conceito aos negócios, chamamos Automação Industrial. Contou também que o trabalho no campo vai ser automatizado por completo, então temos que pensar o que fazer com as pessoas que atualmente trabalham fazendo o que as máquinas irão fazer, qual será o futuro trabalho delas. Disse que essa cultura do emergencial já está implantada, e os robôs têm capacidade de entregar isso. Sendo assim, de um modo geral teremos muitos trabalhos diferentes no futuro, pois mesmo que os seres humanos ainda estranhem as respostas automatizadas, pouco sentimentais. Temos que nos preocupar com quais serão os trabalhos do futuro, e o que iremos fazer nesta nova era, pois não está longe de chegar.





## As 10 Tendências de Consumo e Tecnologia para 2022

Por: Lucas Dieter | COO da AAA Inovação

Tendências denunciam a forma de pensar e sentir de determinado período, se hibridizam e se revelam em diferentes manifestações, e juntas formam um conjunto que representa o espírito do tempo. A nova realidade exige que empresas estejam por dentro das tendências para implementar novas estratégias de negócios e atingir o sucesso em 2022. Da forma que a tecnologia avança rapidamente, as expectativas dos consumidores, também. Pensando nisso, Lucas Dieter, Chief Operating Officer da AAA Inovação, compartilha em sua palestra as 10 tendências de consumo e tecnologia para 2022. Essas transformações serão necessárias e vão atuar de forma impulsionadora, para que a demanda do setor continue aquecida.

## Evolução de cultura por meio da liderança

Por: Stephanie Velozo | CEO da Tribo

As lideranças são a representação simbólica da cultura de uma empresa: daquilo que ela já é e do que ela quer ser. Por isso, falamos sobre a relação entre cultura e liderança e como a liderança pode exercer a sua influência de forma mais consciente e positiva. Tudo começa reconhecendo que todos os desafios de negócio são, também, desafios de gente e que a cultura é o elo que une essas duas pontas. Ao mesmo tempo, é preciso lembrar que qualquer evolução cultural começa na autoconsciência e, conseqüentemente, na liderança que exercemos sobre nós mesmos/as. Durante o exercício dessa liderança enfrentaremos diferentes desafios e é justamente nos desafios que a verdadeira cultura se mostra. Assim, se trabalharmos a nossa liderança consciente resignificando a reatividade e transformando em criatividade (que são as bases da neurociência para explicar o tema) e gerirmos cada vez melhor as nossas emoções, conseguiremos abrir espaço para identificar as tensões culturais e evoluir. Afinal, a cultura tem um poder de cura que pode ser estendido para a própria sociedade. Evoluindo a cultura dos negócios para, assim, evoluir a sociedade é o propósito que me guia como liderança e como CEO da Tribo, consultoria em cultura, liderança e gestão consciente.





## Tecnologia AR/VR/MR/XR Metaverso e Realidade Estendida

Por: Guilherme Séder | Diretor de inovação da VR glasses

Guilherme Séder, diretor de inovação da VR Glasses, pioneira em XR (realidade estendida), cria uma plataforma (virtual town) escalável (multiusos) focada no mundo corporativo. Explica que o metaverso é um ambiente virtual no qual as pessoas conseguem se conectar e diferenciar suas aplicabilidades no meio. A Realidade Aumentada é aquela que utiliza o celular/óculos direcionado para um local e interage com camadas existentes e criadas. Exemplo: Case Faber Castell - App Floresta sem fim. A Realidade Virtual é blindado do mundo exterior no qual você fica totalmente imerso no ambiente criado, como o case The VR VACCINE para a campanha do laboratório Hermes Pardini. A Realidade Mista une características da realidade virtual com a realidade aumentada, insere objetos virtuais no mundo real e permite a interação do usuário com esses objetos.

## S do ESG

Por: Izabella Soares | Advogada de Inovação e Sustentabilidade

“Todo processo de mudança começa nas pessoas e termina nas pessoas”. Essa foi a frase de impacto da palestra de Izabella Soares, especialista em ESG e transformação sustentável. A palestra de Izabella teve como tema o “S” do ESG. A sigla “ESG”, vem do inglês Environmental (Ambiental, E), Social (Social, S) e Governance (Governança, G) e refere-se a questões ambientais, sociais e de governança corporativa. O S do ESG, que é o social, tema central da palestra, trata das responsabilidades sociais e o impacto das empresas e entidades em prol da comunidade e sociedade. Izabella alegou que o social deve ser sistêmico e, portanto sustentável e definiu melhor o significado dessa sustentabilidade: oferecer ambientes de trabalho mais saudáveis; tornar os ambientes organizacionais mais íntegros; coerência entre prática e discurso, de modo a fortalecer o propósito organizacional. Izabella também definiu ser “sistêmico” como: amplitude de ações entre governança e responsabilidades socioambientais. Por fim, Izabella falou sobre os 4 passos essenciais para alinhar o S do ESG à gestão da empresa, como forma de transformação cultural, que são: conhecer quem são as pessoas que impactam e são impactadas; ter coerência entre prática e discurso, ou seja, aquilo que a empresa fala que faz e o que ela realmente faz; fazer o alinhamento com sua conformidade legal e dar transparência a todas as pessoas.

## Segurança Jurídica no Metaverso

Por: Paula Beckenkamp Especialista Jurídica em Metaverso

Paula é advogada empresarial, especialista em Privacidade e Proteção de Dados ( LGPD | GDPR) e sócia fundadora do escritório Boutique. Paula abordou na palestra a segurança jurídica no metaverso e falou dos possíveis riscos que esse universo pode trazer e crimes que podem ser cometidos dentro deles que, por hora, não há penalização, visto que é um ambiente descentralizado. Contudo, Paula ressaltou que uma hora ou outra o poder jurídico vai adentrar neste universo e estabelecer leis lá dentro. Crimes no Metaverso são os mesmos crimes que temos hoje, porém em um ambiente diferente. Com isso, as leis tradicionais, provavelmente, vão se adaptar para entrar no Metaverso. Já temos casos de estupro virtual, drogas virtuais (por frequências audíveis que mexem nos neurotransmissores), e diversos outros crimes dentro desse universo. Coisas como essa, vão exigir leis para o bem geral da sociedade.



## Femtech para diversidade menstrual

Por: Raíssa Kist | Fundadora da Herself

A femtech atende às necessidades das mulheres, e é um mercado muito novo e próspero que tende a crescer muito, pois temos muitas lacunas de questões não atendidas, além de não terem sido feitas novas versões do mesmo produto, como por exemplo os absorventes, que estão a 30 anos sem inovação. Então tem pouco olhar para isso, mesmo com um público grande. Um problema que vemos ao falar de questões femininas, que as tornam tabus, é a questão de superstições que passam de geração para geração, e também essa cultura de que devemos esconder assuntos relacionados à menstruação, por exemplo. A menstruação é vista como algo sujo, porém não é, é o excesso de produtos que contamina ela, muitas vezes contendo compostos não ideais. A palestrante faz parte da empresa Herself, que produz calcinhas e também biquínis menstruais, é uma das primeiras marcas a fazerem isso, e é formada por estudantes. Isso traz alívio há muitas mulheres, que por exemplo relatam que o absorvente assa as pernas, ou crianças que ainda não usam absorvente interno e querem entrar na água.



## Social Commerce: como utilizar vieses para alavancar vendas

Por: Ivy Cristiny | Ecosystem Growth na Oli e Mentora do Ano pelo Startup Awards

Conscientes e extrapolando os limites das interações com tecnologia. A palestrante Ivy começa falando sobre as interações de influencers das grandes mídias, como por exemplo a personagem de Carla Dias na novela com suas pulseiras, a dona Helô e sua capinha de celular de soco inglês, e Jade Picon com toda a sua influência atual, como o biquíni de crochê e sua blusa colorida. Contou também sobre o festival 11.11 do Alibabá, que trouxe faturamento e muita economia, e que a empresa tem quase mais interações que a Amazon. Cita que as redes sociais são só uma parte do e-commerce, que tem muitas outras como o “Reclame Aqui” e o “Groupon”, e devemos empoderar as pessoas do poder de influenciar que elas têm, sem necessariamente serem famosas, pois as pessoas seguem quem passa confiança, e quem mais passa confiança do que nossos amigos e familiares, por exemplo. Conta sobre os processos mentais da jornada de compra (“AIDA”): aprendizado e descoberta, reconhecimento do problema, consideração da compra, e por fim decisão de compra. Também cita a pirâmide de Maslow e os vieses inconscientes que temos.



## A era das transformações não lineares


Por: Amanda Prímola | Estrategista em Branding e Posicionamento Digital

Atitude, autocrítica, autenticidade e autoconhecimento são requisitos necessários para a sua imagem. Para conseguir entender como as pessoas te enxergam é interessante perguntar a elas as memórias que elas têm de você, suas principais características, seu posicionamento. Para atingir seus objetivos você precisa ter modelos e se espelhar em pessoas. Por exemplo, se almejar um determinado cargo, veja a formação e os cursos que as pessoas que possuem tal cargo fizeram. Boas estratégias são a percepção, o branding, a imagem e o comportamento. As pessoas compram e confiam porque, porque você transmite determinada atitude, porque elas confiam na sua entrega, se identificam com a forma que você faz. Use a sua imagem ao seu favor. Seja protagonista e não coadjuvante. Crie as suas transformações.

## Diversidade como o caminho para inovação

Por: Sônia Lesse | Diretora de Experiências na Profissas

A educação é um mecanismo importante para desenvolvimento social. A diversidade é a pluralidade que apoia a coletividade, logo as pessoas devem ser impulsionadas a se desenvolver com base em suas características, devendo haver uma conexão com a cultura da organização e paridade entre as pessoas. O contexto corporativo é uma extensão do nosso contexto pessoal. A maioria das empresas possuem o maior quadro de pessoas negras na base, como aprendizes, estagiários e trainees, que são cargos que não possuem pertencimento. O mesmo acontece com mulheres. Já quanto aos indígenas, não há nem pesquisa referente à inclusão no aspecto corporativo. Como você lida com quem é diferente de você? Você reconhece os seus privilégios? Olhando os comportamentos, quais são conscientes e quais são os inconscientes? Qual seu comportamento e conduta? Você acolhe ou se mantém distante? Abandone a negação dos seus preconceitos. O importante é caminhar em direção ao desconforto. Construa relacionamentos que são diferentes de você. Tenha coragem para dizer ou fazer algo a respeito. Se meta. Quem você inspira? O que você inspira? O que você inspira é o que você quer?



**// Conexões**  
**// Networking**  
**// Novos negócios**



---

Criar um ambiente propício ao compartilhamento, interações e novas conexões faz parte da cultura do smt. Mas e se nesses momentos você se diferenciar pela consciência de que network não é ser interesseiro ou interessante, mas interessado?

Experimente.

## Machine learning na construção e reconstrução de imagens

Por: Felipe Ponci Leonis Felix | Designer de multimídia e imagens 360°

O designer de multimídia e imagens 360° Felipe Ponci Félix trouxe o tema de sua pesquisa sobre imagens produzidas através de IA inteligência artificial para discussão. Não é comum associarmos machine learning com a arte, mas já se tornou uma prática utilizada por diversos artistas, a IA podem ser usadas como ferramentas por artistas ou criar obras sem que haja praticamente nenhuma interferência humana, através do uso de parâmetros inseridos na rede neural. Para o palestrante os diversos resultados obtidos com esses parâmetros revelam como a máquina enxerga o nosso mundo e a sua forma de aprendizagem, um grande exemplo brasileiro é a artista plástica Katia Wille. que parte de suas obras exibidas no Museu de Arte Sacra de São Paulo, “Mulher Máquina”, utilizou a inteligência artificial combinada com obras da artista. Com o uso da IA, foi possível criar experiências distintas para cada visitante, pois as obras conseguiam reagir à presença humana e também às suas emoções. Ou seja, as obras se transformavam quando identificava os sentimentos dos visitantes.

## Nuvem da realidade aumentada, uma grande peça para a construção do Metaverso

Por: Ana Cabral | CEO da Baruk

Ana Cabral é uma empresária de 36 anos e é especialista em Automação de Processos com Inteligência Artificial. Explicou que automação é um conjunto de técnicas destinadas a tornar automáticos os processos repetitivos, substituindo o trabalho braçal e mental do homem por equipamentos diversos; e quando aplicamos esse conceito aos negócios, chamamos Automação Industrial. Contou também que o trabalho no campo vai ser automatizado por completo, então temos que pensar o que fazer com as pessoas que atualmente trabalham fazendo o que as máquinas irão fazer, qual será o futuro trabalho delas. Disse que essa cultura do emergencial já está implantada, e os robôs têm capacidade de entregar isso. Sendo assim, de um modo geral teremos muitos trabalhos diferentes no futuro, pois mesmo que os seres humanos ainda estranhem as respostas automatizadas, pouco sentimentais. Temos que nos preocupar com quais serão os trabalhos do futuro, e o que iremos fazer nesta nova era, pois não está longe de chegar.







## **Os estágios do ESG nas empresas**

Por: Pedro Lins | Sócio Fundador FIX-CS

Neste encontro, Pedro Lins, Sócio Fundador da FIX-CS, compartilhou sobre a forma que precisamos escrever uma nova história de negócios das nossas empresas. Partindo do “novo” posicionamento da EMPRESA frente às Tendências Inevitáveis do Mercado, e da compreensão do Propósito da EMPRESA em ESG, debateu a importância do Papel dos LÍDERES neste cenário: O Novo Diferente. Destacou também que ESG é um processo de tomada de decisão, se a EMPRESA será ou não ESG, e quem decidirá se ela será ou não ESG são seus líderes e colaboradores. Debatesmos questões como: Qual a nossa Ambição em ESG? Como potencializar os temas de ESG na EMPRESA, e o nosso papel?, O quanto podemos ir além (go beyond)? Onde queremos chegar?, e Como seremos reconhecidos?

## **Desafio da universalização da aprendizagem**

Por: André Stabile, Rafael Gadelha e Alex Zynga Henry.

Com o foco na educação, esse debate teve como objetivo trazer soluções para garantir oportunidades educacionais para todos, incluir os esquecidos, as pessoas sem acesso à tecnologia. Nesse desafio apresentou o caso da Startup Newschool para quebrada desenvolvido pelo Alex Henry, almejando um futuro melhor para sua filha e para o País que não é de sua origem, mas onde escolheu viver e cuidar, desenvolveu esse projeto de baixo custo onde através do aplicativo levam educação de qualidade para jovens de comunidades e favelas. Possuem desafios e problemas visíveis a todos que se interessarem em olhar para essas condições de muitos brasileiros, com alta taxa de homicídio. Muitas vezes ocasionado quando o mundo do crime ludibria os jovens que não possuem qualquer sentimento de pertencimento, quando percebem que seus direitos foram a muito tempo esquecidos. Para quem não tem muitas oportunidades é fácil enxergar em um criminoso um exemplo de conquista, pois todos temos desejos de consumo. Se houver uma intervenção direta na educação, onde esses mesmos jovens consigam identificar oportunidades.

# Impactos Jurídicos (Físicos e Digitais) e auto regulação do metaverso

Por: Paulo Perrotti | Especialista em Segurança Cibernética

O metaverso hoje é como um mundo sem fronteiras, no qual devemos nos preocupar com os padrões comportamentais, com a privacidade de dados e com a legislação. Quanto aos direitos autorais, já existem NFTs que podem ser migradas de uma plataforma para outra, dentro de um metaverso. Assim, quando ela é migrada, há uma avaliação, por inteligência artificial, que detecta se a NFT é verdadeira ou se é falsa. Ademais, o Roblox está sendo acionado pelo E-CAD quanto aos direitos autorais das músicas, que estão sendo tocadas nesta realidade sem pagar a devida contraprestação.

Existindo também a corresponsabilidade da plataforma em casos de pirataria. A ligação entre o físico e o digital ainda é tênue e precisará de legislação específica a respeito, mas já possuem questões quanto ao direito trabalhista, como por exemplo no que se refere a bater ponto para o trabalho e o comportamento dos empregados enquanto trabalhando no metaverso; no direito de sucessão, quando o de cujus deixa NFTs e seu avatar no metaverso, há o questionamento se ele continuará vivo, herdado por alguém ou não, entre muitas outras questões jurídicas que vêm surgindo na medida que o metaverso se torna mais acessível.

## Como os executivos podem ajudar a indústria Blockchain e Crypto

Por: Noel Gomes |

Representante da Família Real dos Emirados Árabes Unidos

Nessa palestra, Noel Gomes, representante da Família Real dos Emirados Árabes Unidos, compartilhou sobre como o bom gestor deve ver a longevidade do projeto, que nos dará situações interessantes, como fidelizar pessoas e comunidades. É necessário que se tenha ética, profissionalismo e seja diferente no que tange a investir. Assim, o projeto CryptoNitro nasceu e se construiu com estes ideais, como um novo conceito competitivo, usando a tecnologia blockchain e focando na indústria automobilística. Ademais, a CryptoNitro inclui projeto social para ajudar na redução de carbono e um suporte ao consumidor de excelência. Por fim, no que tange às empresas Royal Offices, dos Emirados Árabes Unidos é importante salientar que são escritórios familiares com propósitos.



## Inovação, incentivo e engajamento em Economia Circular

Por: Rodrigo Jobim | Fundador e CEO da Molécoola

O Rodrigo Jobim Rossier começa com uma provocação sobre a efetividade do processo comum de reciclagem, na qual ocorre coleta seletiva pelo sistema porta a porta. Este processo se torna ineficiente pois poucas residências são realmente atendidas e o material coletado muitas vezes não está separado corretamente, e já prejudicado pelo sistema demora muito tempo até chegar nas cooperativas de reciclagem, essa separação errada e já no processo de decomposição do material torna a prática de reciclagem pouca e um trabalho desagradável e perigoso pois muitas vezes o trabalhador em pequenas cooperativas não possui nem o EPI (equipamento de proteção individual) devido. O sistema de reciclagem enfrenta três grandes desafios, o financeiro devido ao alto custo do processo, o reputacional e o educativo, pois, 40% da coleta do material reciclado e rejeito. Para o palestrante, é necessário subverter o ciclo convencional de mobilização do consumidor através de programas de incentivos por trocas e recompensas, gamificando e tornando a prática sustentável mais divertida. Como fundador e CEO da Molécoola incentiva a reciclagem com um programa de fidelidade ambiental, através do aplicativo as pessoas podem levar suas embalagens devidamente separadas e limpas aos pontos de entrega voluntária, e em troca ganham pontos que podem se transformar em benefícios como produtos e serviços, além de também possuir a escolha de doar seus pontos a instituições carentes. Tornando o processo do pós-consumo sustentável mais simples e economicamente melhor, é capaz de aplicar a rede de logística reversa com sucesso.



## **Técnicas de construção de ambientes imersivos para experiências RV em 6DoF**

Por: Alberto de Andrade Moura | Professor de Pós-Graduação em Mídias Criativas

O palestrante Alberto de Andrade discorreu sobre o seu projeto de mestrado e sucesso e hoje é professor no programa de pós-graduação em mídias criativas (PPGMC - UFRJ). O projeto foi o desenvolvimento de três ambientes para a criação de um jogo, baseado no poema Inferno de Dante da Divina Comédia de Dante Alighieri. Primeiro é preciso determinar o que será projetado e depois a técnica utilizada, no projeto foi idealizado utilizado três processos: o primeiro é a fotogrametria, o ato de tirar múltiplas fotografias de um local para conseguir interpretar a sua métrica através da escala vista na fotografia. O segundo foi o processo de Nuvem de Pontos, realizado através de um laser scanner 3D ou processamento de imagens de drone de um determinado local. O terceiro processo foi a através de programas de modelagem 3D em alguns ambientes e principalmente para o personagem original do jogo. Através destas e outras etapas de construções de ambiente como a blocagem com a composição de objetos, após esses processos é necessário definir canais de texturas para cada detalhe e seguir com a ambientação das cenas com elementos como chuva, vento e iluminação. Pensando no roteiro é necessário criar os pontos de interações do jogador com objetos e cenas, pensar na sensação de imersão, como vai ocorrer as trocas de ambientes e a interação da pessoa com o espaço, por exemplo não tem como criar uma sala de dez metros em uma experiência de escala real 1:1 para os consumidores que estão em ambientes da metade do tamanho, se torna uma experiência ineficiente. Os ambientes virtuais não precisam estar atrelados a necessidades reais como a gravidade por exemplo, mas o planejamento dos processos está limitado a capacidade dos hardwares, processadores e do avanço tecnológico de forma geral.

## **Cases do fracasso ao sucesso**

Por: Facundo Guerra e Marina Vaz

A palestra ministrada por Marina Vaz fundadora e CEO na SCOOTO relata como foi sua jornada até a criação da SCOOTO - Central de Relacionamento de suporte e Vendas Remotas. Em 2016, Marina após se tornar mãe, decidiu que queria fazer algo que pudesse ter maior contato com a criação do filho, e viu essa oportunidade com a tecnologia. Para se aprofundar participou do Startup Weekend, e a sua ideia de negócio SoulVox com propósito de fazer com que pessoas que perderam a capacidade de falar pudessem acessar novamente a própria voz com agilidade. O fracasso muito provocado pela expectativa, pelo social a fez duvidar da sua voz interior, da intuição e a partir desse momento, as coisas aconteceram quando a mesma focou no produto, problema, solução e no impacto que isso iria causar no cliente. Após observar as grandes reclamações da fintech e a dificuldade de inserção de mães no mercado de trabalho por conta da jornada e formato de trabalho, fundou a SCOOTO um negócio de impacto social de trabalho remoto para mulheres e fundamental para empresas que precisam de atendimento humanizado nas centrais de relacionamentos.



“

**Se você tem um problema, gaste 55 min entendendo ele e 5 min procurando a solução.**

---

Acompanhe a seguir alguns insights da palestra de Martin Restrepo.



## **Inovação Sistêmica: movimentos autônomos e emergentes para transformar as organizações e o planeta**

Por: Martin Restrepo | Co-fundador da Editacuja

Martin Restrepo é cofundador da Editacuja, uma consultoria especializada em desenhar estratégias de inovação, apoiando organizações e equipes a lidar com a complexidade e diversidade do século XXI.

Colombiano e residente no Brasil desde 2008, Martin é especialista em inovação e sua palestra teve o tema de inovação sistêmica.

Inovação sistêmica, basicamente, são movimentos autônomos e emergentes usados em organizações - ou não, visto que a estratégia pode ser aplicada na vida pessoal e/ou profissional de uma pessoa - que serve para transformar as organizações e o planeta.

Martin demonstrou estratégias utilizadas na Editacuja para resolver problemas de processos em organizações.

Essas estratégias se baseiam em funis diferenciados que buscam identificar o problema e achar soluções.

Elas são todas baseadas em pesquisas do problema e todas as suas etapas, pois como próprio disse “se você tem um problema, gaste 55 minutos entendendo o problema e 5 minutos procurando a solução”.

O speaker ainda ressaltou a importância das pessoas na resolução de problemas e criação de processos, alegando que “quanto mais pessoas conectarem para resolver um problema, mais fácil será de resolvê-lo.”

## Descomplicando o Startupês: 5 provas de que inovação é para você!

Por: Grazi Gomes | Community Leader na Inovenow

Grazi Gomes é especialista em inovação e responsável pela comunidade de startups da Inovenow, além de ser colunista de inovação no jornal Economia SP. O tema da palestra da Grazi foi “descomplicando o Startupês: 5 provas de que inovação é para você!” e, basicamente, ela deu aula de como inovar na carreira e também como pessoa. Utilizando o storytelling de sua própria vida, Grazi contou que é formada em direito, trabalhou na área mas não se identificou e com isso, resolveu inovar e fazer uma transição de carreira enorme, o que, segundo ela, foi um dos maiores desafios de sua vida. Grazi mostrou técnicas que Startups usam para inovar, boicotou o perfeccionismo, e mostrou que a melhor forma de inovar é seguindo alguns passos de Startups: ser amador, ter ousadia de ser imperfeito, falar com o mercado e ser tolerante aos erros etc.



## Transforme sua vida e o seu negócio em 3 segundos

Por: Marcella Rasera | CMO na Phil Young's English School

Conseguir tudo que você quer é muito simples, mas não é fácil. Na realidade em que estamos “fácil” é criticar os outros, esperar que os outros façam, acreditar no que os outros falam que somos, culpar os outros, esperar por um milagre. “Todo mundo quer ver as pingas que você toma, mas não ver os tombos que você leva” diz Marcella. As melhores coisas da vida estão do outro lado do medo. Para realizá-las é necessário um ato de coragem ou um método de autoconhecimento para tomar a iniciativa. O que pode acontecer, se você fizer o que quer? 1, 2, 3 e já! É assim que Marcella Rasera, compartilha o impulso mental que pratica para tomar algumas decisões da rotina e como isso resultou nas suas melhores negociações de trabalho.

## Sem diversidade, sem negócio

Por: Victor Lambertucci | CEO Profissas

O que fazer para construir organizações mais inclusivas? Equidade salarial, treinamento em diversidade (precisamos de políticas, metas e códigos de conduta. Além de debates internos, políticas culturais (por exemplo religiosas), processo seletivo baseado pela competência, com mecanismos e ferramentas e benefícios diferentes, com base na necessidade dos empregados. Não podemos mais perder quem somos para sermos aceitos no trabalho. Inclusive, profissionais acolhidos se expõem mais, gerando inovação e faturando mais, por formarem grupos heterogêneos. Sendo uma estratégia para alta performance. O profissional é pessoal e o natural é ser diverso. As lideranças precisam se conectar com as pessoas diferentes, e para isso podem: trabalhar com comprometimento (colocar metas...), serem corajosos, porque é uma pauta difícil, reconhecerem os próprios vieses, serem curiosos (reconhecer novas realidades), usar a inteligência cultural (para não impor uma cultura para outros) e contar com a colaboração dos demais. Escute ativamente e faça menos suposições. Expanda seu círculo social e pesquise.



## Liderança que conecta e gera movimento

Por: Samara Paiva | Sócia-fundadora do Grupo Alavank

A empresa precisa lidar com os seus clientes e com os fornecedores. Quanto aos clientes, estes precisam de uma liderança que os motive, que os entenda. Ter um atendimento mapeado. Para os fornecedores e empregados é importante delegar. Para isso o uso de perguntas como: “como nós vamos fazer isso?” é essencial, vez que muitas vezes vem devolutivas das pessoas, sendo que pode ser um direcionamento do próprio líder. Para liderar é indispensável se tornar interessado pelo outro, falar o nome da pessoa, incentivar a pessoa a falar, respeitar a opinião, desafiar o outro, deixar com que ele construa a sua própria ideia, sorrir sempre, se for criticar, deve manter-se calado, se for reclamar, de uma sugestão, buscar soluções, aprender com os erros e julgar as próprias atitudes. A liderança é como você lida com os outros, devendo existir uma conexão entre líder e time. Hoje o líder não é mais o que puxa o time, mas sim o que faz junto, devendo tomar cuidado para diferenciar o profissional com o pessoal.





“

**Ao invés de gastar  
10min todos os dias para  
apagar um incêncio, gaste  
10h de treinamento para um  
incêndio nunca mais acontecer.**

---

Ao invés de contratar um bombeiro de problemas, procure os desenvolvedores de soluções.

## **As habilidades do profissional do futuro**

Por: Patrícia Cardim | Diretora-Geral da Universidade Belas Artes e Arthur Igreja  
Sócio Fundador da AAA Inovação

No painel Arthur Igreja, co-fundador da AAA Inovação, e Patrícia Cardim, diretora-geral da universidade Belas Artes, falam sobre as habilidades necessárias para um profissional da área de educação. Uma das reflexões feitas no painel foi da capacidade das universidades em oferecer não só habilidades mecânicas e técnicas para os alunos, mas também em desenvolver as competências necessárias para o mundo do trabalho. Para ilustrar a situação, é como decidir apagar um incêndio em 10 minutos todos os dias, ou gastar 10 horas de treinamento para um incêndio nunca mais acontecer. Ao invés de contratar um bombeiro de problemas, procure os desenvolvedores de soluções. Outra reflexão importante foi sobre o impacto da tecnologia na educação. Nós, como seres sociais, não conseguimos ficar tempo demais sem nenhuma interação pessoal, presencial. Mesmo com a melhor estrutura, grupos e profissionais de apoio, muitos alunos e profissionais decidiram deixar os estudos, o emprego, além do aumento da ansiedade e depressão no período de pandemia. Uma pesquisa feita pelos profissionais da Belas Artes mostrou que o formato híbrido de aprendizagem e trabalho é o que entrega melhores resultados. Voltando ao ambiente profissional, uma das questões abordadas foi “A grande resignação”, onde uma forte onda de pedidos de demissão aconteceram em meio a um período de crise. É interessante pensar que não só as empresas escolhem os profissionais, mas os profissionais também devem escolher a empresa. “As empresas procuram pessoas fora da curva para trabalharem dentro da curva.” Antigamente, sem as redes sociais, os profissionais jogavam em um ginásio sem plateia, hoje as pessoas conseguem ter opções de escolha e não precisam tolerar qualquer ambiente de trabalho.

## **Diversidade e Inclusão**

Por: Grazi Mendes e Lisiane Lemos

No painel, Grazi Mendes e Lisiane Lemos falaram sobre diversidade e inclusão nas organizações. O futuro é diverso e inclusivo. Qual a nova cultura das organizações? As empresas sofreram esse choque de culturas por não ter um formato que funcionasse no contexto atual da pandemia e do home office. Esse choque os ajudou a desenvolver novas habilidades, diferente de outros que não conseguiram sobreviver a essa mudança, não há um padrão. Cultura de liderança inclusiva: Com o crescimento do trabalho híbrido, surge também o desafio de incluir os membros da equipe que trabalham a distância com os membros que trabalham presencialmente. Cada líder deve se perguntar: “o que eu quero deixar de legado?”. Um líder não deve escolher um sucessor igual a ele, e sim diferente. Para fazer a diferença é preciso coragem e intencionalidade. Coragem é sobre ação, sobre estar disposto a fazer o que necessário. E intencionalidade é sobre tomar cada decisão com a intenção de tornar o mundo cada vez mais inclusivo e diverso. “Não existe transformação sem desconforto.”

## O básico bem feito, na Era da complexidade onde e como gerar valor para crescer de forma sustentável

Por: Leo Massarelli | CCO of Questtonó

Dentro de um contexto de transformação digital, o celular e as mídias sociais têm tido um uso excessivo conectado. Nesse sentido, Leo Massarelli, CCO of Questtonó, defende o que formatamos e liberamos fica de responsabilidade das marcas. Não dá para querer estar em todos os lugares sem existir coerência. Em um mundo de inovação todo mundo quer parecer tendência, mas a reflexão deve ser no o que agrega e transforma visando o comportamento do consumidor. Ser relevante não basta, tem que ter encanamento. Se não tiver propósito torna-se genérico. Na lógica do que fazer, isso significa escolher entre o que o “trend” em um curto tempo ou investir na jornada da cliente. Inovar também tem muito em fazer coisas com sentido. Todo mundo quer ser Steve e Elon Musk em inovação, mas as empresas que estão sendo atreladas em marketing em vendas, devem direcionar o olhar sobre o produto, esses são os que realmente comandam o negócio.



### Mulherar é preciso, equidade como estratégia de inovação

Por: Claudia Colaferro, Paula Trabulsi e Erlana Castro

As palestrantes provocam o público a pensar sobre as conquistas reais do movimento feminista durante seus 136 anos de luta e sobre a desigualdade existente. Algumas pessoas devido a situação financeira e/ou ao ciclo de convivência no qual faz parte conseguem o luxo de pensar que atingimos hoje a equidade entre gêneros. Porém, ao contrário do que muita gente acredita, os dados apontam que não atingimos esse sonho e ainda caminhamos para trás por diversos motivos, mas principalmente por conta da pandemia da COVID-19. As palestrantes incentivaram a leitura do livro *Angry white man* do autor Michael Kimmel, um sociólogo americano que estuda sobre o comportamento dos homens e a masculinidade, e trás em seus livros um diagnóstico dos medos, ansiedades e raiva da supremacia de homens brancos que vem se sentido traídos quando não encontram os privilégios sociais e econômicos e ele também compara o que ele chama sensação dos direitos lesados com diversos casos de tiroteios de escolas sempre cometidos por meninos. Portanto concluímos que a desigualdade não é pouca e o seu combate ainda tem um caminho grande a ser percorrido, e esse é um fato demonstrado por dados e estudos, comprovando a legítima necessidade de combater o machismo e a desigualdade, mas como também a invisibilidade dessa necessidade latente.

## Engenharia reversa do fim do mundo: quais são as narrativas?

Por: Claudia Colaferro, Paula Trabulsi e Erlana Castro

Após o painel sobre a luta da desigualdade entre gêneros, as palestrantes trazem um novo olhar sobre diversas narrativas e chamam a atenção ao poder das marcas neste processo. Quase naturalmente separamos nossos valores éticos como masculinos, quando os pais têm o dever de exigir a busca de conquistas dentro da sociedade e os valores femininos, quando as mães têm o dever de acolher e apoiar os filhos dentro de casa. Com essa análise a marca Nestlé Mólico desenvolveu uma propaganda com a narrativa Humanidade em mim, com diversos depoimentos de mulheres e homens sobre como as mães inspiraram seus próprios valores, e que não deveríamos separar como valores femininos ou um dever da mulher e sim como um valor humanitário de todos. Foi um período de grande sucesso para marca que rendeu uma segunda temporada Humanidade em nós como um projeto Todas em nós e ainda popularizou o #AsMulheresqueMeHabitam com grandes nomes como o Emicida, e ainda proporcionando um tema de debate no canal GNT no programa Saia Justa. Citaram ainda diversos outros movimentos como a passeata do orgulho LGBTQ+ da marca Doritos Rainbow na famosa avenida Paulista e também dentro do jogo da Epic Games Fortnite. Citaram outros casos como o movimento He for She da PepsiCo, o festival “Orgulhe-se” da Vogue e o GQ Glamour, todas as marcas que se retiraram da Rússia em protesto contra a guerra com a Ucrânia. A representatividade da mídia deve seguir três grandes objetivos: maturidade, empatia e futurismo, reflexão realizada pela empresa ASAS no documentário Quando Somos Quem Queremos Ser. Reforçando o poder transformador das marcas perante questões sociais, deve ser almejar como boa mídia através da solidariedade e inclusão nutrir valores construtivos na sociedade e não agir apenas como “Fat Mídia”, termo utilizado pelas palestrantes ao se referir a imprensa que só “engorda” e não estimula valores sociais.



## **Como falir a sua empresa com sucesso**

Por: Rodrigo Balotin e Jonatas Soares

"Se os principais riscos uma são conhecidos porque ainda falem?" O questionamento iniciado pelo Jonatas Soares, nos traz uma observação quanto aos processos e inovações internas para sustentar o empreendimento. A conclusão para o grande problema é a inércia ativa quando profissionais tomam decisões por pressão do ambiente que as levam a resultados negativos. Para evitar a falência é necessário que as empresas tenham sistemas de inovação que oportunizem novas formas de negócio sustentáveis. Isso não é um departamento, mas característica de desafiar o status quo. Promover e manter um ciclo contínuo de novas ideias e fazerem desse funil para explorar ganhos rápidos. Com essa visão, Rodrigo Balotin, explica sobre o novo modelo de nano franquias que escalou durante a pandemia que fez a marca Bubble Mix Tea 5 vezes nos últimos anos. As principais características são investimentos menores, tempo de implementação em média de 20 dias. Para esse avanço foi necessário estudo completo sobre os modelos de negócios e quais outras fontes de ganhos poderiam ser utilizados, e para isso, o mesmo Rodrigo Balotin explica a metodologia Business Model Navigator - InUP Business Innovation, treinamento para criar pontos de inflexão que gerem novos modelos de negócio para adequar. Às vezes, é preciso falir e lançar um novo modelo.

## **Startup sem achismos de ideia aos primeiros resultados em 15 dias**

Por: Bruna Barbosa | Founder da Tudo Sobre Startups

Nessa palestra, Bruna Barbosa, Founder da Tudo Sobre Startups, compartilha sobre o programa de 15 dias para startups que possui objetivos principais muito claros, sendo eles: saber quem é o adotante inicial, quem é o cliente, que irá mudar na medida que o nível de maturidade da empresa muda. Para isso é bom realizar pesquisas e importante não falar do seu produto numa entrevista de persona, pois a entrevista pode ser influenciada e não possuir resultados verdadeiros. Nas entrevistas também é importante mapear histórias, não fazendo listas, mas sim, contar as histórias, de acordo com os relatos para mapear as pessoas envolvidas. Logo, em 7 dias já deve haver o discurso de venda e a priorização de produto, com base nas entrevistas e retirando emoções fortes, que se repetem, priorizando tarefas e dores e melhores momentos.

# sustainability will 🌐 change the world.



Acreditamos que um futuro melhor está diretamente ligado ao fato de nos responsabilizarmos socialmente como indivíduos e empresas, cuidando do nosso planeta e promovendo iniciativas que viabilizem atitudes práticas de sustentabilidade ambiental.

Por isso, em nosso festival distribuimos Ecobags e proporcionamos um ambiente em que cada participante personalizasse a sua como quisesse.

Um espaço onde arte e sustentabilidade cocriam em prol de um mundo melhor.

#thisisSMT





smt.

## Rota polar, um mar nunca visto

Por: Beto Pandiani, velejador, palestrante e escritor

O palestrante Beto Pandiani introduz o tema com sua história de vida e os caminhos percorridos até o dia em que ousou viver do vento. A conexão com barcos sempre esteve presente através de seu pai, imigrante italiano, que dispunha de aventuras no mar em seu país de origem. Por muito tempo a vida no mar ficou como um sonho e boas lembranças de seu pai, quando chegou a pressão de escolher o futuro e terminar os estudos trilhou o caminho em administração de empresas. Entretanto não se adaptou a estrutura formal e engessada de trabalho corporativo, não encontrava o porquê de trilhar esse caminho e carregava o desejo de trabalhar viajando o mundo, velejando, mas não sabia como. Começou a estagiar como barman por cinco anos buscando contato com as pessoas e expandir seus talentos, inclusive se tornou proprietário de diversas casas noturnas populares na cidade de São Paulo nos anos oitenta. Descontente com a rotina e em busca de novas experiências diferente de tudo que já havia vivido, teve a ideia de navegar de Miami a Ilhabela a bordo de dois catamarãs, percorrendo 13.500 quilômetros de mares, rios, recifes e temporais. Com essa viagem publicou seu primeiro livro e a partir dessa experiência começou a “viver de vento” através de suas viagens velejando com catamarã sem cabine em diversas rotas. A Rota Polar é o mais novo projeto de Beto Pandiani e seus parceiros, com o objetivo de contornar o Estreito de Bering, e navegar pelo mar do Ártico cruzando a lendária Passagem Noroeste e por fim alcançar a Groenlândia. Outra motivação dessa aventura é conhecer as pessoas da região, assim como a meteorologia e os efeitos climáticos, sobre o degelo da Calota Polar.





# Impactos Jurídicos (Físicos e Digitais) e auto regulação do metaverso

Por: Jhenny Coutinho, Paula Beckenkamp e Andrezza Rodrigues

Jhenny Coutinho e Andrezza Rodrigues são 2 empresárias que levantaram o tema sobre a relação entre investidor e startup, abordando os segredos para que essa parceria dê certo. A palestra aconteceu mais como uma forma de conversa, onde havia um intermediador que fazia perguntas pré-planejadas para que elas respondessem ao público. No mais, elas foram dando dicas ao público sobre como conseguir investidores. Segue algumas dicas delas: “Para ter sucesso, é necessário saber o ‘porquê’ e o ‘como’, para definir a rota de sucesso para conseguir bons investidores.” “Os investimentos são um meio e não o fim.” “Tenha certeza de que você quer o investimento, pois isso vai exigir aceleração e se não estiver pronto, seu negócio vai quebrar.” “Seja frio, calculista e simpático” “A captação não pode ser feita quando estamos sem dinheiro, não espere precisar do dinheiro para captar. Entenda o tempo exato para tal.” “O bom relacionamento é importante na hora da captação. Construa uma rede de relacionamento, tenha uma boa reputação e saiba se apresentar. É importante que o relacionamento seja construído antes, para que no tempo certo seja mais fácil o contato com o investidor.”

## Metaverso, Blockchain e NFT

Por: Ana Laura Magalhães e Cintia Ferreira

Ana fez carreira no mercado financeiro, era sócia do mercado da XP, e decidiu sair para iniciar dois projetos diferentes, sendo um deles a EVE NFT, que hoje ela é co-fundadora. Junto com Cintia Ferreira, que é fundadora da EVE NFT e co-fundadora da Belong.Be. O projeto EVE é uma DAO, que é Organização Autônoma Descentralizada, refere-se a uma forma revolucionária de organizar e administrar organizações, fazendo uso da smart contracts e tecnologia blockchain para fornecer transparência, imutabilidade, autonomia e segurança a eles. Que é construída por mulheres que são referência nas áreas de tecnologia, cultura, empreendedorismo e mercado financeiro, juntas acreditam que é possível criar uma Web 3.0 inclusiva e representativa. Estão tomando iniciativas para aumentar a diversidade através da educação e independência financeira, criando oportunidades para que qualquer pessoa em todo o mundo seja proprietária, criadora e colaboradora nesta nova era da internet.



## Metaverso - estudo de caso medicina/ agronegócio

Por: Marcelo Marcati | CCO da Venturion

O palestrante Marcelo Marcati começa explicando o Hype do metaverso, essa tendência vem crescendo cada vez mais desde que o Mark Zuckerberg anunciou a troca do nome da empresa Facebook para Meta, e que a aposta no segmento futuro da empresa seria no metaverso. Para desmistificar experiências do metaverso o palestrante apresentou uma tendência concreta que vem surgindo no setor, através de dois estudos de casos realizados pela sua empresa, relacionados com realidades imersivas que estão solucionando problemas ocasionados pela pandemia. O caso LVSIM Idomed precisava encontrar uma forma de realizar o treinamento da aula prática de uma sala de emergência, como solução criou-se uma sala multiplayer em tela com chat para ser mais acessível, pois nem todos os alunos possuem headset. Neste caso específico a sensação do ambiente tinha que ser o mais real possível, foi desenvolvido uma sala com todos os equipamentos com as mesmas medidas e leituras, a pessoa na maca tem todas as medidas reais com a movimentação da respiração correta e um painel para o professor criar os casos de emergência da aula prática. O segundo caso no setor de agronegócio foi o caso VEX, a empresa contratante vendeu maquinários para o setor e estava sofrendo perda de vendas sem as feiras e eventos com visitas para promover as máquinas. A solução foi criar outra experiência em tela para ser acessível a todo o público consumidor, mas também é possível conectar o headset e ter essa experiência imersiva em Realidade Virtual. Para solucionar o problema foi realizado um ambiente de demonstração do produto em segundo plano cujo o foco estava na máquina o sujeito da ação, é possível interagir abrindo capô, portas e todas as medidas são em escala real 1:1, até mesmo motor e o maquinário interno. Foi um sucesso em vendas e ainda utilizado para treinamento de venda para os funcionários e função analítica já que o programa analytics está associado dando diversas informações sobre quem acessa, o produto que observa.





## Da ideação a Venda em três anos

Por: Ingrid Barth | Fundadora da Linker Bank

Criar uma empresa não é fácil, então não pule etapas. Principalmente o investimento anjo, porque ele é importante, sendo o smart money e abre portas para as próximas etapas. Normalmente a captação é de quase 100% de network, então é essencial que se faça contatos desde sempre, não esperando para quando precisar de dinheiro. Não espere, também, precisar de dinheiro para abrir uma rodada, pois ela pode demorar. Pudemos presenciar isso na pele, com a pandemia, que acabou por adiar as rodadas. Não deixe de fazer relacionamentos com fundos de investimentos. Assim, estude eles e veja se você faz parte do que eles investem, pois não adianta investir seu tempo se sua empresa não é de interesse deles. De tempos em tempos mostre que você existe, mostre os números e coisas do business. Quando você pensar em desistir escute a voz falando para seguir mais um pouco, mas tome cuidado para não ouvi-la de mais.

## Metaverso no mercado externo: Como o Canadá vem se tornando a meca para tecnologias imersivas

Por: Regina Landim Noppe | Bridging Tech Ecosystems e CEO da Dream2b

Nessa palestra, Regina Landim Noppe, Bridging Tech Ecosystems e CEO da Dream2b compartilha sobre o Canadá, que é um país receptivo para estrangeiros. Ele está no top 3 do mundo para negócios, já que dentre outras vantagens, possui incentivos fiscais atrativos e muitos acordos comerciais com outros países. Ademais querem atrair mão de obra qualificada, tendo em vista a baixa densidade demográfica que possuem. Cumpre salientar que o Canadá é separado por clusters. Assim, Vancouver é um dos maiores hubs de metaverso, sendo que todas as empresas de assuntos relacionados do país se encontram nessa cidade. Por fim, a dream to be possui planos de internacionalização.



## **Sustentabilidade em todos os negócios**

Por: Maria Constantino | Diretora de Mobilidade Urbana

A palestra “Sustentabilidade em todos os negócios”, ministrada por Maria Constantino. De início foi comentado a diferença de poluição e contaminação. Poluir todos nós poluímos. A contaminação está de acordo com o que mata, então se matar ou alterar a qualidade de vida do ser humano ou animal é contamina. No meio ambiente não existe vilão, vilão somos nós, nos falta política pública para o lixo ser diminuído, reciclado e reutilizado. Planejamento urbano é um grande problema ambiental. E o que é isto? São as enchentes, falta de água limpa para beber, saneamento básico. E isso traz diversos problemas como falta de segurança, roubos. “A sustentabilidade são pessoas. Escolha ser o 1% que acredita que vai fazer a mudança.”

## **Aprendizados de uma jornada de inovação de sucesso**

Por: Rodrigo Carazolli | Gerente Geral de Inovação (h2/h3), Novos Negócios e Açolab Ventures

Rodrigo Carazolli gerente geral de Inovação, Novos e Investimentos em Startups ArcelorMittal Aços Longos e Mineração. Veio trazer para nós em sua palestra o propósito da ArcelorMittal que é ter ações inteligentes para pessoas e o planeta. Mittal é líder global em soluções na indústria e tem seu foco em inovação. Em nos apresenta 22 aprendizados organizados em 5 categorias sendo eles cultura, processos, pessoas, estratégias e metodologia. “Inovar exige desprendimento, jogo de cintura antifragilidade e determinação.”

## **Modelo sustentável contra a mesmice corporativa**

Por: Alex Lima | Fundador Glóbulo e Transcriativa

O teu Borogodó será o principal elemento de diferenciação no seu negócio, na sua vida, no teu relacionamento e no momento que você entender isso o jogo muda. “borogodó é a moda do futuro.”



## Quality assurance em mobile games, e os desafios de projetos AR e VR games

Por: Anny Caroline Sousa | Analista de Testes na Gazeus Games

A palestrante Anny Caroline Lousa discorre sobre sua jornada profissional e a importância do profissional de gestão de qualidade dentro do universo dos mobile games e projetos de AR (Realidade Aumentada) e VR (Realidade Virtual). Este departamento tem como objetivo garantir o desenvolvimento de um serviço ou produto sem defeitos em seus requisitos, ou seja, com qualidade para atender as necessidades e buscar reduzir os custos operacionais. O processo pode ser dividido em três componentes: interna, externa e o que está em uso. Seguindo as técnicas de testes o de caixa branca analisa a estrutura interna do código fonte de um sistema, o de caixa preta testa a funcionalidade sem referência à estrutura interna e a caixa cinza que mescla as duas estratégias com o conhecimento completo ou parcial da estrutura interna e saídas esperadas. Com esse sistema é possível saber o nível de funcionamento, confiabilidade, usabilidade, eficiência, manutenção e portabilidade do serviço ou produto. Para impulsionar o sucesso de um aplicativo já no mercado, também é função da gestão de qualidade analisar o Rating, Review e taxas de ANR (O app não está respondendo) e CRASH (Falhas ou Bugs). Nos casos dos jogos com as tecnologias emergentes dentro do universo XR (Realidades diversas como AR, VR, usa-se o X como uma incógnita). Com isso, a palestrante reforça que o desenvolvimento dos hardwares, headsets e da tecnologia trará mais oportunidades para as limitações do setor de games e que nenhuma estratégia de marketing vai manter um produto ruim no mercado, embora o departamento de qualidade nesse setor ainda seja escasso toda empresa deveria aderir estratégias legítimas para garantir a qualidade nas experiências



## ESG, Data Intelligence, a importância das grandes empresas

Por: Fernando Clark | Diretor Comercial NTICS e SB Sustainable Business

Fernando Clark, especialista em ESG, abordou sobre Data intelligence e a importância das grandes empresas têm cadeias de fornecedores mais resilientes. Fernando iniciou o tema abordando como está o mercado atual e ressaltando o poder que o capitalismo tem de mudar o mundo e a importância de fazermos negócios e termos fornecedores que cooperem para este bem. Continuando o tema, o speaker abordou algumas tecnologias, que juntas, podem regenerar o planeta, tais como o SB Sustainable Business Solutions, que é uma ESG Tech e o ESG Data Intelligence, que tem o poder de captar dados que passam a ser informações para tomadas de decisões que vão além dos negócios. Fernando ainda apresentou formas de se gerar valor com sustentabilidade da cadeia de suprimentos e apresentou algumas metodologias sólidas e transversais que sua empresa, NTICS Projetos, utilizam para mudar o mercado de seus clientes.



## Metaverso não é um bicho-papão, é somente uma evolução

Por: Gustavo Melles | CPO e CXO na Upper

Gustavo Melles é CPO e CXO na Upper, a primeira empresa do Brasil especializada na criação e aplicação de projetos de ADucation. Gustavo abordou em sua palestra o metaverso, alegando que “Metaverso não é um bicho-papão, é somente uma evolução”. Gustavo mostrou um pouco da evolução dos óculos de realidade virtual e passou também pela evolução da internet para chegarmos no metaverso - Web 1, Web 2, Web 3. Ainda comentou que o metaverso e a realidade virtual e aumentada já são uma realidade e que a tendência é ainda mais evoluir. Além disso, o palestrante falou sobre o que são os NFTs, que segundo ele: “um token não fungível, ou seja, um token criptográfico que representa algo único.” E logo após explicou que tudo isso só é possível por causa da blockchain que “é um grande banco de dados compartilhado e como a web 3.0, ela é descentralizada e o conteúdo fica distribuído entre muitos computadores.”



## **ESG, CX e Centralidade do Cliente**

Por: Carolini Capitani | VP de design digital e inovação da Ilegra

As empresas precisam genuinamente olhar para o cliente delas e para as práticas que elas fazem no quesito socioambiental. Precisa ser verdadeiro genuíno, e precisa endereçar porque os consumidores dos novos tempos estão mais exigentes, elas precisam abraçar essa causa. A experiência do usuário (customer experience) precisa andar junto com o ISG. Pois hoje em dia temos consumidores mais exigentes reivindicando as marcas futuras socioambientais.

## **Liderança, Protagonismo e Networking**

Por: Isa Quartarolli | Fundadora e CEO da Women Leadership

Isa Quartarolli de 35 anos e é empreendedora há 2 anos. \*empresa dela\*, começou a 2 anos atrás e é um projeto iniciado dentro da HowEducation em Curitiba que tem projetos mais voltados para hard skills. Em sua palestra abordou quão importante é você ser protagonista da sua vida, você olhar para si e se reconhecer para saber onde quer chegar. Pois se não olharmos para nós mesmos não vamos a lugar algum.



## **Growth Hacking: como escalar negócios B2B**

Por: Monica Lobenschuss | Fundadora da Vendas Exponenciais Consultoria e Treinamentos

Nessa palestra, compartilhou sobre Growth Hacking e como trazer crescimento acelerado para negócios B2B. Passou pelas 3 fases de todos os negócios (tração, retenção e escala) e abordamos canais, estratégias, hipóteses e experimentos para trazer ampliação nos resultados. A palestra abordou o método para encontrar o seu cliente de ouro, técnicas de marketing digital e dicas para trazer mais valor aos negócios, saindo da guerra de preços. Por fim, foram apresentados mais de 20 canais de vendas para estimular os negócios e como aplicá-los, de forma bem prática, no dia a dia das organizações desde já. Ao longo da programação, também compartilhou cases e dicas para alavancar vendas!

## **Cultura de produtos nas empresas**

Por: Ana Luiza Pucca Rodrigues | Product Manager na Credicard

A cultura de uma empresa é o primeiro pilar para que ela possa desenvolver qualquer produto ou serviço, segundo a palestra realizada por Ana Luiza Pucca, Product Manager na Credicard. Assim, com uma cultura forte a empresa possui um propósito forte. Segundo pesquisa da Target Teal, existem empresas que são verticais, mas a maioria está caminhando para o modelo horizontal, com um conjunto de líderes. Saindo de um modelo de transformista para conquistadora, ou seja, buscando inovação, papéis e meritocracia. Para isso é aplicada a metodologia ágil, para que a empresa aja com mais eficiência. Antes a metodologia era cascata, que demorava muito, já na metodologia ágil você pode usar na sua vida. A cultura do produto trabalha por spreads, tribos, estruturando os times de produto. Claro que a ideia é não errar, mas para minimizar os erros é necessário que tenha mais squads cuidando dos check outs.

## **Inovação Urbana na veia: como engajar a população para ser parte da solução dos desafios urbanos da cidade**

Por: Tullio Ponzi, Tabata Amaral, Cris e Dani Guedes

Dentro do tema da tecnologia e inovação para solucionar desafios urbanos é possível refletir sobre diversas problemáticas como a drenagem de água, iluminação pública, pavimentação da cidade, entre outros. A tecnologia pode e deve ser usada como uma grande ponte entre pessoas e soluções, deve-se identificar os pontos a serem solucionados e promover colaboração para encontrar iniciativas como ocorrido no programa E.i.t.a.! Recife e apenas assim será possível atender quem realmente necessita de ajuda e não ficar preso em “tapar buracos”. Daniela Leite foi a vencedora do concurso com a problemática de fome e desperdício de alimentos, ela e seus parceiros criaram um aplicativo chamado Comida Invisível, disponibilizando a doação e distribuição de alimentos às ONGs que precisam, o aplicativo também certifica ONGs garantindo a segurança da doação. A palestrante conta que a ideia surgiu no dia em que estava no supermercado procurando frutas e não encontrou, quando foi ao Ceagesp se deparou com uma pilha de frutas em bom estado jogadas no chão, como se fosse lixo ou estivessem estragadas e nesse momento encontrou seu propósito de vida. Atualmente no Brasil 14,96 milhões de toneladas de alimentos próprios para o consumo estão sendo desperdiçados e ao mesmo tempo existem 15 milhões de pessoas passando fome. A palestrante declara: "O desperdício de alimentos é um problema de todo mundo" e recita um poema para repensarmos nossa prática de consumo.



## Real Skills as habilidades do Futuro

Por: Marc Tawil | Estrategista de Comunicação

Em sua palestra, Marc Tawil, Estrategista de Comunicação, fala sobre as Skills de profissional do Futuro. Muitos de nós precisamos nos esforçar para refinar essas competências necessárias para a “vida real” que não é só o trabalho. Talvez uma das barreiras que enfrentamos seja justamente o fato de ser algo novo para nós. Com tantas mudanças no mundo e no mercado de trabalho, é importante trabalhar em um “novo eu”, ter uma atualização de identidade que é ampliada devido às oportunidades digitais que temos. O conceito “Real Skills”, criado pelo autor Seth Godin, best-seller mundial do marketing, das real skills ou “competências verdadeiras”, misto de hard skills (competências técnicas) e soft skills (competências socioemocionais ou comportamentais) são necessárias para qualquer profissional. Habilidades reais porque funcionam.



---

**Pela primeira vez, cinco gerações economicamente ativas convivem e trabalham juntas (Baby Boomers, X, Y, Millennials e Z)**

---

Porque são modernas, funcionais, necessárias e diferenciadas. Porque são integrais e mesclam liderança, carisma, cuidado, aplicação, zelo, dedicação, interesse, atenção, presteza, solicitude, agilidade e senso de urgência. Dentre as 8 real skills mais importantes para desenvolver estão o autoconhecimento, autocuidado, pensamento crítico sistêmico, gestão do caos, honestidade intelectual, inteligência emocional, aprendizagem permanente e antifragilidade. Vale ressaltar que pela primeira vez, cinco gerações economicamente ativas convivem e trabalham juntas (Baby Boomers, X, Y, Millennials e Z). Isso nos dá a chance de um exercício de empatia único – desde que queiramos. Isso impacta fortemente como consumimos, interagimos, nos comportamos e até enxergamos a sexualidade, igualmente. A revolução começou. Ou seria melhor chamá-la de evolução?

## #ESG para já

Por: Erlana Castro | SXSW Speaker em 2022, coautora do Radar da Antifragilidade

Para entender porque o ESG pra JÁ é uma necessidade e não apenas ativismo, Erlana Castro, SXSW Speaker em 2022, nos convida a abrir a mente para a re percepção e, por meio de alguns insights, prova porque as pessoas de negócios precisam buscar formas construtivas e criativas de trazer o ESG para o cotidiano das empresas. O primeiro insight é “O contexto é rei” – sim, todas as ações e estratégias estão condicionadas ao contexto a que pertencem. Em relação a ESG, a chapa esquentou. A preocupação com Ambiental, Social e Governança, que até a pouco tempo era apenas importante – e projetável – agora passou a ser urgente. E as coisas que são urgentes e importantes, são as que ganham o topo da prioridade. O segundo insight: o ESG fica na zona de convergência entre o capital e a sociedade, exatamente onde estão os negócios. Assim, por se tratar da mínima verdade viável entre esses dois pólos, é um excelente ponto de partida para as transformações – tanto do mundo quanto das relações entre empresas e seus públicos. O desafio agora é fazer com que as pessoas entendam que ESG é problema de todo mundo e não uma demanda imposta pelos C-level e pelo conselho. Por isso é hora de parar para refletir criticamente e criativamente sobre como podemos ajudar a resolver questões urgentes da sociedade, ao mesmo tempo em que criamos e capturamos valor para o nosso negócio, por meio de uma prática empresarial regenerativa, comprometida e contextualizada. A sugestão é fazer a proposta de valor para o seu cliente incluindo além das dores do cliente, as dores do mundo, além de ganhos para o seu cliente, ganhos para o mundo. A outra ferramenta criativa recomendada é o Radar Antifragilidade, (da qual Erlana Castro é co-autora com Tipiti Barros e Sabina Deweik) apresentada no SXSW 2022.



## **Realidades Estendidas (XR, AR, MR) no Brasil: um ecossistema de inovação e oportunidades**

Por: Inês Maciel | Produtora de filmes em Cinematic VR na AZIMUT VR

A professora de mestrado e engenheira Inês Maciel foi quem abriu a sala 201 no primeiro dia, ministrando uma palestra que abordava sobre realidade estendida (XR, AR, MR) no Brasil. Inês abordou as novas tecnologias como um grande ecossistema de inovação e oportunidades para brasileiros empreenderem e entrarem de vez neste mercado de Inovação. A professora ainda abordou os conceitos de macrotendência, macrotendência e megatendência, alertando sobre a fase atual que essas tecnologias e, principalmente, o metaverso se encontram. No caso, a palestrante abordou que tanto a realidade virtual como o metaverso estão em fase de primeiro adepto, alertando que “devemos entrar na onda enquanto ela está leve, pois depois que fica gigante já era”. Ademais, Inês ressaltou que “as realidades estendidas são um dos caminhos para fazer a indústria 4.0 no país”. Por fim, a palestrante finalizou sua apresentação abordando um pouco mais afundo os conceitos das realidades estendidas: Virtual Reality (VR) - representação virtual do mundo em ambiente imersivo; Augmented Reality (AR) - Informação ou dados que podem ser sobrepostos ao mundo real e Mixed Reality (MR) - introdução de elementos reais no mundo virtual

## **Como hubs de inovação podem ser mais potentes**

Por: Isa Azzalin | Startups Communities Manager no Sebrae for Startups

Hubs vem de conexão, então, precisamos criar inovações para além do trabalho para que parcerias aconteçam. Hub no Brasil é um espaço físico digital que traz players de inovação, para participarem de iniciativas para se conhecerem e trocarem contatos. Porém, Hub para o resto do mundo é diferente, há vários hubs de inovação nas cidades, como por exemplo Londres como um hub de inovação.



A large, white, stylized double quote icon (‘‘) is positioned on the left side of the image, partially overlapping the woman's arm and the text below.

**É preciso enxergar que os contrastes sociais da realidade são extremos.**

---

Enquanto a sociedade fica esperando as maravilhas tecnológicas, ela se distrai de cuidar de problemas reais causados pela falta de cuidado com o ambiente e com as pessoas.

## ESG e Ficção Social

Por: Etienne Du Jardin | Co-fundadora e CPO Mimo Live

Ficção científica é um gênero que foi criado por uma mulher, Mary Shelley, que escreveu Frankenstein ou o Prometeu Moderno, lançado em 1818 e inspirou o Jules Verne, que é o pai da ficção científica, autor de obras como 20 Mil Léguas Submarinas e Da Terra à Lua que inspirou outras tantas. A ficção científica mostra inovações e seus impactos na vida das pessoas e traz o futuro para perto da realidade atual. Os Jetsons, Star Trek e De Volta Para o Futuro são algumas das obras de ficção que estão recheadas de tecnologias que já temos hoje. Boa parte dos grandes inventores são fãs dessas obras. Entretanto, há também os futuros distópicos mostrados em Blade Runner, O Exterminador do Futuro, Matrix e Wall-e – todos mostravam os efeitos da falta de cuidado com o planeta e com o triste fim de não cuidar da nossa realidade. Está na hora de entender que os futuros distópicos são um aviso para mudarmos nossas formas de agir para chegarmos a uma construção social mais justa e segura. É preciso enxergar que os contrastes sociais da realidade são extremos. Enquanto a sociedade fica esperando as maravilhas tecnológicas, ela se distrai de cuidar de problemas reais causados pela falta de cuidado com o ambiente e com as pessoas. Ao mesmo tempo em que temos tanto suporte tecnológico, não conseguimos evoluir em termos sociais e ambientais enquanto humanidade. A dor do outro virou paisagem e as pessoas esquecem que o nosso papel é buscar solucionar as dores das outras pessoas. Precisamos transformar nosso mundo aqui e agora. A sociedade é construída pelo livre-arbítrio individual e a ficção social se baseia na redução das desigualdades, o combate à pobreza e o combate às mudanças climáticas. É preciso entender e reconhecer os privilégios, ter a intenção é agir para mudar o mundo. Construa o mundo pautado na abundância e não na escassez, na justiça e não na guerra, na paz e não na guerra. Vamos construir agora o mundo que a gente quer ver lá na frente.



A black and white photograph of a speaker at a conference. The speaker, a bald man in a dark long-sleeved shirt, is on the right side of the frame, holding a microphone in his left hand and gesturing with his right hand towards the audience. The audience is seated and blurred in the background, with a woman in the foreground laughing. The overall scene is a professional presentation or seminar.

“

**No século 20, as pessoas se diferenciavam por idade. No século 21, a diferenciação se faz por mentalidade.**

---

Mudar não é gostar do novo, é aceitar o novo.

## Metaverso e Mad Max

Por: Dado Schneider | Doutor em comunicação, professor e palestrante

A complexidade crescente do mundo está trazendo mudanças tão rápidas que os comunicadores ficam com a obrigação de traduzir a sociedade para os outros. E partem das mudanças de comportamento para fazer sua interpretação. A partir das inversões que ocorreram nos valores da sociedade, o Schneider aponta como as dinâmicas de poder mudaram e alerta: hoje, proprietários, diretores e gerentes deixaram de estar em posições de isolamento e privilégio e até trabalham mais do que seus times. Segundo ele, tudo passa pela atualização da mentalidade de cada um. Em sua experiência, existem jovens velhos aos 30 anos e velhos com mentalidade de garotos e ele destaca que o saudosismo do passado vem atingindo pessoas cada vez mais novas. Antes da pandemia, o futuro parecia um desdobramento direto de tecnologias como internet 5G, internet-das-coisas, big data. Mas a pandemia colocou a previsibilidade em cheque. Isso fez com que o futuro tenha mudado “bem na nossa vez”. E isso exige que os mais sintonizados com a inovação e na vanguarda ajudem os que ficaram para trás a se atualizarem para não ficarem perdidos em uma realidade que já passou, o passado. No século 20, as pessoas se diferenciavam por idade. No século 21, a diferenciação se faz por mentalidade.

Os mais alinhados com a vanguarda podem ser de qualquer idade e os resistentes à evolução, idem. Somos adultos inéditos porque vamos chegar a 100 anos de idade com saúde e capacidade de criar e trabalhar. Hoje não cabe mais fazer contagem regressiva para a aposentadoria porque isso não será mais viável. Em 1981, quando tinha 21 anos, Dado já tinha cumprido 1/3 da expectativa de vida da época, que era de 63 anos. Nessa época havia três gerações trabalhando juntas. A previsão dele é que em 2028 sete gerações vão trabalhar juntas. E é bem possível que o líder do time seja alguém mais novo. A experiência dos mais velhos deixa de ser imprescindível porque a internet é fonte capaz de resolver boa parte dos problemas. Ninguém mais precisa de uma avó para ensinar a trocar um bebê pois o YouTube tem um vídeo que ensina isso. Mudar não é gostar do novo, é aceitar o novo. É saber que existe uma nova agenda ética que inclui diversidade, inclusão, sustentabilidade e empatia. Vivemos uma era mais veloz, mais exigente e temos que nos preparar para vivê-la com educação para que o futuro não vire algo brutal como se vê no filme Mad Max.



## As 8 etapas da disrupção

Por: Luiz Candreva | Futurista e Head de Inovação da Ayoo

Luiz Candreva, futurista e Head de Inovação da Ayoo, começa sua palestra com a frase de impacto: "O futuro é de quem sabe navegar no caos e ficar confortável nele." Muitos não sabem o que faz um futurista, que é quem estuda cenários de futuros possíveis, prováveis e desejáveis. Dos cenários possíveis, aprendemos a extrair os prováveis, como um ataque zumbi - é possível, mas nem sempre provável de acontecer. Os futuristas atuam com empresas, governos e indivíduos. Ajudamos a antecipar os passos, aproveitar as oportunidades, fugir dos riscos e ajustar nossa estratégia. Ao analisar as 8 etapas da disrupção - Inércia, forças emergentes, disrupção, dispersão de não-óbvios, conflito, caos, domínio do caos e estabilização - vemos que os dois maiores divisores são a inércia e o caos. Percebemos muito como as pessoas são apegadas às coisas, e evitam as mudanças. Ao pedir para o público se levantar e trocar de lugar, Candreva provou sua teoria de que o ser-humano ama a inércia, sendo que a plateia não gostou da ideia de deixar sua cadeira para sentar em outra. Se é difícil mudar algo pequeno, como seu lugar em uma palestra, é ainda mais difícil mudar algo grande, como o modelo de gestão do seu negócio. Quanto mais movimento colocamos no mundo, mais caótico ele fica; quanto mais caos, mais incertezas nós temos, e vice-versa. Tecnologia é tudo aquilo que usamos para resolver um problema, não necessariamente é algo eletrônico.

## Organizações movidas por dados: a era das decisões autônomas

Por: Ricardo Cappra | pesquisador de cultura analítica

Em sua palestra, Ricardo Cappra, pesquisador de cultura analítica, fala sobre como decisões autônomas afetam a forma como as organizações funcionam. Uma das habilidades mais importantes para os profissionais até 2025, é o pensamento analítico, mas o que é isso? A partir do momento que não era mais necessário o esforço humano para geração e processamento de dados, a quantidade de informações que recebemos, e a velocidade em que recebemos não nos permite processar. Por isso, surge a ciência de dados. O cérebro, como um órgão humano, também sente fadiga, assim ele se torna um sistema falho de tomada de decisão. Levando em consideração todas essas informações, é impossível que exista apenas um profissional ou área para cuidar dos dados de uma empresa, os dados serão parte de todas as áreas da empresa, todos os colaboradores devem saber analisar os dados pertinentes às suas tarefas. Por isso é tão importante adotar uma cultura de analítica.







## Em Terra de robô quem tem coração é Rei

Por: Flavio Tavares | Sócio-fundador da Upper ADucation

Estamos vivendo uma transformação tecnológica sem precedentes na vida e na sociedade. Há quem afirme que estamos vivendo a quarta revolução industrial, mas na visão de Flávio Tavares, estamos vivendo a última revolução industrial. Hoje já há um movimento muito forte de transformação da indústria, como por exemplo, a utilização de impressoras 3D para os mais diversos usos, por exemplo a fabricação de peças de reposição para veículos, e que essa utilização já é realidade no Brasil. A tecnologia robótica mostra que já é possível ter uma professora-robô, um cachorro-robô e até esposa-robô. Mas, diante da evolução rápida da tecnologia, cabe perguntar se ela vai engolir a nossa humanidade. Será que estamos repetindo modelos baseados em algoritmos a ponto de nos tornarmos tão previsíveis quanto robôs? A Era da Autorresponsabilidade tira a gente da posição de vítima e nos coloca como protagonistas. Precisamos resgatar a criatividade, que é a possibilidade de gerar o novo a partir da imaginação; a comunidade, que é a sincronicidade gerada por valores e propósitos e o terceiro elemento é a generosidade, no sentido que não devemos ser ególatras ou hedonistas e sim criar e fazer as coisas para os outros. O foco não deve ser na inovação tecnológica, mas na inovação humana porque as tecnologias surgem e somem em ciclos cada vez mais rápidos e o que fica de relevante é a humanidade que as tecnologias nos permitem exercer. Precisamos entender que tipo de humanos estamos criando para usar essa nova tecnologia e isso nos leva à sociedade 5.0, quer que o humano e seus propósitos estão no centro de tudo. A realidade é o reflexo dos valores e desejos humanos. A essência dos nossos corações é que nos leva adiante. O que importa na vida não são quantas vezes o seu coração bate e sim os motivos pelos quais seu coração bate. Em terra de robô, quem tem coração é rei.

## Pretos e o futuro: comunicação, marcas e inclusão

Por: Júlio Beltrão | Diretor artístico na Music2Mynd

Trabalha na maior agência de cultura e entretenimento da América Latina e tem a missão de trazer pessoas pretas para as telas e para o mercado publicitário e foi um dos Forbes 30 under 30. Precisamos falar do #publi para saber quantos perfis de pessoas pretas você segue nas redes sociais, quantas pessoas pretas estão na empresa em que você trabalha e quantas estão nos ambientes que você frequenta. Isso porque, segundo o IBGE, 53% da população brasileira é preta. Mas, existe a expectativa de que esse número aumente bastante no próximo senso porque muitas pessoas passaram a se autodeclarar pretas e, inclusive, mudaram sua cor nos seus documentos de parda para preta. Vidas negras importam – todos os dias. Muitas empresas focam sua comunicação com os pretos só no mês de novembro (mês em que é celebrado o Dia da Consciência Negra) e isso é fechar os olhos para uma população que consome todos os dias. Quem lacra, lucra. Hoje, segundo Beltrão, a pauta é sobre pluralidade e o diagnóstico é que sem pluralidade as empresas tendem a morrer porque ficam sem acesso a ideias de pessoas que fazem parte dos mais variados nichos da sociedade – o que tem um valor especialmente grande para evitar crises de imagem ou a reversão de alguma crise. Co-criação é um dos caminhos eficientes para a inclusão dos pretos e já há casos, como o da influencer Camila de Lucas, que com seus conteúdos foi capaz de aumentar o número de assinantes de uma potência internacional como a Netflix, ou ampliar as vendas da Nike, uma das maiores marca de artigos esportivos do mundo. O futuro são empresas com equidade e com pluralidade e com a capacidade de inspirar o consumo de marcas que se importam em se mostrar abertas. A intenção é criar um novo cenário de publicidade em que os pretos estão inseridos no fluxo criativo das empresas e das agências e sendo reconhecidos como potência dentro da equação do consumo. O próximo passo é entender que o futuro em que isso deve acontecer não é o dos carros voadores, mas literalmente amanhã.

## O próximo passo do digital banking

Por: Fábio Lins | Superintendente Executivo de Inovação, Canais e UX do Banco Original

Estamos vivendo a quarta revolução industrial, causada pela confluência de evoluções tecnológicas como a internet de alta velocidade, os smartphones, a inteligência artificial, a internet das coisas e a convergência entre o físico, o digital e o biológico. Vale notar que mais de um terço das pessoas no planeta ainda não têm acesso à internet, o que foi o que determinou a terceira revolução industrial. E que a segunda revolução industrial foi determinada pela eletricidade, mas 17% da população mundial ainda não tem acesso à energia elétrica. Entre 2005 e 2015 houve uma substancial mudança nos rankings de empresas com os melhores resultados financeiros do mundo. Enquanto no começo do milênio o topo estava com as indústrias de diversos setores, agora existe uma grande concentração de big techs na liderança. E isso aconteceu porque as pessoas mudaram os seus hábitos e passaram a incluir a vida digital de forma intensiva na sua vida. Hoje os clientes podem escolher com quem querem trabalhar graças ao open banking. Mas todos os contatos via digital geram um volume ainda maior de dados, tudo é regulado pela LGPD

(Lei Geral de Proteção de Dados) e a interpretação dos dados podem ajudar os bancos a entenderem as necessidades do consumidor e seu perfil de crédito. Os super apps, como acontece na China, concentram toda a informação das pessoas e também se tornaram meios de pagamento. Hoje, internet banking, pix e open banking são poderosas ferramentas de bancarização do brasileiro e são reguladas pelo Banco Central, que tem posição muito inovadora. A tecnologia fez com que o mercado bancário passasse a viver a “coopetição”, em que a competição virou cooperação. Para criar a moeda digital do Real, várias tecnologias estão sendo analisadas e desenvolvidas envolvendo blockchain e smart contracts. Tudo sempre tendo em vista colocar os clientes no centro. Em relação ao open banking e open finance, a evolução está em curso e deverá gerar muita facilidade para ampliar a oferta de crédito. O futuro do digital banking do Brasil é de se manter na vanguarda em termos de regulamentação e de utilização por parte dos brasileiros por meio de sensores digitais para fazerem autenticações e agilizar ainda mais as transações bancárias tanto no mundo físico como digital por meio de múltiplas interfaces, sempre com transações seguras.





“

**O mundo avança  
em uma velocidade  
exponencial.**

---

A tendência da maior parte das pessoas é superestimar o que se pode fazer em um ano e subestimar o que vai acontecer em 10 anos.

## **Metaverso: onde você vai viver e trabalhar em breve**

Por: Walter Longo, CEO Unimark e palestrante internacional

O metaverso traz a capacidade de estar longe e perto ao mesmo tempo. Tudo começa por reconhecer que o mundo avança em uma velocidade exponencial e a tendência da maior parte das pessoas é superestimar o que se pode fazer em um ano e subestimar o que vai acontecer em 10 anos. Há uma conjugação de fatores que está nos levando para o metaverso e pode-se dizer que as redes sociais foram o treinamento inicial da população para o metaverso porque elas permitem que cada um construa a sua imagem como quer (mais bonito, mais jovem, mais rico, mais feliz) mesmo que isso seja bem diferente da sua realidade cotidiana. Enquanto no mundo real as pessoas são tudo o que conseguem ser, no metaverso é possível ser tudo o que se quer ser -- e isso tende a ser muito atrativo para a maioria. Além disso, a vida digital elimina diferenças que existem no mundo físico e isso permite que o ambiente seja muito mais inclusivo, justo e acolhedor -- exatamente como gostaríamos que a realidade física fosse. O terceiro ponto é que a pandemia acelerou o processo de digitalização da vida das pessoas e, ao mesmo tempo em que isolava fisicamente, empurrou as pessoas a consumirem, se divertirem e a viverem experiências online. Metaverso foi um termo cunhado pelo escritor Neal Stephenson em 1992 na sua obra Snow Crash, em que ele mostra que um entregador de pizza no mundo físico poderia ser um príncipe guerreiro no mundo digital. Ele mostra no livro que os sentimentos vividos no mundo online eram tão válidos quanto os do mundo físico. O conceito é, portanto, replicar sua vida, seus interesses, rotinas e relações no universo digital.

Assim, com o uso de óculos imersivos ou simplesmente usando um laptop ou celular vai ser possível ter experiências digitais tão completas que, na dimensão emocional, não vai fazer muita diferença se o que foi vivido aconteceu no mundo físico ou digital. O resultado emocional disso é a incapacidade de se distinguir a realidade da ficção. O metaverso amplia as camadas de atuação também para as pessoas jurídicas e faz com que o conceito de propósito corporativo evolua tão rápido quanto a tecnologia. Isso fez com que o pensamento das lideranças evoluísse da preocupação em entender em que negócio a empresa estava ou quais problemas estavam resolvendo para quais sonhos e aspirações dos seus consumidores a empresa está realizando. E o metaverso dá muitas oportunidades para que as empresas criem produtos capazes de atender aos desejos dos consumidores e seus avatares. O metaverso é onde a sua persona física e digital se unem em uma só realidade. O que acontece com uma afeta a outra e vice-versa. A fase emergente do metaverso vai até 2025, vamos avançar até 2030 e estará maduro a partir deste ponto. Vale a pena ficar atento às possibilidades deste novo mundo para sermos protagonistas nessa nova era.



## O papel da Inovação no dia a dia das empresas e sociedade

Por: Amanda Graciano | Economista e especialista em transformação digital e LinkedIn Top Voice

O primeiro questionamento é sobre como será o novo mundo que as pessoas imaginam. Levando esse questionamento para as previsões para o ano de 2030, em números, temos que a nova revolução industrial virá da África Subsaariana; que 55% da riqueza mundial pertence às mulheres e que o maior mercado consumidor será o chinês. Tudo isso mostra que é importante nos desafiarmos a sermos criativos. E a inovação é, além do ato de fazer algo novo, tem a ver com o processo de melhoria contínua e incremental. Inovar também pode ser encontrar uma forma original de resolver um problema, mas pode estar também em melhorar processos e evoluir em pequenas coisas que possam ser transformadoras. A evolução tecnológica da humanidade vai da descoberta do fogo e da roda até os smartphones, e o reconhecimento do que é mais inovador que outro tem a ver com a experiência de vida de cada um. A tecnologia recebe diferentes abordagens dependendo da ótica de cada um. O repertório de cada um condiciona o impacto da inovação para cada um. A inovação é fruto da nossa interação com a realidade, com a forma de pensar de cada um e dos impactos que cada inovação gera imediatamente e no longo prazo. A questão é trabalhar no dia a dia para chegar ao futuro que imaginamos. Uma boa forma de começar é escolher um dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU e ver o que pode ser feito para atingir algum dos ODS, levando qualidade de vida para todo mundo, sem deixar ninguém para trás. O Brasil é o campeão de pessoas conectadas à internet.



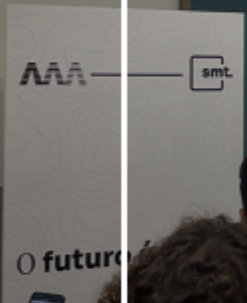
E 5 milhões de brasileiros já estavam no metaverso antes mesmo do Facebook virar Meta. Mas o país ainda tem que lidar com a evasão escolar, que aumentou 117% na pandemia, fome que atinge mais de 19 milhões de brasileiros e o desemprego aumentando, especialmente entre as mulheres. Então, a missão é buscar alinhamento individual com o ESG (Environmental, Social, Governance) e entender como a tecnologia pode nos ajudar a reduzir as desigualdades. Afinal, quando nem todo mundo está no jogo, todos perdem. Inovação é sobre gente, negócios, territórios, espaço e sustentabilidade.



## Como tornar seu negócio "future-ready"

Por: Paula Harraca | Diretora de Futuro da ArcelorMittal

Arcelor tem 100 anos no Brasil – e isso significa que alguém está legitimando essa proposta de valor. Mas a questão passa a ser “como será o futuro?” Esse questionamento está sempre vivo na história da humanidade. Empresas que se preocupam em imaginar o futuro, como a Microsoft, estão sempre entre as mais valiosas do mundo. Mas no eixo da transformação estão as pessoas que lideram e promovem as mudanças. Pessoas que pensam, que imaginam e que sabem que não dá para adivinhar o futuro e sim que é possível fazê-lo acontecer. As empresas não morrem apenas porque fazem coisas erradas, mas também porque fazem as coisas certas por tempo demais e não percebem que estão gradualmente perdendo a relevância. É preciso inovar na hora de inovar. São engenheiros que sabem cuidar do aço, mas não entendem de varejo. Ou seja, precisamos de novas habilidades para nos relacionarmos com todo o Mundo BANI, frágil, ansioso, não-linear e incompreensível. Para fazer uma empresa pronta para o futuro é preciso entender que cultura não é destino, é a jornada ligada ao processo de transformar estratégias em ações e projetos em produtos. As pessoas, as lideranças e a cultura precisam estar em constante transformação e em constante aprendizado. Mentalidade de aprendiz e Mindset protagonista são os dois lados de um ciclo que inclui humildade para executar, aceitar limitações, pedir ajuda e melhorar; generosidade para pensar além de si mesmo e enxergar a floresta e não só a árvore e ter pensamento de grandeza; responsabilidade para se comprometer com os propósitos, objetivos e fazer acontecer e, finalmente, a coragem de seguir em frente, ter autoconfiança, buscando se preparar melhor e ter o senso de dono para ser e fazer diferente. Enquanto as máquinas estão cada vez melhores em fazer, só humanos temos que ser cada vez melhores em ser. Precisamos do equilíbrio entre o high-tech e high-touch e isso tem a ver com as nossas escolhas de hoje em relação à criação do futuro que queremos viver.



# Veja quais foram os nossos workshocks





# Por que Workshocks?

Nossos Workshocks são seminários intensivos e mais profundos que um workshop, que acontece em curta duração, em que técnicas, habilidades e saberes são demonstrados e aplicados através de um mix de oficinas e laboratórios práticos. Serve para que os(as) participantes adquiram conhecimento prático mais profundo sobre um assunto através de "choques de realidade. Veja os temas a seguir:





**O jogo da criatividade: 3 desafios práticos ao seu comportamento criativo.**

Érica Kiechle, Marcelo Lubisco e Fabiana Gutierrez



**De onde vêm as ideias inovadoras? Experimente criar um novo produto, serviço ou negócio.**

Luciane Schwalbe



**O poder das milhas: volta ao mundo em primeira classe por 8 mil reais.**

Henrique Portanova



**Como liderar mente e emoção para um futuro inovador e mais feliz.**

Virgínia Almeida



**Criando Projetos Fodas Através do Design de Negócios.**

Gustavo Moreira



### **Ideação com Pattern Cards do Business Model Navigator.**

Rodrigo Balotin, Jonatas Soares e Mauricio Gaia



### **Método Cereja: Aprenda a criar estratégias inovadoras.**

Catarina Squillante



### **Como integrar e ativar ecossistemas de inovação.**

David Viegas



### **Uso de tecnologias para promover saúde biopsicossocial: aprendendo a se auto-regular através do controle da variabilidade da frequência cardíaca.**

Rochele Sachet Antoniazzi



**Confira o report  
de sustentabilidade  
do festival:**



molécoola

insira aqui

A Molécoola Fidelidade Ambiental, inscrita no CNPJ: 29.111.773/0001-27, declara para os devidos fins, que a organização do Evento AAA Summit 2022, realizado pela AAA Inovação, nos dias 21 e 22 de maio de 2022, no Centro Universitário Belas artes - Rua Dr. Álvaro Alvim, 90 - Vila Mariana, São Paulo - SP, destinou corretamente os materiais recicláveis do evento sendo: 20,5 quilos de latinhas de alumínio, e 21,5 quilos de garrafas PET, que foram destinados à Aparas Santo Antônio CNPJ: 03.951.326/0001-92, licença ambiental processo nº SB: 084909/2019-67, emissão: 20/03/2020 e validade: 20/03/2024, resultando no seguinte impacto positivo para o meio ambiente:

- **Redução de Emissão de CO2: 143,7 kg**
- **Redução de Energia: 526,5 KWh**
- **Redução de Água: 665,9 litros**

vamos  
reciclar?

ganhe pontos e contribua  
com o meio ambiente

# empathy will change the world.



Acreditamos que a capacidade de sentir a dor do outro nos torna mais humanos. Pensando nisso, nosso evento deixa o seguinte legado:

Doação de um % da receita líquida do evento para uma entidade de combate à fome no Brasil. Instituição Beneficiada: Good Truck (ONG que nasceu em 2016 com o objetivo de levar comida onde sobra, para onde falta).

A missão da Good Truck é diminuir o desperdício de alimentos no Brasil, garantindo segurança alimentar e nutricional de populações vulneráveis. Além disso, desperta também nas pessoas uma mentalidade e comportamentos, mais humanos, responsáveis, empáticos, usando o voluntariado como grande ferramenta de transformação).



GOODTRUCK



# Premiações

---



# Prêmio ArcelorMittal de Inovação

A premiação teve por objetivo identificar e reconhecer empresas, governos, universidades e startups que produziram inovação, passando pela elaboração de projetos, processos, adotando indicadores de resultado e impactando a cultura do seu negócio. Para o processo de avaliação de cada iniciativa, foi adotada uma parceria com o Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da Fundação Dom Cabral (FDC), utilizando uma metodologia proprietária e tendo como foco a avaliação dos melhores casos brasileiros.

## Critérios de avaliação:

Estratégia

Processos

Projetos

Cultura


Mindset e gestão do erro

Indicadores de resultados

Níveis de ambição para inovar







## Informações & Premiação

O processo de avaliação foi realizado a partir de pesquisa proprietária em link na plataforma Survey Monkey. Todos os dados das respostas foram tratados de forma confidencial.

Ao final do processo de avaliação, o Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da FDC realizou as análises e cálculos das médias das avaliações para cada segmento da pesquisa, reconhecendo as 3 (três) organizações mais inovadoras e formando o Ranking do Prêmio ArcelorMittal de Inovação 2022 em cada categoria, com exceção da categoria “Ensino” que só teve uma instituição premiada. Pois as demais inscritas, não se qualificaram para os requisitos mínimos de avaliação. Os segmentos de avaliação foram: empresas, governo, ensino e startups.

Para o primeiro lugar de cada categoria (Empresa, Ensino, Startup e Governo), a FDC concedeu uma (01) vaga no curso online de Transformação Digital, no valor atual de **R\$ 10.900,00** (Dez mil e novecentos reais) e com carga horária de 40 horas, sujeito à Aprovação de perfil e disponibilidade de vaga (válido para turmas de 2022 ou 2023). Para os ganhadores de 2º e 3º lugares de cada categoria foi entregue um (01) voucher com direito a 100% de desconto em qualquer curso online da plataforma FDC Store, sujeito à disponibilidade de vaga (válido para realização ao longo de 2022 ou 2023).

# Categoria Empresa

1°



2°



3°



# Categoria Startup

1°

QUALITY  
INVESTIMENTOS

2°



3°

funnil

# Categoria Governo

1º



SECRETARIA DE GESTÃO E  
RECURSOS HUMANOS DE  
VITÓRIA ESPÍRITO SANTO

2º



3º



# Categoria Ensino

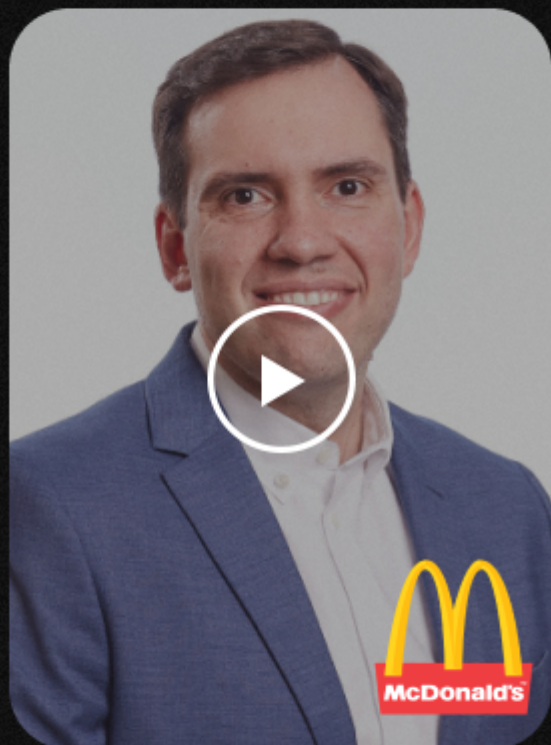
1º



UNIVERSIDADE DE BLUMENAU



**o que estão  
comentando  
sobre o festival:**



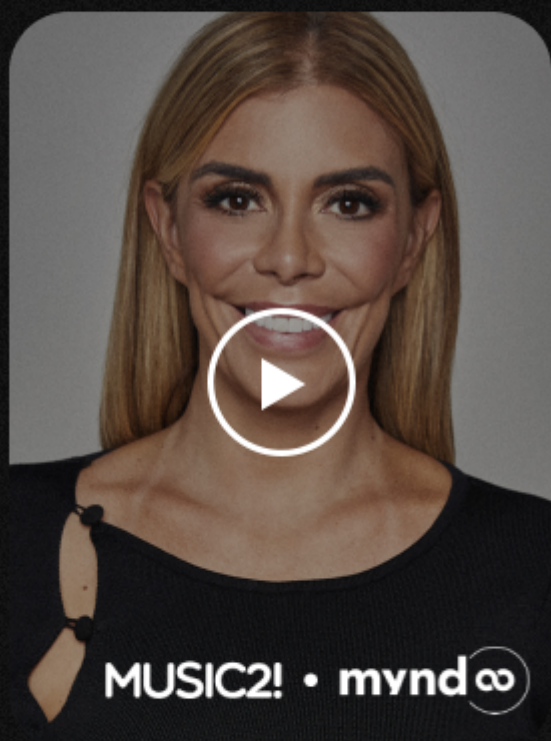
**João Branco**

CMO Brasil e VP de Marketing



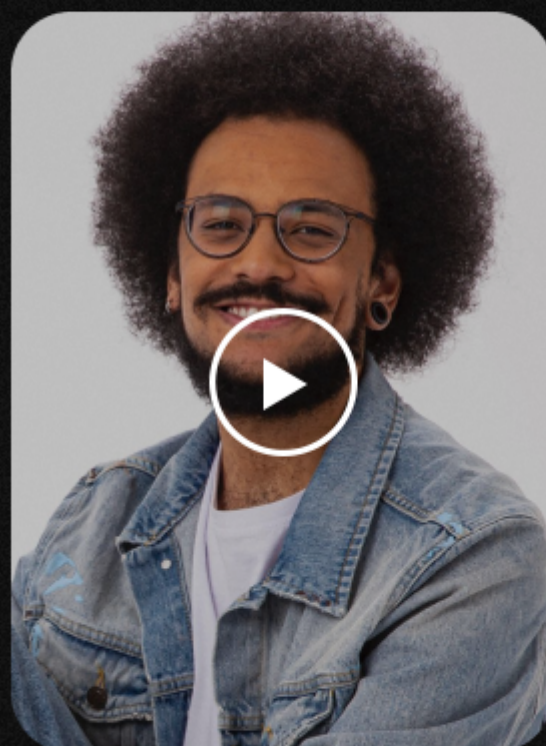
**Paula Harraca**

Diretora de Futuro



**Fátima Pissarra**

CEO Mynd



**João Pedrosa**

Influencer e Mestre em Educação

“

Participar do AAA Summit **foi uma experiência única no Brasil**, considerando a **diversidade de tópicos** de ponta e a proximidade de todos que estavam presentes."

**Diego Barreto**

CFO e VP de Estratégia do iFood

“

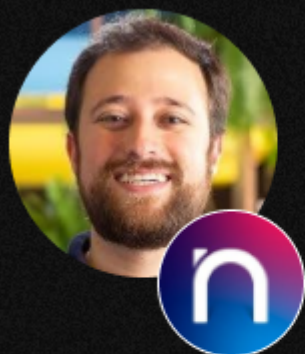
Participar do AAA Summit foi uma **oportunidade incrível de se conectar** e trocar com pessoas referência em inovação, além de poder compartilhar conhecimentos com **público super diverso e entusiastas da transformação!**"

**Catarina Squillante**

Consultora de Estratégia de Inovação e Transformação Digital

“

Foi uma experiência extraordinária. Reunir em um único evento multipaineis com temas atuais e abrir espaço para que os participantes pudessem viver experiências inovadoras **criou um ambiente pulsante de ideias, networking e impulso pra ação.**

**Fabiano Salgado**

Head de CX na unico IDtech, Global Shaper e TED Speaker



Como nossos  
parceiros se conectaram  
com o propósito do  
nosso festival

A Belas Artes nasceu disruptiva. A provocação e a criatividade, que eram a essência de seu fundador, foram transferidas quase que como por um cordão umbilical para a primeira escola de artes da cidade de São Paulo. Irrequieto, Pedro Augusto Gomes Cardim queria promover o ensino superior de qualidade para todos e, por isso, – entre tantos outros projetos como o Teatro Municipal, Academia Brasileira de Letras, Conservatório Musical, etc – foi responsável pela criação da Academia de Bellas Artes, em 1925.

Como carinhosamente seu fundador a chamava, a filha caçula foi concebida para promover o ensino nas áreas da Economia Criativa, quando o termo nem havia sido cunhado ainda, unindo teoria e prática.

A Belas Artes carrega consigo o que hoje podemos chamar de lifelong learning, uma forma de deixar a sua marca, sua herança, em quem por ela passa, um aprendizado ao longo da vida, sempre comprometida na qualificação de qualidade, maneira essa de engajar todas as etapas da vida humana. Muito além de uma instituição, se torna família, e nos deixa claro nos seus quase cem anos de existência que, nunca é cedo demais ou tarde demais para adquirir conhecimento ou aprender algo novo, e que a educação se faz de dentro e fora da escola de maneira ininterrupta. Não deixamos de aprender ao longo da vida, somos infinitas esponjas de conhecimento e informação.

Nossa missão tem sido e continuará a ser o oferecimento da melhor e mais sólida formação aos nossos estudantes, privilegiando experiências de aprendizagem arrojadas e enriquecedoras para que cada um, estudante e depois profissional, possam contribuir para uma sociedade melhor. Assim, já pensava Pedro Augusto Gomes Cardim que dizia: A Universidade “preparando-o para o elo vincular desse laço que é uma força, força que é o seu prestígio, prestígio de que promana a sua própria existência, e que se chama – disciplina”.

Inovadora desde o nascimento, a parceria com o AAA Summit foi natural. O principal festival de pensamentos avançados em inovação do Brasil e o primeiro grande evento deste tipo com programação no metaverso tinha que ser realizado na instituição que, há mais de 10 anos atrás, inseriu disciplinas de programação nos cursos porque entendeu que os jovens estavam entrando em sala de aula com uma noção de espaço completamente diferente. O primeiro evento a acontecer no Metaverso trouxe outras perspectivas para o público e abriu os olhos de quem ainda não entendeu o que está acontecendo ao seu redor. A tecnologia é para ser usada – e muito – em todas as áreas, inclusive acadêmicas.





A Fundação Dom Cabral – FDC – é uma escola de negócios que oferece o que há de mais inovador por meio de soluções educacionais nacionais e internacionais, integrando educação executiva, educação acadêmica e educação social, para desenvolver executivos, gestores públicos, empresários, empreendedores e organizações de diversos segmentos em vários países.

Assim, ao longo de mais de 45 anos de existência, contribui para o desenvolvimento sustentável, ético e perene da sociedade, sendo reconhecida como uma das melhores escolas de educação executiva do mundo, ocupando a 9ª posição do ranking 2022 do jornal britânico Financial Times.

A Fundação Dom Cabral está em constante evolução e muito atenta às transformações da nossa sociedade. Por isso, estabeleceu três grandes movimentos estratégicos para o período de 2021 a 2025, consolidando a sua contribuição para o desenvolvimento do nosso País.

Assim, a FDC passa a atender, por meio das suas soluções educacionais, à base da pirâmide social, além das camadas mais favorecidas; aos programas de formação, além da educação executiva e, por fim, a um centro de formulação de ideias, com a produção de conteúdo acadêmico de excelência.



**Elenco  
realizador  
do festival:**



## TIME AAA INOVAÇÃO

### Nome:

Ricardo Amorim  
Allan Costa  
Arthur Igreja  
Fabricio Morini  
Augusto Costa  
Lucas Lima  
Juan Pablo Boeira  
Lucas Dieter  
Zanandrea Oliveira  
Guilherme Cunha  
Andréa Ciaffone  
Gabriel Klein  
Lorena Pickert  
Paula Bueno  
Sara Gubert  
Priscila Nunes  
Kathryn Scheuer  
Brenno Marco  
Iara Gomes  
Amanda Chiote

### Cargo:

Founder  
Founder  
Founder  
Sócio Executivo  
Sócio Executivo  
Sócio Executivo  
CEO - Chief Executive Officer  
COO - Chief Operating Officer  
CFO - Chief Finance Officer  
CCS - Chief Customer Success  
CCO - Chief Content Officer  
CGO - Chief Growth Officer  
Content Analyst  
B2B Coordinator  
Content Assistant  
Copywriter  
Sales Development Representative  
Head de Comunicação e Branding  
Produção de Projetos  
Assistente de Projetos

## TIME DAZ PRODUTORA

### Nome:

Zanandrea Oliveira  
Gustavo Campos  
Rodrigo Boing  
Jéssica Corrêa  
Delidia Duarte Ramos

### Cargo:

CEO  
Head of Event  
Event Manager  
Staff Manager  
Head of Staff



## Patrocínio Master:



## Patrocinadores:



## Co-Realização:



## IMAGINE ABEDESIGN

## Apoio:





## Quer presença da AAA Inovação em seus eventos de 2023?

Nesse novo ano, nosso foco é ainda mais forte na Gestão e Inovação do Brasil.

Em 2023, seja online ou offline, queremos estar com você e sua empresa!

**CONVIDAR AAA INOVAÇÃO**



Clique e acesse as nossas redes sociais:

