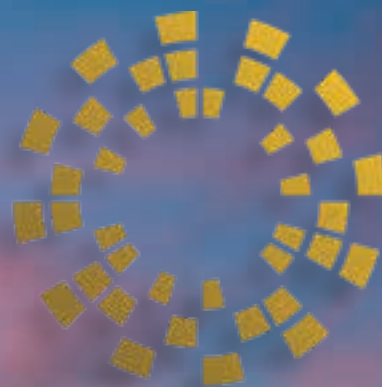




Patricia Cardin, Daniella Marques and/e Carolina Ragazzi:
3 remarkable women in action | 3 mulheres notáveis em ação



Glocal Insights

Pearl of the Orient

Hong Kong

Pérola do Oriente

11 influential women share some of their knowledge: Alessandra Andrade, Millena Machado, Andrea Mansano, Ariane Abdallah, Mitale Sampaio, Raquel Rocha, Fernanda Baggio, Carla Greeb, Ane Kiefer, Lorena Califa, and María José Paiz

11 mulheres influentes dividem parte dos seus conhecimentos: Alessandra Andrade, Millena Machado, Andrea Mansano, Ariane Abdallah, Mitale Sampaio, Raquel Rocha, Fernanda Baggio, Carla Greeb, Ane Kiefer, Lorena Califa e María José Paiz

11 innovative leaders are highlighted: Jorge Lima, Rodrigo Bocardí, Luiz Sérgio Vieira, Fábio Ennor, Lucas Pinheiro, Machidovel Trigueiro, Paulo Ricardo Campos, Henrique Rocha, Marcello Estevão, Manuel Mendes and David Chung

11 líderes inovadores estão em destaque: Jorge Lima, Rodrigo Bocardí, Luiz Sérgio Vieira, Fábio Ennor, Lucas Pinheiro, Machidovel Trigueiro, Paulo Ricardo Campos, Henrique Rocha, Marcello Estevão, Manuel Mendes e David Chung

International events with FIEMG, FIEC, IEL and Money Report



Eventos internacionais com FIEMG, FIEC, IEL e Money Report

SÃO PAULO: A CITY ON THE RISE



Municipal GDP
US\$ 206 billion



Population
12 million



Active Companies
2,6 million



Formal Jobs
5,04 million

The place where business gains global scale

WHERE GROWTH BEGINS

Promotion agency of
investments and exports from
the capital of São Paulo



Attraction and Expansion of Investments:

Complete action, from diagnosis to implementation, connecting investors to opportunities in the city of São Paulo.



Innovation and Technology:

Promotion of the tech ecosystem with incentives for startups, hubs and global innovation events.



Internationalization and Business Rounds:

Connects São Paulo companies to the global market through missions and international rounds.



Privatization and PPPs:

Supports strategic privatization projects and PPPs, coordinating investors and the public sector.



The world connects in the largest city in Latin America. Scan the QR Code and be part of it.

The City of Data Innovation and Technology:

www.spnegocios.com

49th

GLOBAL
INNOVATION
INDEX

37th

IN THE 2025
RANKING OF
THE STARTUPS
ECOSYSTEM

96th

WORLD
INTELLECTUAL
PROPERTY
ORGANIZATION

80%

OF BRAZILIAN
UNICORNS LOCATED
IN THE CAPITAL IN
SÃO PAULO CITY



**CITY HALL OF
SÃO PAULO**

Glocal Insights

Global connections in a world in turmoil

Eduardo Diogo - Publisher

Given the pace of global transformations and despite all challenges, it is clear that geographic borders do not, by themselves, define the limits of business opportunities. The pursuit of internationalization is not only a strategy for conquering new markets, but also a way of generating knowledge to improve performance in the domestic arena. Therefore, it becomes an essential condition for those who wish to successfully take part in tomorrow.

By highlighting Internationalization as the Vertical under discussion here, Glocal Insights (GI) invites you to reflect on a movement that impacts governments, companies, universities, diverse organizations — and people's daily lives. Reaffirming, the path of internationalizing means expanding the horizons of knowledge. It is, in essence, about practicing the "glocal": connecting and learning from reference ecosystems, transforming global practices into prosperous local solutions.

In this context, Hong Kong emerges as the Ecosystem of this edition. With a strategic location in Asia, it is one of the main gateways for international business, connecting the dynamism of China with the global

environment of investments, innovation, and trade. Symbolizing much more than a financial center, it represents the ability to articulate cultures, markets, and ideas on a global scale.

In this issue, GI deepens perspectives by bringing together a diverse set of voices that reflect different nuances of the global scenario. Authors of articles and columns display thematic expertise that moves among innovation, strategy, leadership, international articulation, and other attributes as well.

The themes intertwine with geography, as GI adds new countries to its traditional presence in the U.S., notably New York City and Washington D.C. Thus, Colombia and Guatemala now make their debut, alongside Hong Kong and its own legal personality. And here, the partnership with the Global Innovation Management Institute – GIMI, plays an essential role.

Offering a plurality of perceptions and regions is in GI's DNA. In this way, you will find here an abundance of information, always with the commitment to delivering to the reader the crux of the topics under discussion, in a light and engaging way.

Enjoy the reading!

Conexões globais em um mundo em ebulição

Eduardo Diogo - Publisher

Diante do ritmo das transformações globais e apesar dos pesares, é nítido que fronteiras geográficas não definem, por si só, os limites das oportunidades de negócios. A busca por internacionalização é não apenas uma estratégia para conquista de novos mercados, mas também geração de conhecimento para melhorar a performance no mercado doméstico. Portanto, torna-se uma condição essencial para quem deseja participar exitosamente do amanhã.

Ao destacar a Internacionalização como a Vertical aqui em pauta, Glocal Insights (GI) convida você a refletir sobre um movimento que impacta governos, empresas, universidades, organizações diversas — e a vida cotidiana das pessoas. Reafirmando, o caminho de internacionalizar significa ampliar os horizontes do conhecimento. Trata-se, em essência, de praticar o "glocal": conectar e aprender com ecossistemas de referência, transformando práticas globais em prósperas soluções locais.

Nesse contexto, Hong Kong emerge como o Ecossistema desta edição. Com localização determinante na Ásia, é uma das principais portas de entrada para negócios internacionais, conectando o dinamismo da China com o ambiente global de

investimentos, inovação e comércio. Simbolizando muito mais do que um centro financeiro, representa a capacidade de articular culturas, mercados e ideias em escala mundial.

Neste exemplar, GI aprofunda visões ao reunir um conjunto diverso de vozes que refletem diferentes nuances do cenário global. Autoras e autores de artigos e colunas contribuem com expertises temáticas que transitam entre inovação, estratégia, liderança e articulação internacional, dentre outros predicados.

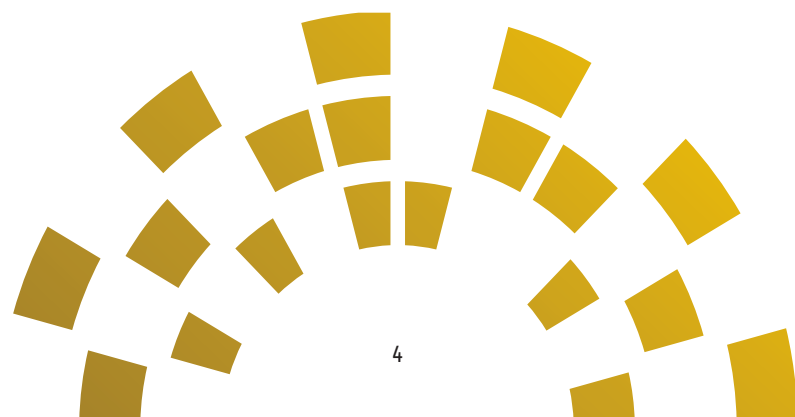
As temáticas se entrelaçam com a geografia, no instante em que GI adiciona novos países à sua tradicional presença nos EUA, notadamente Nova Iorque e Washington D.C. Assim, agora estreiam Colômbia e Guatemala, ao lado de Hong Kong e sua personalidade jurídica própria. E aqui a parceria com o Global Innovation Management Institute – GIMI, tem papel essencial.

Oferecer pluralidade de percepções e regiões está no DNA da GI. Desse modo, você encontrará aqui uma abundância de informações, sempre com o compromisso de entregar ao leitor a essência dos assuntos em pauta, de forma leve e envolvente.

Boa leitura!



Hong Kong skyline at sunset
Vista panorâmica de Hong Kong ao pôr do sol



Contents

Editorial, 4

Chat with Leaders

Glocal Interview Magnus | Alessandra Andrade: fostering business opportunities in São Paulo, 8
Glocal Interview | Luiz Sérgio Vieira: innovation, diversity, and sustainability in corporate leadership, 12
The future of bank revenue may lie where they least expected it, 16
Insights | Rodrigo Bocardi and the new model of communication in Brazil, 20
Beyond the Brand | The magic that can be translated, 24
Insights | Fábio Ennor: life strategy, genuine connections, and the true value of time, 26
Council Talk | Governing climate: from policy ambition to institutional execution, 30
A world pulled in two directions, 32
Do not wait for the end to tell your story, 34
Art among pixels, matter, and cosmos, 36
Inside ROM Concept, the largest beauty salon in the world, 38
Progress in São Paulo’s economy and the strength of the countryside, 40

Around the World

Brazilian Week: connection and innovation, 43
Big Apple Networking | Person of the Year Dinner Award — New York, 46
FIEMG and IEL NA undertake a mission in Shanghai, 48
LIDE New York-DC | LIDE Boosts Global Role with NY Investment Forum, 50
EPIC Boston: innovation and sustainability in the construction sector, 52
World Cup 2026: where soccer and business meet, 54

City of São Paulo consolidates leadership in health tourism, 57
IEL strengthens innovations and connections in Barcelona, 60
Lucas Pinheiro: Brazil on the snow, 62
Caucaia envisions its future based on a visit to China, 64
FIEC takes leaders to the Hong Kong ecosystem, 66

Ecosystem

Capital Frontiers | Hong Kong: power and confidence in global capital, 70
AI in the transformation of innovation, 72
Hong Kong, the bridge between East and West, 74
Role of Hong Kong in the green economy, 78
Digital government in Hong Kong gains scale and efficiency, 80

Vertical

The future of education will not be about content. It will be about discernment, 82
Brazilian companies bet on the American market, 84
Rio de Janeiro hosts the GIMI Innovation Awards 2025, 86
Scaling purpose: Guatemala’s path to global impact, 88
Internationalization and the global mobility of Brazilians, 90
The invisible wealth of Latin America, 92
Breakneck and the lessons for Brazil, 94

Recap Previous Content, 96
Curiosities, 104
Glocal Reading, 105
What is coming next, 106

Sumário

Editorial, 5

Bate-papo com Líderes

Entrevista Glocal Magnus | Alessandra Andrade: promovendo oportunidades de negócios em SP, 10
Entrevista Glocal | Luiz Sérgio Vieira: inovação, diversidade e sustentabilidade na liderança corporativa, 14
O futuro da receita dos bancos pode estar onde eles menos olharam, 17
Insights | Rodrigo Bocardi e o novo modelo de comunicação no Brasil, 22
Além da Marca | A magia que se deixa traduzir, 25
Insights | Fábio Ennor: estratégia de vida, conexões genuínas e o verdadeiro valor do tempo, 28
Papo de Conselho | Governando o clima: da ambição das políticas à execução institucional, 31
Um mundo puxado em duas direções, 33
Não espere o final para contar sua história, 35
Arte entre pixels, matéria e cosmos, 37
Por dentro do ROM Concept, o maior salão de beleza do mundo, 39
Avanço na economia paulista e a força do interior, 41

Mundo Afora

Brazilian Week: conexão e inovação, 44
Big Apple Networking | Prêmio Person of the Year Dinner — Nova York, 47
FIEMG e IEL NA realizam missão em Xangai, 49
LIDE New York-DC | LIDE fortalece protagonismo global com fórum em NY, 51
EPIC Boston: inovação e sustentabilidade no setor da construção, 53
Copa do Mundo 2026: onde futebol e negócios se encontram, 55

Cidade de São Paulo consolida liderança no turismo de saúde, 58
IEL fortalece inovações e conexões em Barcelona, 61
Lucas Pinheiro: o Brasil na neve, 63
Caucaia projeta o futuro a partir de visita à China, 65
FIEC leva líderes ao ecossistema de Hong Kong, 67

Ecossistema

Fronteiras do Capital | Hong Kong: poder e confiança no capital global, 71
IA na transformação da inovação, 73
Hong Kong, a ponte entre Oriente e Ocidente, 75
Papel de Hong Kong na economia verde, 79
Governo digital em Hong Kong ganha escala e eficiência, 81

Vertical

O futuro da educação não será sobre conteúdo. Será sobre discernimento, 83
Empresas brasileiras apostam no mercado americano, 85
Rio de Janeiro recebe o GIMI Innovation Awards 2025, 87
Escalando propósito: o caminho da Guatemala para o impacto global, 89
Internacionalização e a mobilidade global de brasileiros, 91
A riqueza invisível da América Latina, 93
Breakneck e as lições para o Brasil, 95

Síntese Conteúdos Prévios, 96
Curiosidades, 104
Leitura Glocal, 105
O que vem por aí, 106

Glocal Insights 8th Edition - May 2026

Publisher | Eduardo Diogo
www.eduardodiogo.com
Board of Directors and Editorial | Hitendra Patel,
Manuel Mendes and Eduardo Diogo
Legal | André Liebmann
Editorial Coordinator | Debora Diógenes
Commercial | Debora Diógenes
Texts | Glória Cordeiro
Graphic Project | Camila Kita

Latin America | Andréa Romero
North America | Felipe Sena
Europe | Patrícia Amaral
Asia | Maria Pullin
Africa | Bethel Buzayehu

Columnists
Beyond the Brand | Millena Machado
Council Talk | Andrea Mansano
LIDE New York-DC | Fernanda Baggio
Big Apple Networking | Carla Greeb
Capital Frontiers | Raquel Rocha

LinkedIn | glocalinsights
Instagram | glocalinsights
Website | www.glocal-insights.com
Email | contato@glocal-insights.com
Phone | Cambridge (USA): 1 (857) 758-7101
/ São Paulo (BRA): 55 (11) 4200-1272
Office | 110 Cambridge Street, Cambridge,
MA 02141 United States



Glocal Insights Edição 08 - Maio 2026

Publisher | Eduardo Diogo
www.eduardodiogo.com
Direção e Editoria | Hitendra Patel,
Manuel Mendes e Eduardo Diogo
Jurídico | André Liebmann
Coordenadora Editorial | Debora Diógenes
Comercial | Debora Diógenes
Textos | Glória Cordeiro
Projeto Gráfico | Camila Kita

América Latina | Andréa Romero
América do Norte | Felipe Sena
Europa | Patrícia Amaral
Ásia | Maria Pullin
África | Bethel Buzayehu

Colunistas
Além da marca | Millena Machado
Papo de Conselho | Andrea Mansano
LIDE New York-DC | Fernanda Baggio
Big Apple Networking | Carla Greeb
Fronteiras do Capital | Raquel Rocha

LinkedIn | glocalinsights
Instagram | glocalinsights
Website | www.glocal-insights.com
E-mail | contato@glocal-insights.com
Telefone | Cambridge (USA): 1 (857) 758-7101
/ São Paulo (BRA): 55 (11) 4200-1272
Office | 110 Cambridge Street, Cambridge,
MA 02141 United States

The content of the articles and columns is the sole responsibility of their respective authors and does not necessarily reflect the editorial position of Glocal Insights.

Os conteúdos dos artigos e colunas são de responsabilidade exclusiva de seus respectivos autores/autoras, e não refletem, necessariamente, a posição editorial da Glocal Insights.

Alessandra Andrade: fostering business opportunities in São Paulo

Who is Alessandra Andrade?

I am the president of São Paulo Negócios, where I work to connect companies, investments, and opportunities in the largest city in Latin America. My career was built between the private sector, economic development, and institutional articulation, with a focus on education, always with a practical approach to transforming strategy into results.

I started my career at 18, at the São Paulo Chamber of Commerce, which allowed me to understand how the city functions in practice from an early age. Throughout my career, I have led important initiatives to support entrepreneurship in Brazil, having served as vice-president of the National Confederation of Young Entrepreneurs. I was vice-president of the São Paulo Chamber of Commerce for three terms, where I ideated and founded Pateo76, the organization's innovation hub.

Today, I also serve as a director at FAAP, guiding university students in their careers and entrepreneurial projects.

You often say São Paulo is a city that never loses business. What does that mean to someone observing it from the outside?

It means that São Paulo is prepared to receive investments. There are more than 2.6 million active companies and an environment where business happens with scale and diversity.

Why should a foreign company choose São Paulo as a gateway to Latin America?

Because São Paulo offers a complete, dynamic, and structured ecosystem to receive international investments. The city brings together a robust consumer market, organized production chains, qualified talent, and an active innovation environment.

With a GDP of R\$ 1.067 trillion, São Paulo is the main economic engine of Latin America. The city also concentrates a consumer market of R\$ 457.1 billion, in addition to having 2.6 million companies and more than 5.04 million formal jobs, consolidating a highly competitive and growth-friendly environment.

In practice, what does a company find when arriving in São Paulo?

It finds a ready-to-operate structure, from the regulatory environment to connections with partners, investors, universities, and innovation hubs. Between 2021 and 2025, more than 869 thousand companies were opened in the city, and more than 89.8 thousand migrated here.

We act as a bridge in this process, organizing access and reducing the time between the decision to invest and effective operation. Our role is to connect, facilitate, and accelerate business securely, strengthening a competitive and globally connected environment.

How does the support from São Paulo Negócios work in practice through Soft Landing?

Soft Landing is a program that facilitates the entry of foreign companies into São Paulo, offering support from arrival to installation and expansion. The goal is to make the city more attractive to international investments, helping these companies with information, strategic connections, and guidance to grow sustainably.

We begin with the presentation of the business environment and opportunities. Then, we move to personalized service, with regulatory guidance, support with licenses, and location analysis, connecting companies to strategic partners such as investors, universities, and innovation hubs. Finally, we support implementation and expansion, with continuous follow-up.

And after the company is established, what is it like to operate in São Paulo on a daily basis?

Operations tend to evolve quickly. São Paulo offers a strategic combination of consumer market, suppliers, talent, and specialized services, allowing growth in a short time.

The city has 551.9 thousand companies in the commerce sector, with 420 thousand

Glocal Interview Magnus



Alessandra Andrade is the President of São Paulo Negócios, manager of FAAP, and speaker. Alessandra Andrade é Presidente da São Paulo Negócios, gestora da FAAP e palestrante.

in retail alone, which represents 76.2% of commercial activities, and is considered the best city in Brazil to do business, according to the Urban Systems ranking.

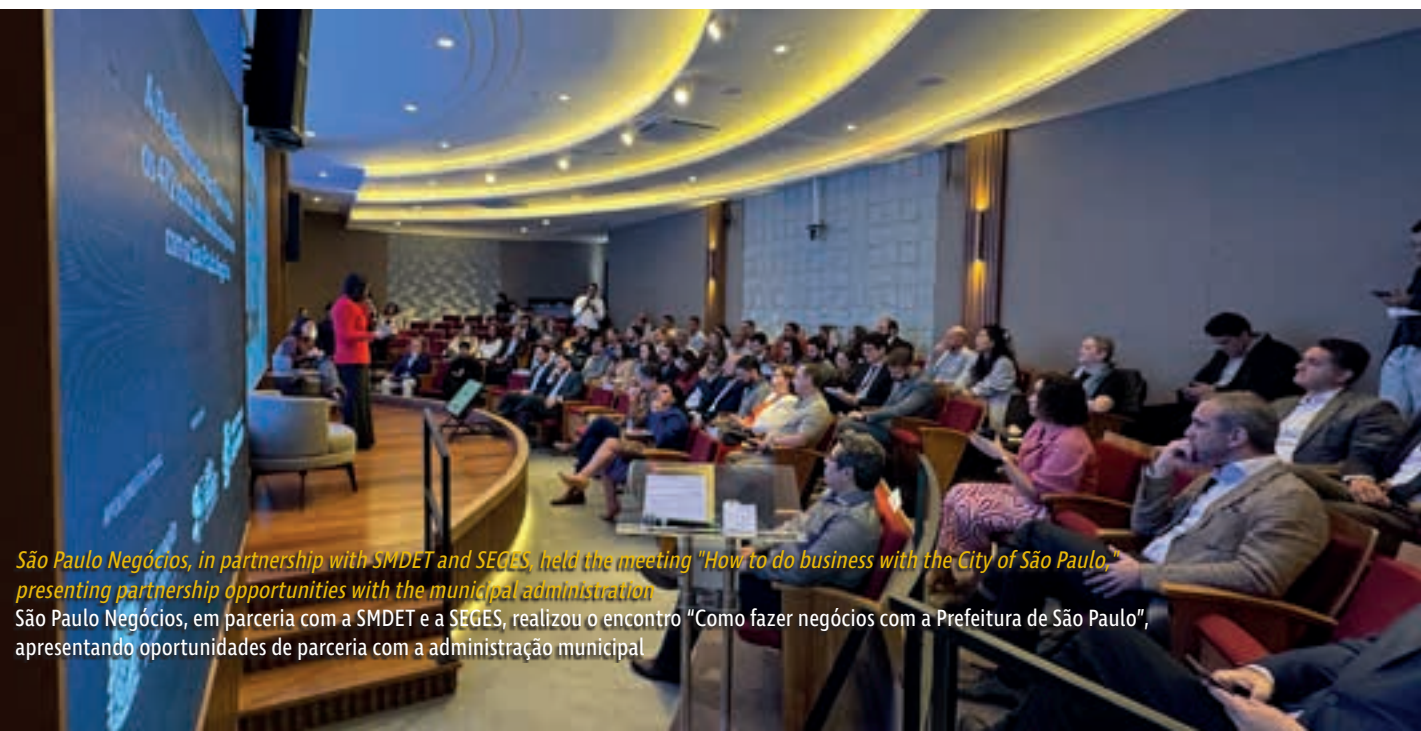
The São Paulo Conecta platform emerges as an evolution of this strategy. How does it work in practice?

São Paulo Conecta is a new platform, developed in partnership with the Inter-American Development Bank (IDB), that digitally organizes the city's ecosystem.

Bringing together companies, investors, and opportunities in a single environment, it facilitates access to qualified information and strategic connections. The initiative combines the agency's experience with an international development perspective, serving as an entry point for those who want to invest in the city.

What message would you leave for international companies that are evaluating new markets?

São Paulo is ready. There is a structured ecosystem, real opportunities, and a city that works. São Paulo Negócios is prepared to be the bridge in this process. Because São Paulo doesn't lose business.



São Paulo Negócios, in partnership with SMDet and SEGES, held the meeting "How to do business with the City of São Paulo," presenting partnership opportunities with the municipal administration. São Paulo Negócios, em parceria com a SMDet e a SEGES, realizou o encontro "Como fazer negócios com a Prefeitura de São Paulo", apresentando oportunidades de parceria com a administração municipal.

Alessandra Andrade: promovendo oportunidades de negócios em SP

Alessandra during the opening of the 2nd edition of Expo Africa Brazil, held at the Law School of USP, in São Paulo, Brazil
Alessandra durante a abertura da 2ª edição da Expo África Brasil, realizada na Faculdade de Direito da USP, em São Paulo, Brasil

Quem é Alessandra Andrade?

Sou presidente da São Paulo Negócios e atuo conectando empresas, investimentos e oportunidades na maior cidade da América Latina. Minha trajetória foi construída entre o setor privado, o desenvolvimento econômico e a articulação institucional, com presença na educação, sempre com um olhar prático sobre como transformar estratégia em resultado.

Comecei minha carreira aos 18 anos, na Associação Comercial de São Paulo, o que me permitiu entender desde cedo como a cidade funciona na prática. Ao longo da minha trajetória, liderei importantes movimentos de apoio ao empreendedorismo no Brasil, tendo sido vice-presidente da Confederação Nacional dos Jovens Empresários. Fui vice-presidente da Associação Comercial de São Paulo por três mandatos, onde idealizei e fundei o Pateo76, hub de inovação da entidade.

Hoje também atuo como diretora da FAAP, orientando universitários em suas carreiras e projetos empreendedores.

Você costuma dizer que São Paulo é uma cidade que não perde negócios. O que isso significa para quem olha a cidade de fora?

Significa que São Paulo está preparada para receber investimentos. São mais de 2,6

milhões de empresas ativas e um ambiente onde negócios acontecem com escala e diversidade.

Por que uma empresa estrangeira deveria escolher São Paulo como porta de entrada para a América Latina?

Porque São Paulo oferece um ecossistema completo, dinâmico e estruturado para receber investimentos internacionais. A cidade reúne mercado consumidor robusto, cadeias produtivas organizadas, talentos qualificados e ambiente de inovação ativo.

Com um PIB de R\$ 1,067 trilhão, São Paulo é o principal motor econômico da América Latina. A cidade também concentra um mercado consumidor de R\$ 457,1 bilhões, além de contar com 2,6 milhões de empresas e mais de 5,04 milhões de empregos formais, consolidando um ambiente altamente competitivo e favorável ao crescimento.

Na prática, o que uma empresa encontra ao chegar em São Paulo?

Ela encontra estrutura pronta para operar, desde o ambiente regulatório até conexões com parceiros, investidores, universidades e hubs de inovação. Entre 2021 e 2025, mais de 869 mil empresas foram abertas

na cidade e mais de 89,8 mil migraram para cá. Atuamos como ponte nesse processo, organizando o acesso e reduzindo o tempo entre a decisão de investir e a operação efetiva. Nosso papel é conectar, facilitar e agilizar negócios com segurança, fortalecendo um ambiente competitivo e conectado globalmente.

Como funciona, na prática, o apoio da São Paulo Negócios por meio do Soft Landing?

O Soft Landing é um programa que facilita a entrada de empresas estrangeiras em São Paulo, oferecendo apoio desde a chegada até a instalação e expansão. O objetivo é tornar a cidade mais atrativa para investimentos internacionais, ajudando essas empresas com informações, conexões estratégicas e orientação para crescer de forma sustentável.

Começamos com a apresentação do ambiente de negócios e das oportunidades. Em seguida, avançamos para atendimento personalizado, com orientação regulatória, apoio em licenças e análise de localização, conectando empresas a parceiros estratégicos, como investidores, universidades e hubs de inovação. Por fim, apoiamos na implantação e expansão, com acompanhamento contínuo.

E depois que a empresa se instala, como é operar em São Paulo no dia a dia?

A operação tende a evoluir rapidamente. São Paulo oferece uma combinação

estratégica entre mercado consumidor, fornecedores, talentos e serviços especializados, permitindo crescimento em pouco tempo.

A cidade conta com 551,9 mil empresas do setor de comércio, sendo 420 mil apenas no varejo, que representa 76,2% das atividades comerciais, sendo considerada a melhor cidade do Brasil para fazer negócios, segundo ranking da Urban Systems.

A plataforma São Paulo Conecta surge como evolução dessa estratégia. Como ela funciona na prática?

A São Paulo Conecta é uma nova plataforma, desenvolvida em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), que organiza digitalmente o ecossistema da cidade.

Reunindo empresas, investidores e oportunidades em ambiente único, facilita o acesso a informações qualificadas e conexões estratégicas. A iniciativa combina a experiência da agência com uma visão internacional de desenvolvimento, funcionando como ponto de entrada para quem quer investir na cidade.

Qual mensagem você deixaria para empresas internacionais que estão avaliando novos mercados?

São Paulo está pronta. Existe um ecossistema estruturado, oportunidades reais e uma cidade que funciona. A São Paulo Negócios está preparada para ser a ponte nesse processo. Porque São Paulo não perde negócios.



Alessandra Andrade was present at the meeting "São Paulo, the stage for great events", celebrating the 472nd anniversary of the capital
Alessandra Andrade presente no encontro "São Paulo, o palco dos grandes eventos", celebrando os 472 anos da capital

Luiz Sérgio Vieira: innovation, diversity, and sustainability in corporate leadership

Who is Luiz Sérgio Vieira?

I am someone who deeply values family and friendships. I have been married to Milena for 27 years, my life partner, with whom I have two wonderful daughters, Isabela and Letícia. For me, personal and professional growth go hand in hand, and I strive to live a life with meaning. Throughout my career, I have consolidated my work with a focus on people development, teamwork, and the pursuit of sustainable long-term results. Also inspired by sports, I carry values such as discipline, resilience, determination, and the conviction that individual performance is only sustained when supported by a strong team.

Completing 10 years leading EY in Brazil this year, what have been the main challenges so far?

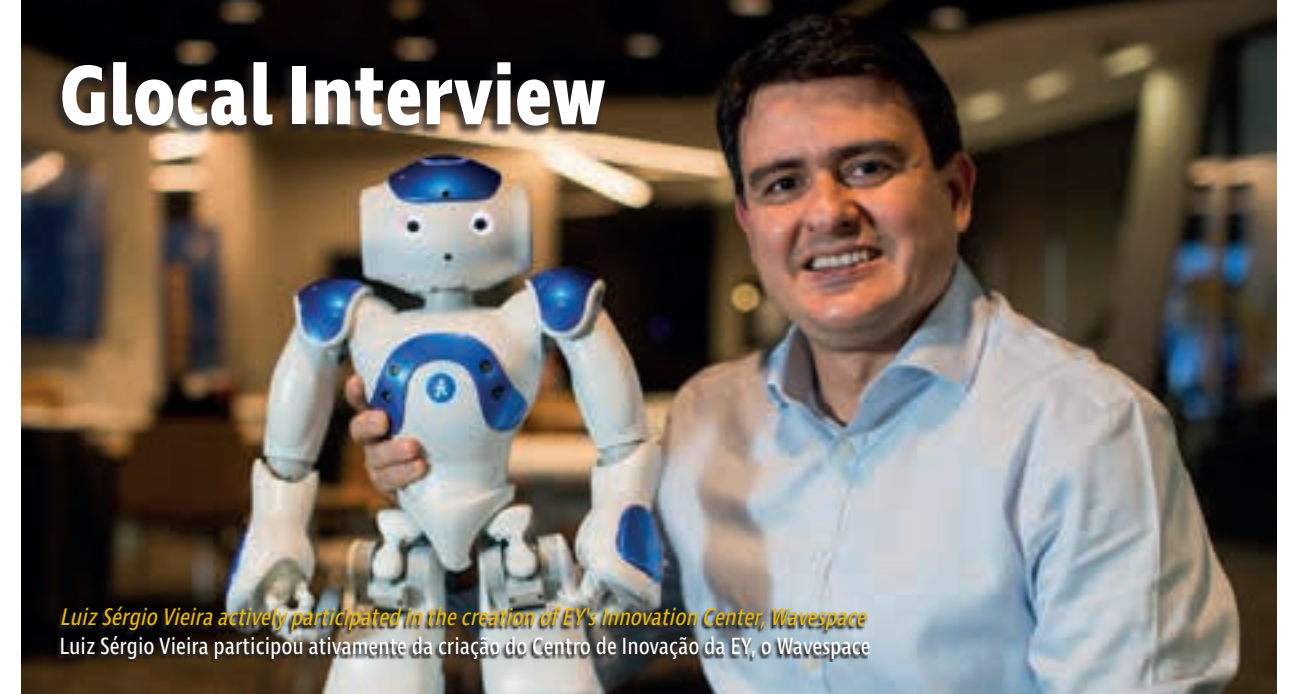
There have been several challenges. I took on the role of CEO at a time when the Brazilian economy was coming out of a recession. Even so, I always had the vision that we needed to differentiate ourselves, and for that reason, I strongly invested in innovation. At that time, we

created our innovation center (later BeyondLabs), which became our research, development, and innovation hub, where we create new solutions, emerging technologies, and promote the culture of innovation to train people to think like innovative leaders who challenge the status quo. Another front is WaveSpace, a collaboration and co-creation environment with clients and ecosystems.

EY organizes the Entrepreneur of the Year Program, now reaching its 29th edition. What advice would you give to these new leaders?

First, it is important to reinforce how much EY believes in the strength of entrepreneurship and has contributed significantly, through actions and programs, to foster an ecosystem that supports and promotes entrepreneurs and their role as agents of transformation in society. The longevity of the program is a testimony to the consistency of our actions with our purpose of helping to build a better working world. As for advice, I believe that an entrepreneur is a visionary by nature, someone who takes risks for something they believe in, but to make it happen, they need

Glocal Interview



Luiz Sérgio Vieira actively participated in the creation of EY's innovation center, Wavespace
Luiz Sérgio Vieira participou ativamente da criação do Centro de Inovação da EY, o Wavespace

to build teams, attract the right people, and develop them, as well as know how to navigate through the different stages of the organization.

What initiatives has EY implemented to promote more diversity and inclusion?

For EY, diversity and inclusion are ethical values and also a strategic business driver. Diverse teams broaden customer understanding, drive innovation, and improve the quality of decisions. At EY, we have an intentional agenda aligned with our culture, which includes policies aimed at building more representative teams. Our actions consider gender diversity, race, sexual orientation, generations, and people with disabilities, with a focus on attracting and retaining talent, as well as building a safe and inclusive environment. We invest heavily in training and continuous development, as well as monitoring indicators of professional composition and experience. These advances are recognized by external diversity and inclusion rankings and indexes.

How can responsible AI use be ensured, guaranteeing governance and ethics in business?

Ensuring the responsible use of AI requires treating it as a matter of leadership, strategy, governance, and trust, and not just technology. This begins with the clear definition of corporate Responsible AI principles, integrated into the organization's purpose, values, and

code of conduct, guiding the entire lifecycle of solutions — from design to large-scale use. A second fundamental pillar is robust governance, with well-defined roles and responsibilities at the executive level, multidisciplinary committees, and formal risk assessment processes.

Sustainability is another major topic today. How do you see this asset for companies?

Sustainability has become a strategic asset and a matter of business survival. In an environment marked by geopolitical uncertainties, regulatory pressures, and growing climate risks, sustainability without strategy becomes cost — and strategy without sustainability becomes a risk. Companies that are able to integrate ESG factors into core business decisions gain greater predictability, build trust with their stakeholders, and increase their ability to navigate economic cycles with resilience and longevity.

What legacy do you wish to leave for the next generation of leaders?

Leadership is a collective construction, based on listening and empathy, with a focus more on people than on the individual. A leader's greatest legacy is not numbers, but developing new leaders, ensuring the longevity of organizations, and creating value in a sustainable way over the long term. It is up to the leader to keep mission, purpose, and strategy at the center, acting as an ambassador of the company's culture.



Luiz Sérgio Vieira, CEO of EY Brazil, at an event with employees
Luiz Sérgio Vieira, CEO da EY Brasil, em evento com colaboradores



Entrevista Glocal

Luiz Sérgio Vieira, during his early years as CEO of EY, one of the largest audit and consulting firms
 Luiz Sérgio Vieira, durante os primeiros anos como CEO da EY, uma das maiores empresas em auditoria e consultoria

Luiz Sérgio Vieira: inovação, diversidade e sustentabilidade na liderança corporativa

Quem é Luiz Sérgio Vieira?

Sou uma pessoa que valoriza profundamente a família e as amizades. Sou casado com a Milena há 27 anos, minha companheira de vida, com quem tenho duas filhas maravilhosas, a Isabela e a Letícia. Para mim, evolução pessoal e profissional caminham juntas, e busco viver uma vida com significado. Ao longo da carreira, consolidei minha atuação com foco no desenvolvimento de pessoas, no trabalho em equipe e na busca por resultados sustentáveis a longo prazo. Inspirado também pelo esporte, carrego valores como disciplina, resiliência, determinação e a convicção de que o desempenho individual só se sustenta quando apoiado por um time forte.

Completando 10 anos à frente da EY no Brasil este ano, quais foram os desafios até agora?

Foram vários desafios. Assumi o cargo de CEO em uma época em que a economia brasileira vinha de um período de recessão. Ainda assim, sempre tive a visão de que precisávamos nos diferenciar e por isso apostei fortemente em inovação. Naquela época, criamos

nosso centro de inovação (posteriormente BeyondLabs), que passou a ser o nosso hub de pesquisa, desenvolvimento e inovação, onde criamos novas soluções, tecnologias emergentes e promovemos a cultura da inovação para treinar as pessoas a pensarem como líderes inovadores que desafiam o status quo. Outra frente é o WaveSpace, ambiente de colaboração e cocriação com clientes e ecossistemas.

A EY organiza o Programa Empreendedor do Ano, que chega à sua 29ª edição. Que conselhos daria para esses novos líderes?

Primeiro, é importante reforçar o quanto a EY acredita na força do empreendedorismo e tem contribuído de forma relevante, por meio de ações e programas, para fomentar um ecossistema que apoie e promova os empreendedores e seu papel como agentes de transformação na sociedade. A longevidade do programa é um testemunho da coerência das nossas ações com nosso propósito de ajudar a construir um mundo de negócios melhor. Quanto a conselhos, acredito que o empreendedor seja um visionário por natureza, que assume riscos

por algo em que acredita, mas que, para tirar isso do papel, precisa formar times, atrair as pessoas certas e desenvolvê-las, além de saber navegar pelas diferentes fases da organização.

Que iniciativas a EY tem implementado para promover mais diversidade e inclusão?

Para a EY, diversidade e inclusão são valores éticos e também uma alavanca estratégica para o negócio. Times diversos ampliam a compreensão dos clientes, impulsionam a inovação e melhoram a qualidade das decisões. Na EY, contamos com uma agenda intencional e alinhada à nossa cultura, que inclui políticas voltadas à formação de equipes mais representativas. Nossas ações consideram a diversidade de gênero, raça, orientação sexual, gerações e pessoas com deficiência, com foco na atração e retenção de talentos, além da construção de um ambiente seguro e inclusivo. Investimos fortemente em capacitação e desenvolvimento contínuo, bem como no monitoramento de indicadores de composição e experiência dos profissionais. Esses avanços são reconhecidos por rankings e índices externos de diversidade e inclusão.

Como garantir o uso da IA responsável, assegurando governança e ética nos negócios?

Garantir o uso responsável da IA exige tratá-la como um tema de liderança, estratégia, governança e confiança, e não apenas de tecnologia. Isso começa com a definição clara de princípios corporativos de IA Responsável, integrados ao

propósito, aos valores e ao código de conduta da organização, orientando todo o ciclo de vida das soluções — do desenho ao uso em escala. Um segundo pilar fundamental é a governança robusta, com papéis e responsabilidades bem definidos em nível executivo, comitês multidisciplinares e processos formais de avaliação de risco.

A sustentabilidade é outro tema em alta, como você enxerga esse ativo para as empresas?

A sustentabilidade se consolidou como ativo estratégico e de sobrevivência dos negócios. Em um ambiente marcado por incertezas geopolíticas, pressões regulatórias e riscos climáticos crescentes, sustentabilidade sem estratégia vira custo — e estratégia sem sustentabilidade vira risco. As empresas que conseguem integrar fatores ESG às decisões centrais do negócio ganham mais previsibilidade, constroem confiança com seus stakeholders e aumentam sua capacidade de atravessar ciclos econômicos com resiliência e longevidade.

Qual legado você deseja deixar para a próxima geração de líderes?

Liderança é uma construção coletiva, baseada em escuta e empatia, com foco mais nas pessoas do que no indivíduo. O maior legado de um líder não são números, mas desenvolver novas lideranças, garantindo a perenidade das organizações e a criação de valor de forma sustentável a longo prazo. Cabe ao líder manter missão, propósito e estratégia no centro, atuando como embaixador da cultura da empresa.



CEO Luiz Sérgio Vieira during the inauguration of EY House, in Belém (PA), during COP30
 CEO Luiz Sérgio Vieira durante inauguração da EY House, em Belém (PA), durante a COP30

The future of bank revenue may lie where they least expected it

By Carolina Ragazzi, Daniella Marques and Patrícia Cardim

Women are gaining control over an expanding share of global wealth. Yet Brazil's financial industry still treats this shift as a niche opportunity. That is a strategic miscalculation.

For decades, banks, brokerages and fintechs have designed products, language and service models around a traditional client archetype: male, confident, performance-driven and fluent in the technical language of financial markets. Women were positioned as a complementary audience, rather than as primary financial decision-makers.

That model is becoming outdated—and increasingly costly. According to McKinsey's study "The New Face of Wealth: The Rise of the Female Investor," between 2018 and 2023, global financial wealth grew 43%, while wealth controlled by women

rose 51%. In 2023, women already managed around US\$60 trillion in assets, equivalent to 34% of the global total. In the United States and Europe, women's share of retail financial assets is expected to reach between 40% and 45% by 2030. In the United States alone, women are estimated to control roughly US\$34 trillion in investable assets by the end of the decade.

The real shift is not simply that women will hold more wealth. It is that they will exercise greater decision-making power over it. The intergenerational transfer of wealth, women's greater longevity, rising educational attainment, the growth of entrepreneurship and changing family structures are shifting financial power. In more mature markets, private banks and asset managers have already understood that women are not a reputational

segment, but a growth avenue. International wealth management programs have started combining financial education, communities, segmented content, more consultative service and life-stage-based financial planning.

In Brazil, the opportunity may be even larger because the market gap is more pronounced. Brazil combines highly educated women, more than 10 million female entrepreneurs, rising female participation in equity markets and shorter average marriage duration. Yet much of the financial industry still responds with repackaged versions of the traditional offering: pink-branded campaigns, generic messaging and limited redesign of the client journey.

This is not about optics. It is about economics. Women are not a homogeneous group, and that is precisely the point. The industry's mistake is not only underestimating women, but serving them through a legacy model built around male financial behavior: excessive jargon, product-led conversations, return-driven narratives and limited understanding of life context. Research shows that many women value clarity, trust, long-term planning and conversations that connect money to life-cycle decisions — career, motherhood, family care, divorce, widowhood, entrepreneurship, longevity, succession and autonomy. Those who fail to understand this distinction are leaving revenue opportunities untapped across investments, retirement solutions, productive credit, insurance and wealth management.

For financial institutions, the debate is no longer whether women are an attractive segment. It is how much value they are losing by engaging them through the wrong playbook. The next cycle of financial growth will not be won by those who merely segment campaigns. It will be won by those who redesign language, products, data, commercial teams and relationships around women's real journeys. In this context, initiatives focused on women's financial education and autonomy, such as the collaboration between Grupo Pra Elas and Belas Artes, should not be treated as an ancillary social impact agenda, but as a strategic infrastructure to win in a market where capital is already changing hands.



Daniella Marques is founding partner of Grupo Pra Elas and Chair of Legend Capital.
Daniella Marques é sócia-fundadora do Grupo Pra Elas e Chair da Legend Capital.

O futuro da receita dos bancos pode estar onde eles menos olharam

Por Carolina Ragazzi, Daniella Marques e Patrícia Cardim

As mulheres estão assumindo o controle de uma fatia crescente da riqueza global. O sistema financeiro brasileiro ainda trata esse movimento como nicho. É um erro estratégico.

Durante décadas, bancos, corretoras e fintechs desenharam produtos, linguagem e atendimento a partir de um cliente padrão: masculino, confiante, orientado a performance e familiarizado com o vocabulário técnico do



Patrícia Cardim, CEO of Centro Acadêmico Belas Artes, and Carolina Ragazzi, co-founder and CEO of Grupo Pra Elas
Patrícia Cardim, CEO do Centro Acadêmico Belas Artes, e Carolina Ragazzi, sócia-fundadora e CEO do Grupo Pra Elas



Centro Universitário Belas Artes, Paraíso Campus, in São Paulo
Centro Universitário Belas Artes, Campus Paraíso, em São Paulo

mercado. As mulheres entravam na estratégia como público complementar, quando não como acompanhante da decisão financeira masculina.

Esse modelo está ficando velho. E caro. Segundo o estudo "The New Face of Wealth: The Rise of the Female Investor", da McKinsey, entre 2018 e 2023, a riqueza financeira global cresceu 43%, enquanto a riqueza controlada por mulheres avançou 51%. Em 2023, elas já administravam cerca de US\$ 60 trilhões em ativos, o equivalente a 34% do total global. Nos Estados Unidos e na Europa, a participação feminina nos ativos financeiros de varejo deve chegar a algo entre 40% e 45% até 2030. Apenas nos Estados Unidos, estima-se que as mulheres controlem cerca de US\$ 34 trilhões em ativos investíveis ao fim da década.

O ponto central não é apenas que as mulheres terão mais dinheiro. É que decidirão mais sobre ele. A transferência de riqueza entre gerações, a longevidade feminina, o aumento da escolaridade, o avanço no empreendedorismo e a mudança nos arranjos familiares estão deslocando o poder financeiro. Em mercados mais maduros, bancos privados e gestoras já entenderam que a mulher não é um segmento reputacional, mas uma avenida de crescimento. Programas internacionais

de wealth management passaram a combinar educação financeira, comunidades, conteúdo segmentado, atendimento mais consultivo e planejamento conectado a objetivos de vida.

No Brasil, a oportunidade é talvez ainda maior porque a negligência é mais evidente. O país tem mulheres mais escolarizadas que homens, mais de 10 milhões de empreendedoras, uma presença feminina cada vez maior na renda variável e duração média de casamentos decrescentes. Ainda assim, boa parte da indústria financeira segue oferecendo às mulheres uma versão decorada do produto tradicional: campanhas cor-de-rosa, linguagem genérica e pouco redesenho real da jornada.

O problema não é estético. É econômico. Mulheres não formam um bloco homogêneo, e esse é justamente o ponto. O erro do sistema financeiro não está apenas em ignorá-las, mas em tentar atendê-las com a mesma régua usada historicamente para os homens: excesso de jargão, foco em rentabilidade isolada, comparação de performance e pouca escuta sobre contexto. Pesquisas indicam que muitas mulheres valorizam clareza, confiança, planejamento de longo prazo e uma conversa capaz de conectar dinheiro a decisões de ciclo de vida — carreira, maternidade, cuidado com a família, divórcio, viuvez, empreendedorismo, longevidade, sucessão e autonomia. Quem não entende essa diferença deixa de capturar oportunidades em investimentos, previdência, crédito produtivo, seguros e gestão patrimonial.

Para o setor financeiro, a pergunta deixou de ser se vale a pena falar com mulheres. A pergunta é quanto custará continuar falando com elas da forma errada. O próximo ciclo de crescimento financeiro não será vencido por quem apenas segmentar campanhas. Será vencido por quem redesenhar linguagem, produtos, dados, times comerciais e relacionamento a partir das jornadas reais das mulheres. Nesse contexto, iniciativas de formação e autonomia financeira feminina, como a collab Grupo Pra Elas e Belas Artes, não devem ser vistas como ações periféricas de impacto social, mas como infraestrutura estratégica para capturar um capital que já começou a mudar de mãos.

DECIDIR SOBRE DINHEIRO
AINDA NÃO É IGUAL PRA
TODOS. *Isso vai mudar.*

PÓS-GRADUAÇÃO EM

AUTONOMIA FINANCEIRA FEMININA

MODALIDADE

EAD
SEMIPRESENCIAL

DURAÇÃO

12 MESES

CARGA HORÁRIA

360H



saiba mais
BELASARTES.BR



+ grupo
praELAS

Rodrigo Bocardi is a journalist with more than 30 years of experience in television. Throughout his career, he has built a trajectory marked by credibility, closeness to the public, and a strong presence in daily journalism. Currently, he leads BocaTV — a digital platform that connects the population to journalism through active participation — and is preparing the launch of BocaTV Channel, the first 100% digital TV with 24-hour live programming. He also leads Estrateli, a company that operates at the intersection of communication, strategy, and reputation, supporting leaders and organizations in building positioning and results.

Insights

Rodrigo Bocardi and the new model of communication in Brazil

A trajectory built in practice: journalism, the streets, and listening

I have always believed in journalism as a tool for transformation. It has been more than 30 years living in newsrooms, on the streets, covering intense events, and learning, in practice, that the most important news does not always emerge inside the newsroom — it emerges in people's real lives. Direct contact with the population has always been what gave meaning to my work.

The turning point: from traditional television to digital

Television taught me a lot: discipline, responsibility, and impact. But the world has changed. The way people consume information has changed. And more than that, people are no longer just spectators. They want to participate, give opinions, report issues, and build together. That's when I understood it was time to take a new step.



Pic/Foto: @wagnerbrtografia

Rodrigo Bocardi has been a journalist for over 30 years, during which time he has worked as a reporter, correspondent, and presenter
Rodrigo Bocardi é jornalista há mais de 30 anos, nos quais já trabalhou como repórter, correspondente e apresentador



Rodrigo Bocardi and his team building the BocaTV Channel office
Rodrigo Bocardi e sua equipe na construção do escritório do BocaTV Canal

Pic/Foto: @wagnerbrtografia

BocaTV: giving a voice to those who never had space

BocaTV was born from a simple but powerful idea: giving people a voice. We created a direct channel, without barriers, where any citizen can show what is happening on their street, in their neighborhood, in their city. Real problems, urgent demands, stories that need to be seen. And most importantly: transforming these voices into action.

When the audience becomes the protagonist

What impresses me most is not the technology, but the behavior. People want to participate. They want to be heard. BocaTV is not about me — it's about those on the other side of the screen. It's a model where the public stops being just an audience and becomes an active part of the content.

From reporting to solutions: real impact

More than showing problems, we want to drive solutions. When a report gains visibility, it creates pressure, mobilizes authorities, and accelerates responses. Journalism returns to fulfilling its most essential role: serving society.

Expansion: a national project

BocaTV started with a single profile, but the audience's response quickly showed that this demand was not local — it was national.

Today, we already have 10 profiles, connecting around 100 municipalities, and we continue to expand with weekly launches. More than growing, we are building a network that connects different realities with the same purpose: giving people a voice, anywhere in Brazil.

BocaTV Channel: a new way of doing TV

The next step is BocaTV Channel, a 100% digital TV with 24-hour programming designed for today's world. A channel that blends information, entertainment, and public service, with a closer, more dynamic, and more human language.

Transparency and proximity: the studio as a symbol

The glass studio, in the heart of the city, is not just an aesthetic choice. It is a positioning. We want to show how everything happens, bring people closer to the process, and make journalism more accessible and transparent.

The future of communication is collective

I believe the future does not lie in large closed structures, but in open, collaborative, and participatory networks. Communication stops being unilateral and becomes built together. Those who understand this move ahead.



Rodrigo Bocardi é jornalista com mais de 30 anos de experiência na televisão. Ao longo da carreira, construiu uma trajetória marcada pela credibilidade, proximidade com o público e forte presença no jornalismo diário. Atualmente, lidera o BocaTV — plataforma digital que conecta a população ao jornalismo por meio da participação ativa — e prepara o lançamento do BocaTV Canal, a primeira TV 100% digital com programação ao vivo 24 horas. Também está à frente da Estrateli, empresa que atua na interseção entre comunicação, estratégia e reputação, apoiando líderes e organizações na construção de posicionamento e resultados.

Rodrigo Bocardi e o novo modelo de comunicação no Brasil



Pic/Foto: @wagnerbrittofoto

Rodrigo Bocardi is a Journalist, Founder and CEO of Boca, and also heads Estrateli
Rodrigo Bocardi é jornalista, fundador e CEO do BocaTV e também está à frente da Estrateli

Uma trajetória construída na prática: jornalismo, rua e escuta

Sempre acreditei no jornalismo como ferramenta de transformação. Foram mais de 30 anos vivendo redações, ruas, coberturas intensas e aprendendo, na prática, que a notícia mais importante nem sempre nasce dentro da redação — ela nasce na vida real das pessoas. O contato direto com a população sempre foi o que deu sentido ao meu trabalho.

O ponto de virada: da televisão tradicional ao digital

A televisão me ensinou muito: disciplina, responsabilidade e impacto. Mas o mundo mudou. A forma de consumir informação mudou. E mais do que isso: as pessoas deixaram de ser apenas espectadoras. Elas querem participar, opinar, denunciar, construir. Foi aí que entendi que era hora de dar um novo passo.

BocaTV: dar voz a quem nunca teve espaço

O BocaTV nasce de uma ideia simples, mas poderosa: dar voz às pessoas. Criamos um canal direto, sem barreiras, onde qualquer cidadão pode mostrar o que está acontecendo na sua rua, no seu bairro, na sua cidade. Problemas reais, demandas urgentes, histórias que precisam ser vistas. E o mais importante: transformar essas vozes em ação.

Quando o público vira protagonista

O que mais me impressiona não é a tecnologia, é o comportamento. As pessoas querem participar. Elas querem ser ouvidas. O BocaTV não é sobre mim — é sobre quem está do outro lado da tela. É um modelo onde o público deixa de ser audiência e passa a ser parte ativa do conteúdo.

Da denúncia à solução: o impacto real

Mais do que mostrar problemas, queremos provocar soluções. Quando uma denúncia ganha visibilidade, ela gera pressão, mobiliza autoridades, acelera respostas. O jornalismo volta a cumprir seu papel mais essencial: servir à sociedade.

Expansão: um projeto nacional

O BocaTV nasceu com um único perfil, mas a resposta do público mostrou rapidamente que essa demanda não era local — era nacional. Hoje, já estamos com 10 perfis, conectando cerca

de 100 municípios e seguimos em expansão, com lançamentos semanais. Mais do que crescer, estamos construindo uma rede que conecta diferentes realidades com um mesmo propósito: dar voz às pessoas, em qualquer lugar do Brasil.

BocaTV Canal: um novo jeito de fazer TV

O próximo passo é o BocaTV Canal, uma TV 100% digital, com programação 24 horas, pensada para o mundo de hoje. Um canal que mistura informação, entretenimento e prestação de serviço, com uma linguagem mais próxima, mais dinâmica e mais humana.

Transparência e proximidade: o estúdio como símbolo

O estúdio de vidro, em plena cidade, não é só uma escolha estética. É um posicionamento. Queremos mostrar como tudo acontece, aproximar as pessoas do processo, tornar o jornalismo mais acessível e transparente.

O futuro da comunicação é coletivo

Acredito que o futuro não está em grandes estruturas fechadas, mas em redes abertas, colaborativas e participativas. A comunicação deixa de ser unilateral e passa a ser construída em conjunto. Quem entende isso, sai na frente.



Rodrigo Bocardi supervising the construction of BocaTV Canal
Rodrigo Bocardi supervisionando as obras do BocaTV Canal

Pic/Foto: @wagnerbrittofoto



Beyond The Brand

The magic that can be translated

By Millena Machado

Imagine a Taoist practitioner, focused on simplicity and harmony with nature, moved by stories of castles, princes, and battles between kingdoms. It seems unlikely. But that is exactly where "Disney magic" resides and, one could also say, the power of great global brands.

Disney was born anchored in clear values of American culture, defined by Christian ethics. Narratives that work through the victory of good over evil, the reward for effort, and redemption. For decades, religious principles illustrated simple stories as a cultural mirror of the West.

The model still works, but it no longer captivates as it once did. In 2025, the number of foreign visitors to American parks dropped by 80%. At the same time, on the other side of the world, Hong Kong Disneyland saw a 25% increase in Christmas ticket sales. But it was not an expansion, the park has existed for 20 years! It was permission for cultural interpretation.

A partnership with Keung To, a very popular singer and actor, translated Disney for the Asian audience without an imposed narrative. The brand simply stepped out of the spotlight to let a local

idol lead the experience. Keung To did not follow the institutional script, nor was he forced to take a photo with Goofy or give Minnie a kiss. He was free to enjoy it with friends, post live streams, show behind-the-scenes footage, and interact directly with whatever caught his attention, including the decorated cookies inspired by Disney characters.

Hong Kong showed that for global brands, it is not enough to just be present. Acceptance is necessary. There is no symbolic conflict there. About 60% of the population does not claim a formal religion. Fantasy does not compete for space with faith, it occupies the place of experience. The stories are not read as doctrine. Relevance lies not in insisting on a corporate reading of one's own symbols, but in allowing them to be reinterpreted through the lens of local identity.

Disney has gone bankrupt four times. It always came back. A reminder for brands that wish to endure. In a culturally fragmented world, power does not lie in remaining intact. Perhaps because "magic" is not rigid, but adaptable.

Além da Marca

A magia que se deixa traduzir

Por Millena Machado

Imagine um praticante do taoísmo, focado na simplicidade e na naturalidade, emocionado com histórias de castelos, príncipes e batalhas entre reinos. Parece improvável. Mas é exatamente aí que mora a "magia Disney" e, pode-se dizer também, o poder das grandes marcas globais.

A Disney nasceu ancorada em valores claros da cultura americana, que se definiram pela ética cristã. Narrativas que trabalham a vitória do bem sobre o mal, a recompensa

pelo esforço e a redenção. Durante décadas, princípios religiosos ilustraram histórias simples como sendo o espelho cultural do Ocidente.

O modelo ainda funciona, mas não encanta como antes. Em 2025 o número de visitantes estrangeiros nos parques americanos caiu 80%. Ao mesmo tempo, do outro lado do mundo, a Disneylândia de Hong Kong aumentou em 25% a venda de ingressos no Natal. Mas não foi uma expansão, o parque existe há 20 anos! Foi permissão de leitura cultural.

Uma parceria com Keung To, cantor e ator muito popular, traduziu a Disney para o público asiático sem narrativa imposta. A marca simplesmente saiu de cena para deixar um ídolo local conduzir a experiência. Keung To não seguiu o roteiro institucional, nem foi obrigado a fazer foto com pateta ou dar um beijo na Minnie. Ele ficou livre para curtir com amigos, publicar lives, mostrar bastidores, interagir diretamente com o que mais lhe chamasse a atenção, inclusive os cookies decorados inspirados nos personagens Disney.

Hong Kong mostrou que para marcas globais não basta estar presente. É preciso aceitação. Lá não há conflito simbólico. Cerca de 60% da população não declara religião formal. A fantasia não disputa espaço com a fé, ela ocupa o lugar da experiência. As histórias não são lidas como doutrina. A relevância não está em insistir na leitura corporativa dos próprios símbolos, mas permitir que sejam reinterpretados à luz da identidade local.

A Disney já faliu quatro vezes. Sempre voltou. Um lembrete para as marcas que querem se perpetuar. Em um mundo culturalmente fragmentado, o poder não está em manter intacto. Talvez porque a "magia" não é rígida, mas adaptável.



Millena Machado is a journalist, TV host, speaker, media trainer and assertive communication teacher. Millena Machado é jornalista, apresentadora de TV, palestrante, media trainer e professora de comunicação assertiva.

Insights

Entrepreneur and investor, Fábio Ennor Fernandes, is the Founder of Walking Together and President of LIDE Iberian Peninsula. A best-selling author of "How Much Is Your Time Worth?", he focuses on connecting entrepreneurs in Brazil and abroad. In 2023, he was appointed spokesperson for the UN Global Compact in Brazil.

Fábio Ennor: life strategy, genuine connections, and the true value of time

My 104 years

Have you ever thought about your 104th birthday? I have. And this is my main decision-making tool today. Whenever I need to make a decision, I imagine the life I want to have reached by the time I turn 104. This mental reflection helps me check whether I am on the right path. And when I return to my current moment, it becomes clear where I want to go.

Life strategy is the foundation of everything

Throughout my journey, I realized a common mistake: building businesses before defining the life you want to live. For me, everything starts with one question: what kind of life do I want to live? From that point on, everything else begins to make sense. There is no point in building something big if it doesn't support the life you want. I've seen many people achieve great results while living a life they didn't consciously choose. Life strategy is not a luxury; it is the starting point.

Guiding truths

Time goes by fast. That's why my decisions always consider the quality of the time

I'm living. Wealth has more to do with how you live your days than with what you accumulate. Change is the key. If you're unhappy, change. There is always time to adjust your path. And finally, I chose not to live under rigid goals: I do my best, without giving up my peace.



Fábio Ennor Fernandes is a Businessman, Investor, and Author
Fábio Ennor Fernandes é empresário, investidor e autor



Fábio Ennor at the Prêmio Líderes do Brasil (Leaders of Brazil Award), recognizing outstanding companies, with João Doria and Luiz Fernando Furlan
Fábio Ennor no Prêmio Líderes do Brasil, em reconhecimento às empresas de destaque, com João Doria e Luiz Fernando Furlan

Genuine networking is a long-term construction

I learned early that everything revolves around people. Knowing how to listen and connect makes all the difference. Real connections are not built on immediate exchange, but on the willingness to help. I believe in the era of generosity, and I see in practice that results come as a consequence.

Walking Together: connections that create movement

Walking Together was born from a simple principle: good people helping good people, especially outside major urban centers. Today, it has become a global community. Our goal is to be a reference in creating genuine connections and driving human and socioeconomic development, strengthening smaller cities through purpose, business, friendship, and action. The future lies in smaller cities, and this model can be replicated anywhere in the world.

Leadership with impact: the UN Global Compact

My work with Walking Together led me, in 2023, to be appointed as a spokesperson for SDG 11 of the UN Global Compact in Brazil, the world's largest corporate sustainability initiative. The focus is clear: more sustainable, inclusive, and resilient cities. In many ways, this

is a natural extension of what we have already been building, strengthening local leadership and creating environments where economic and human development go hand in hand.

Global business starts with local relationships

An important part of my journey began with LIDE, where I started in 2012 in Ribeirão Preto, Brazil. That's where I understood that networking goes beyond contacts; it's about trust, shared experiences, and real opportunities. Years later, contributing to its international expansion reinforced a key belief: there are no global businesses without strong local relationships. Today, leading operations in the Iberian Peninsula, connecting Brazil, Portugal, and Spain, I see how meaningful relationships open doors worldwide. The world is a network, and those who understand this can build consistently anywhere.

In the end, it's about living, not just building

At the end of the day, everything comes back to life strategy. There is no point in building businesses, connections, or achievements if they are not aligned with the life you want to live. For me, true success is growing, creating impact, and building relationships, without giving up lightness, presence, and peace. Because in the end, what remains are not the numbers, but the stories, the connections, and the way we chose to walk.



Empresário e investidor, Fábio Ennor Fernandes é fundador do Walking Together e presidente do LIDE Península Ibérica. Autor best-seller de "Quanto Vale o Seu Tempo?", atua conectando empresários no Brasil e no exterior. Em 2023, foi nomeado porta-voz do Pacto Global da ONU no Brasil.

Fábio Ennor: estratégia de vida, conexões genuínas e o verdadeiro valor do tempo



Fábio Ennor is the president of LIDE Iberian Peninsula
Fábio Ennor é presidente do LIDE Península Ibérica

Meus 104 anos

Você já pensou no seu aniversário de 104 anos? Eu, já. E essa é a minha principal ferramenta de decisão. Sempre que eu preciso decidir algo, imagino a vida que quero encontrar no meu aniversário de 104 anos. Essa retrospectiva imaginária me faz conferir se estou no caminho certo rumo aos meus 104 anos e, quando volto para minha idade atual, fica fácil saber onde desejo chegar.

Estratégia de vida é a base de tudo

Ao longo da minha trajetória, percebi que existe um erro comum: construir negócios antes de definir a vida que se quer viver. Para mim, tudo começa com essa pergunta: que vida eu quero viver? A partir daí, o resto passa a fazer sentido. Não adianta construir algo grande se isso não sustenta a vida que você quer ter. Já vi muitas pessoas alcançarem resultados expressivos, mas viverem presas a uma rotina que não escolheram conscientemente. Estratégia de vida não é um luxo, é o ponto de partida.

Verdades balizadoras

O tempo passa rápido. Por isso, minhas escolhas sempre consideram a qualidade do tempo que estou vivendo. Riqueza tem mais a ver com como você vive seus dias do que com o que acumula. Mudar é o segredo. Está infeliz? Muda. Sempre há tempo para ajustar o caminho. E por fim, escolher não viver refém de metas rígidas: faça o meu melhor, sem abrir mão da paz.

Networking genuíno é construção de longo prazo

Aprendi cedo que tudo gira em torno de pessoas. Saber ouvir e se conectar faz toda diferença. Conexões verdadeiras não nascem da troca imediata, mas da intenção

de ajudar. Eu acredito na era da generosidade. Quando você se coloca à disposição de forma genuína, as relações se fortalecem e os resultados vêm como consequência.

Walking Together: conexões que geram movimento

O Walking Together nasceu desse princípio simples: gente boa, ajudando gente boa longe dos grandes centros. Hoje, o movimento tornou-se uma comunidade global e nosso objetivo é ser referência em criar conexões genuínas e impulsionar o desenvolvimento humano e socioeconômico, fortalecendo o interior com propósito, negócios, amizade e ação. O futuro mora no interior, esse modelo é validado e pode ser implantado em qualquer cidade do globo que possua até 377 mil habitantes.

Liderança com impacto: o papel no Pacto Global da ONU

Minha atuação com o Walking me levou, em 2023, a ser nomeado porta-voz do ODS 11 do Pacto Global da ONU no Brasil, iniciativa que representa a maior aliança corporativa do mundo em torno do desenvolvimento sustentável. O foco é claro: cidades mais sustentáveis, inclusivas e preparadas para o futuro. De certa forma, é uma continuidade natural do que já vínhamos construindo com o Walking Together: olhar para o interior, fortalecer lideranças

locais e criar ambientes onde desenvolvimento econômico e humano caminham juntos.

Negócios globais começam com relações locais

Não poderia deixar de mencionar uma importante parte da minha jornada, foi o LIDE que me ensinou muitas coisas. Começando em 2012, na unidade de Ribeirão Preto-SP. Ali entendi que networking vai além de contatos, é construção de confiança, troca de experiências e geração de oportunidades reais. Anos depois, contribuindo com a expansão internacional, reforço uma convicção: não existem negócios globais sem relações locais fortes. Hoje, à frente das operações na Península Ibérica, conectando Brasil, Portugal e Espanha, vejo como boas relações abrem caminhos no mundo inteiro. O mundo é uma rede e quem entende isso, constrói de forma consistente em qualquer lugar.

No fim, é sobre viver, não apenas construir

No final das contas, tudo volta para o começo: a estratégia de vida. Porque não adianta construir negócios globais, criar conexões ou alcançar resultados, se isso não estiver alinhado com a vida que você quer viver. Para mim, sucesso é conseguir crescer, gerar impacto, construir relações sem abrir mão da leveza, da presença e da paz. Porque, no fim, não são os números que ficam, são as histórias, as conexões e a forma como a gente escolheu caminhar.



Following his lecture at LIDE Ribeirão Preto, Augusto Cury received from the hands of the author and host, Fábio Ennor, a copy of the work "How Much Is Your Time Worth?"
Após sua palestra no LIDE Ribeirão Preto, Augusto Cury recebeu das mãos do autor e anfitrião, Fábio Ennor, um exemplar da obra "Quanto Vale o Seu Tempo?"

Council Talk

Governing climate: from policy ambition to institutional execution

By Andrea Mansano

Climate change is no longer an environmental issue. It is a governance test.

Across the world, governments have become adept at announcing ambitious targets. Far fewer have developed the institutional machinery required to deliver them. The gap between commitment and execution is now the defining fault line of climate policy.

Brazil offers a familiar picture: progress exists, but unevenly. Some regions have moved towards integrated mitigation and adaptation strategies; others remain constrained by limited institutional capacity, weak coordination, and insufficient funding.

This asymmetry is not an exception—it is the rule. The places most exposed to climate risk are often those least equipped to manage it. This exposes a deeper truth: climate governance is not primarily about policy design. It is about execution. It requires coordination across fragmented systems, clarity of accountability, and the disciplined use of data. Tools such as climate observatories and monitoring frameworks are not technical

luxuries—they are governance infrastructure.

Meanwhile, the cost of inaction is no longer abstract. Floods, droughts, and wildfires are imposing measurable and escalating economic losses. Climate risk is now a fiscal, operational, and political reality. Treating it as a peripheral issue is, increasingly, a governance failure.

Yet most governments are still better at drafting plans than implementing them. Bridging this gap demands institutional alignment, cross-sector collaboration and the ability to translate national ambition into local delivery—where policy either succeeds or fails.

The evidence is clear. Where climate governance works, three elements are present: strategic clarity, robust monitoring, and real accountability. Without them, even the most sophisticated policies remain performative.

Ultimately, climate governance is not about promises. It is about capacity. In an era defined by climate uncertainty, governments will be judged not by what they intend—but by what they are structurally able to deliver.



Andrea Mansano is the CEO of Diversity on Boards, an economist, speaker, and startup investor
Andrea Mansano é CEO da Diversity on Boards, economista, palestrante e investidora em startups

Papo de Conselho

Governando o clima: da ambição das políticas à execução institucional

Por Andrea Mansano

A mudança climática deixou de ser uma questão ambiental. Trata-se de um teste de governança.

Ao redor do mundo, governos tornaram-se proficientes em anunciar metas ambiciosas. Muito poucos, no entanto, desenvolveram a capacidade institucional necessária para entregá-las. A lacuna entre compromisso e execução tornou-se hoje a principal linha de fratura das políticas climáticas.

O Brasil oferece um retrato familiar: há avanços, mas de forma desigual. Algumas regiões avançaram na integração de estratégias de mitigação e adaptação; outras permanecem limitadas por capacidade institucional restrita, coordenação frágil e financiamento insuficiente. Essa assimetria não é exceção — é a regra. As regiões mais expostas ao risco climático são, frequentemente, as menos preparadas para enfrentá-lo.

Isso revela uma verdade mais profunda: governança climática não é, primordialmente, sobre desenho de políticas. É sobre execução. Exige coordenação entre sistemas fragmentados, clareza de responsabilidades e uso disciplinado de dados. Ferramentas como observatórios climáticos e sistemas de monitoramento não são

luxos técnicos — são infraestrutura de governança.

Enquanto isso, o custo da inação deixou de ser abstrato. Enchentes, secas e incêndios florestais já impõem perdas econômicas mensuráveis e crescentes. O risco climático tornou-se uma realidade fiscal, operacional e política. Tratá-lo como um tema periférico é, cada vez mais, uma falha de governança.

Ainda assim, a maioria dos governos continua mais eficaz em formular planos do que em implementá-los. Fechar essa lacuna exige alinhamento institucional, colaboração intersetorial e capacidade de traduzir ambição nacional em entrega local — onde, de fato, as políticas têm sucesso ou fracassam.

A evidência é clara. Onde a governança climática funciona, três elementos estão presentes: direção estratégica, sistemas robustos de monitoramento e responsabilização efetiva. Sem esses pilares, até mesmo as políticas mais sofisticadas permanecem performáticas.

No fim, governança climática não é sobre promessas. É sobre capacidade. Em uma era definida pela incerteza climática, governos serão julgados não pelo que pretendem — mas pelo que são estruturalmente capazes de entregar.



Riverside community of São Carlos, RO, during the 2025 flood, where Andrea and 20 advisors were on their annual trip to the Amazon
Comunidade Ribeirinha de São Carlos, RO, durante a cheia de 2025, onde Andrea e 20 conselheiras estavam na viagem anual à Amazônia



A world pulled in two directions

By Marcello Estevão

The global economy is no longer moving in a single direction. It is being shaped by two powerful forces that are pulling at the same time, creating a more uneven and complex landscape for policymakers, businesses, and investors.

On one side, energy and geopolitical shocks are raising costs, disrupting trade routes, and complicating policy decisions. Indeed, the war in the Middle East is not just a regional issue. It affects oil and gas prices, shipping routes, insurance costs, and ultimately inflation across countries. These pressures go well beyond fuel prices. They feed into transportation, food, and everyday goods. The longer these shocks persist, the more they constrain growth and test the credibility and flexibility of central banks.

On the other side, the artificial intelligence investment cycle is supporting growth. Companies are investing heavily in data centers, semiconductors, and the energy systems needed to power them. This wave of investment is lifting productivity expectations and sustaining economic activity, particularly in the United States, where technology and services continue to lead growth.

What matters now is how these two forces interact and how long each one lasts. In the United States, growth remains solid but increasingly concentrated in a narrow set of sectors tied to AI and services. In Europe, the energy shock reinforces an ongoing structural adjustment, with higher costs weighing on industry and policy choices. Across emerging markets, outcomes depend less on global growth narratives and more on energy exposure, inflation dynamics, and policy credibility.

This is not a synchronized global cycle. It is a cycle of divergence across countries, sectors, and policy frameworks. Markets reflect this tension. They shift between optimism driven by technology and caution driven by geopolitics. The key question is not whether these forces will persist, but how long the energy shock will last and how effectively policy frameworks can absorb it without undermining growth.

The global economy is not weakening in a uniform way. It is becoming more selective, more differentiated, and more difficult to navigate.

Um mundo puxado em duas direções

Por Marcello Estevão

A economia global já não segue uma única direção. Ela está sendo moldada por duas forças poderosas que atuam ao mesmo tempo, criando um cenário mais desigual e complexo para governos, empresas e investidores.

De um lado, choques de energia e tensões geopolíticas elevam custos, interrompem rotas comerciais e tornam as decisões de política econômica mais difíceis. De fato, a guerra no Oriente Médio não é apenas um problema regional. Ela afeta os preços de petróleo e gás, as rotas de transporte, os custos de seguro e, no fim, a inflação em vários países. Esses efeitos vão muito além dos combustíveis, alcançando transporte, alimentos e bens do dia a dia. Quanto mais esses choques persistem, mais pressionam o crescimento e colocam à prova a capacidade de resposta dos bancos centrais.

De outro lado, o ciclo de investimentos em inteligência artificial sustenta a atividade. Empresas estão investindo fortemente em data centers, semicondutores e na infraestrutura energética necessária para viabilizar esse avanço. Esse movimento eleva as expectativas de produtividade e mantém o crescimento,

especialmente nos Estados Unidos, onde tecnologia e serviços lideram a expansão.

O ponto central é como essas duas forças interagem e por quanto tempo irão durar. Nos Estados Unidos, o crescimento segue sólido, mas cada vez mais concentrado em setores ligados à IA e aos serviços. Na Europa, o choque de energia reforça um ajuste estrutural já em curso, com custos mais altos pressionando a indústria e as políticas econômicas. Nos mercados emergentes, os resultados dependem menos do crescimento global e mais da exposição à energia, da inflação e da credibilidade das políticas.

Este não é um ciclo global sincronizado. É um ciclo de divergência entre países, setores e escolhas políticas. Os mercados refletem essa tensão, alternando entre o otimismo com a tecnologia e a cautela com a geopolítica. A principal questão não é se essas forças vão continuar, mas por quanto tempo o choque de energia vai durar e quão bem as políticas conseguirão absorvê-lo. A economia global não está enfraquecendo de forma uniforme. Ela está se tornando mais diferenciada, mais seletiva e mais desafiadora.



Do not wait for the end to tell your story

By Ariane Abdallah

Most people believe that a biography is something to be written at the end — when the journey is complete and the results speak for themselves. After decades of helping entrepreneurs tell their stories, I learned the opposite: the right time to begin is now. Not because the recording is urgent, but because narrating tends to be transformative for those who do it.

In the past fifteen years, I conducted hundreds of hours of conversations with founders of some of Brazil's largest companies — in some cases, dozens of meetings with the same person. My job is to listen, to ask the questions that take conversations into backstage territories rarely spoken aloud. And write their stories — often before they know exactly what they want to say.

When someone revisits the decisions they made, the risks taken, the real — and not always official — reasons behind each choice, something shifts. Mistakes that once caused discomfort begin to make sense within a broader trajectory. Values implicit in everyday life become clear and communicable. Uncomfortable truths are reframed so they do not hinder what one still intends to build.

Interestingly, the first reaction of those who built empires is usually resistance.

They do not want to appear vain or dwell in nostalgia. Over time, they come to understand that the value lies elsewhere. Telling one's own story works as a structured mirror — unlike loose memory, which is selective and shaped by the mood of the moment. When you narrate with method, alongside someone who listens and questions, you are compelled to organize what you have lived. And to organize is to give meaning.

For entrepreneurs, the implications are practical. Clarity about your own journey strengthens company culture, because it makes explicit what was once intuition. Facilitating the transmission of values to the next generations — of the family and the business. And it offers something rare to those who lead: a space to reflect without the pressure to decide.

Eventually, many realize that it borders on selfishness to keep to oneself a path walked with courage — filled with mistakes and achievements that could become shortcuts to other people's success.

There is no need to wait for the final chapter to look back. The best books I have helped build were born in the middle of the journey — when there was still time to shape the future based on what the narrative revealed.

Não espere o final para contar sua história

Por Ariane Abdallah

A maioria das pessoas acredita que uma biografia é algo que se escreve no fim — quando a trajetória já está completa e os resultados falam por si. Depois de décadas ajudando empresários a contar suas histórias, aprendi o oposto: o momento certo de começar é agora. Não porque o registro seja urgente, mas porque narrar costuma ser transformador para quem faz.

Nos últimos quinze anos, conduzi centenas de horas de conversas com fundadores de algumas das maiores empresas do Brasil — em alguns casos, dezenas de encontros com a mesma pessoa. Meu trabalho é ouvi-los, fazer as perguntas que levam as conversas para bastidores geralmente não ditos em voz alta. E escrever suas histórias — muitas vezes antes que eles saibam o que querem dizer.

Quando alguém revisita as decisões que tomou, os riscos que correu, os motivos reais — e nem sempre oficiais — por trás de cada escolha, algo muda. Erros que causavam desconforto passam a fazer sentido dentro de uma trajetória maior. Valores implícitos no dia a dia se tornam nítidos e comunicáveis. Verdades incômodas ganham tratamento para não atrapalhar o que ainda se deseja construir.



Ariane Abdallah is a journalist, entrepreneur, writer and columnist for Forbes Brasil
Ariane Abdallah é jornalista, empreendedora, escritora e colunista da Forbes Brasil

O curioso é que a primeira reação de quem construiu impérios costuma ser de resistência. Não querem parecer vaidosos nem viver de nostalgia. Com o tempo, compreendem que o valor está em outro aspecto. Narrar a própria história funciona como um espelho estruturado — diferente da memória solta, que é seletiva e contaminada pelo humor do momento. Quando você narra com método, com alguém que escuta e pergunta, é obrigado a organizar o que viveu. E organizar é dar sentido.

Para empresários, as implicações são práticas. Clareza sobre a própria trajetória fortalece a cultura da empresa, porque torna explícito o que antes era intuição. Facilita a transmissão de valores para as próximas gerações — da família e do negócio. E oferece algo raro a quem lidera: um espaço para refletir sem a pressão de decidir.

Até que percebem que beira o egoísmo guardar para si um caminho percorrido com coragem, repleto de erros e acertos com potencial de se tornarem atalho para o sucesso de outras pessoas.

Não é preciso esperar o capítulo final para olhar para trás. Os melhores livros que ajudei a construir nasceram no meio do caminho — quando ainda havia tempo de construir a partir do que a narrativa revelava.



Ariane Abdallah leads an exclusive retreat for students of the Invisible Writing course, dedicated to training professional ghostwriters
Ariane Abdallah conduz retiro exclusivo para alunos do curso Escrita Invisível, dedicado à formação de ghostwriters profissionais

Art among pixels, matter, and cosmos

By Paulo Ricardo Campos

My artistic research is structured around a proprietary technique based on pixel painting. This language emerges from the investigation between the digital and the material and is guided by the relationship between human beings and the stars, proposing a sensitive reading about origin, existence, and belonging in the cosmos. The construction through pixel brushstrokes, in this context, operates as a resource for organizing the image, allowing the structuring of visual fields that evoke immensity, time, and the human presence before infinity.

Throughout my trajectory, I expanded my work to international institutional initiatives, which have been fundamental for a deeper understanding of art as a tool for dialogue between cultures and territories. In this context, I am part of the Deanery of Culture, Art, and Business at Enterprise Europe, the largest business network of the European Union, where I actively participate in discussions about the connection between art, culture, and development, within a global and multidisciplinary approach.

Art, for me, transcends mere aesthetic expression and is configured as an instrument of cultural diplomacy, promoting articulation between identities, creative economies, and innovation. I believe that artistic production has the power to serve as a bridge between different realities, stimulating reflections about the present and building visions of a more integrated and cohesive future.

In the field of production, the technical process occupies a central place. I develop my works from a proprietary method that combines repetition, structure, and formal control. The construction through pixel brushstrokes functions as a resource for organizing the image, allowing the structuring of visual

fields that evoke immensity, time, and the human presence before infinity, maintaining visual coherence and conceptual consistency.

My Indigenous ancestry runs through my production as both reference and awareness, guiding part of my research and connecting themes such as identity, memory, and representation to a contemporary artistic practice. In parallel, I develop initiatives to expand access to art, such as the one carried out in Paraisópolis, where I promoted children's first contact with artistic experience, reinforcing my commitment to art as an instrument of transformation and belonging.



Sapiosexual, by Paulo Ricardo Campos, presents a brain that reveals human connections, sexuality, and the balance of Yin and Yang, translating this connection through intellect
Sapiosexual, de Paulo Ricardo Campos, apresenta um cérebro que revela conexões humanas, sexualidade e o equilíbrio do yin e yang, traduzindo a conexão pelo intelecto



Paulo Ricardo Campos is a visual artist and the creator of a pixel art technique, developed using a wide range of materials

Paulo Ricardo Campos é artista visual e criador de uma técnica em pixel art, elaborada a partir de inúmeros materiais

Minha pesquisa artística se estrutura a partir de uma técnica própria baseada na pintura por pixels. Essa linguagem nasce da investigação entre o digital e o material e se orienta pela relação entre o ser humano e as estrelas, propondo uma leitura sensível sobre origem, existência e pertencimento no cosmos. A construção por pinceladas em pixels, nesse contexto, opera como um recurso de organização da imagem, permitindo estruturar campos visuais que evocam a imensidão, o tempo e a presença humana diante do infinito.

Ao longo da minha trajetória, expandi minha atuação para iniciativas institucionais internacionais, o que tem sido fundamental para uma compreensão mais profunda sobre a arte como ferramenta de diálogo entre culturas e territórios. Neste contexto, me encontro no decanato de Cultura, Arte e Negócios da Enterprise Europe, a maior rede de negócios da União Europeia, onde participo ativamente de discussões sobre a conexão entre arte, cultura e desenvolvimento, em uma abordagem global e multidisciplinar.

A arte, para mim, transcende a mera expressão estética e se configura como um instrumento de diplomacia cultural, promovendo

Arte entre pixels, matéria e cosmos

Por Paulo Ricardo Campos

articulação entre identidades, economias criativas e inovação. Acredito que a produção artística tem o poder de servir como uma ponte entre diferentes realidades, estimulando reflexões sobre o presente e construindo visões de um futuro mais integrado e coeso.

No campo da produção, o processo técnico ocupa um lugar central. Desenvolvo minhas obras a partir de um método próprio que combina repetição, estrutura e controle formal. A construção por pinceladas em pixels funciona como um recurso de organização da imagem, permitindo estruturar campos visuais que evocam a imensidão, o tempo e a presença humana diante do infinito, mantendo coerência visual e consistência conceitual.

Minha descendência indígena atravessa minha produção como referência e consciência, orientando parte da minha pesquisa e conectando temas como identidade, memória e representação a uma prática artística contemporânea. Paralelamente, desenvolvo iniciativas de acesso à arte, como a realizada em Paraisópolis, onde promovi o primeiro contato de crianças com a experiência artística, reforçando meu compromisso com a arte como instrumento de transformação e pertencimento.

Inside ROM Concept, the largest beauty salon in the world

By Henrique Rocha

When Romeu Felipe and I founded ROM Concept seven years ago, we didn't just want to create a traditional beauty salon. Our goal was to build a unique universe in São Paulo, the country's main economic center. A space where nothing happened by chance, from lighting to brand curation, to offer something much greater than a service: a complete experience of beauty, well-being, leisure, fine dining, and shopping.

In 2024, this vision gained global recognition when we received the title of the largest beauty salon in the world, granted by Guinness World Records. What led us to this recognition, which still stands today, was the scale of the operation: there are 227 chairs at the Avenida Brasil unit, next to Ibirapuera Park. ROM Iguatemi, at the top of Shopping Iguatemi São Paulo, on Faria Lima, has another 110.

We managed to transform a service often treated as routine into an experience connected to the universe of high luxury,

sparkling in clients the desire to return. Over time, ROM Concept consolidated itself as an experience hub, with exclusive services aimed at a demanding audience with high purchasing power. Today, each unit receives around 300 clients per day.

Deciding together is the foundation of our management. Over time, I realized that centralizing is not always the best path. For this reason, the executive structure of ROM integrates different areas in a constant flow of adjustments. Leadership is distributed to preserve the creative essence of the business without giving up efficiency. Deciding as a group requires more, but delivers better results.

To support this operation, I count on the support of Ana Paula Domene (Executive Director), Valéria Cardoso (ROM Iguatemi Manager), Rodolfo Scarpelin (ROM Brazil Manager), Sabrina Praxedes (Head of Marketing), Rodrigo Ezequiel (Finance), Jacinta Maciel (HR), and Sidney Mauro (Purchasing). Each with their specialty, united by the same commitment: keeping ROM Concept at the top of high-luxury beauty.

Managing ROM means living with the challenge of orchestrating a team of more than 600 talents who sustain the operation. It is precisely this structure that allows everything to function with consistency and quality daily. Each visit opens the doors to a sensory universe, where excellence in service and fine dining go hand in hand. Therefore, the BARU Bistrô restaurant, present in the units, has become a landmark of the brand, expanding the proposal beyond beauty and giving shape to what makes ROM a unique place.



Pic/Foto: Juliano Lemos

Henrique Rocha is an Entrepreneur and Co-founder of ROM Concept, recognized by Guinness as the largest beauty salon in the world
Henrique Rocha é empresário e cofundador do ROM Concept, reconhecido pelo Guinness como o maior salão de beleza do mundo



ROM Concept Brazil
ROM Concept Brasil

Pic/Foto: Two Arquitetura

Por dentro do ROM Concept, o maior salão de beleza do mundo

Por Henrique Rocha

Quando Romeu Felipe e eu fundamos o ROM Concept, há sete anos, não queríamos apenas criar um salão de beleza tradicional. Nosso objetivo era construir um universo único em São Paulo, o principal centro econômico do país. Um espaço onde nada fosse por acaso, da iluminação à curadoria de marcas, para oferecer algo muito maior do que um serviço: uma experiência completa de beleza, bem-estar, lazer, alta gastronomia e compras.

Em 2024, essa visão ganhou projeção global, quando recebemos o título de maior salão de beleza do mundo, concedido pelo Guinness World Records. O que nos levou ao reconhecimento, que continua valendo até hoje, foi a dimensão da operação: são 227 cadeiras na unidade da avenida Brasil, vizinha ao Parque Ibirapuera. Já o ROM Iguatemi, no topo do Shopping Iguatemi São Paulo, na Faria Lima, conta com outras 110.

Conseguimos transformar um serviço muitas vezes tratado como rotina em uma experiência conectada ao universo do alto luxo, despertando no cliente o desejo de voltar. Com o tempo, o ROM Concept se consolidou como um hub de experiências, com serviços exclusivos voltados a um público exigente e com alto poder de consumo. Hoje, cada unidade recebe cerca de 300 clientes por dia.

Decidir em conjunto é a base da nossa gestão. Ao longo do tempo, entendi que centralizar nem sempre é o melhor caminho. Por isso, a estrutura executiva do ROM integra diferentes áreas em um fluxo constante de ajustes. A liderança é distribuída para preservar a essência criativa do negócio sem abrir mão da eficiência. Decidir em grupo dá mais trabalho, mas traz mais resultado.

Para sustentar essa operação, conto com o apoio de Ana Paula Domene (diretora executiva), Valéria Cardoso (gerente do ROM Iguatemi), Rodolfo Scarpelin (gerente do ROM Brasil), Sabrina Praxedes (head de marketing), Rodrigo Ezequiel (financeiro), Jacinta Maciel (RH) e Sidney Mauro (compras). Cada um com sua especialidade, unidos por um mesmo compromisso: manter o ROM Concept no topo da beleza de alto luxo.

Gerir o ROM é viver o desafio de orquestrar um time de mais de 600 talentos que sustentam a operação. É justamente essa estrutura que permite que tudo funcione com consistência e qualidade no dia a dia. Cada visita abre as portas de um universo sensorial, onde atendimento de excelência e alta gastronomia caminham juntos. Portanto, o restaurante BARU Bistrô, presente nas unidades, se tornou um cartão-postal da marca, ampliando a proposta para além da beleza e dando forma ao que faz do ROM um lugar único.

Progress in São Paulo's economy and the strength of the countryside

By Jorge Lima



Since the beginning of the administration, Governor Tarcísio de Freitas entrusted me with the mission of visiting all 645 municipalities in the state of São Paulo to enhance their economic vocations and create an action plan aimed at more balanced economic development. So far, more than 500 cities have been visited and, at each stop, I reaffirm the conviction that the countryside of São Paulo is rich, full of opportunities and potential. Its productive strength and sectoral diversity explain a significant portion of the progress São Paulo has accumulated over the past three years.

From this articulation emerged initiatives such as the 50 KM program, inspired by the Japanese model, which encourages the strengthening of production chains by integrating small and medium-sized companies into the environment of large industries established in their surroundings, and SP Produz, which boosts Local Productive Chains by organizing companies within the same segment to grow cooperatively. We also advanced in the economic freedom agenda with Facilita SP, which

simplified procedures, reduced bureaucracy, and waived licenses for low-risk activities.

The results of this process can be seen in the numbers: the goal of registering 500,000 new companies in four years was surpassed in just three, exceeding 1 million new business registrations, according to data from Jucesp. Likewise, the projection of creating 1 million formal jobs for the entire administration period was achieved ahead of schedule, reaching 1.3 million positions in three years.

In this scenario, the Trampolim program became an essential tool by bringing workers closer to the real demands of the market. The platform brings together job openings, qualification courses, and productive inclusion initiatives, and has already made more than 15,000 opportunities available, including initiatives aimed at the 60+ population. Worker Assistance Centers offered more than 360,000 positions during the period, an average of over one thousand opportunities per day. In professional qualification, Qualifica SP was decisive, offering more than 1.2 million free

training opportunities. In entrepreneurship, more than R\$800 million in funding was provided, including R\$187 million through Banco do Povo and more than R\$630 million through Desenvolve SP, directed to companies, municipalities, and innovative projects.

Initiatives in partnership with other departments further expanded the reach of economic policy. The Wine, Coffee, Cheese, and Cachaça Routes boosted tourism and exports, according to InvestSP. In addition, the Empreendedor Artesão program advanced the professionalization of the sector and increased the income of thousands of artisans.

The results of these three years show that São Paulo has surpassed goals and accelerated investments. The future is promising and depends, above all, on the vitality of the interior of São Paulo, where entrepreneurship is vibrant and where we find investment opportunities capable of moving local economies and transforming realities. In the interior, we see even more clearly that São Paulo can be a competitive, inclusive, modern state prepared for the challenges ahead. Therefore, we remain firm in the mission of valuing its potential and expanding its role in Brazil's economic development.

Avanço na economia paulista e a força do interior

Por Jorge Lima

Desde o início da gestão, o governador Tarcísio de Freitas me deu a missão de visitar todos os 645 municípios do estado de São Paulo para potencializar as vocações econômicas e criar um plano de ação visando um desenvolvimento

econômico mais equilibrado. Até aqui, já foram mais de 500 cidades percorridas e, a cada parada, reafirmo a convicção de que o interior paulista é rico, cheio de oportunidades e potencialidades. Sua força produtiva e diversidade



setorial explicam boa parte dos avanços que São Paulo acumulou nos últimos três anos.

Dessa articulação surgiram iniciativas como o programa 50 KM, inspirado no modelo japonês, que estimula o fortalecimento de cadeias produtivas ao integrar pequenas e médias empresas ao ambiente das grandes indústrias instaladas em seus entornos, e o SP Produz, que impulsiona as Cadeias Produtivas Locais ao organizar empresas de um mesmo segmento para crescerem de maneira cooperativa. Também avançamos na agenda de liberdade econômica com o Facilita SP, que simplificou etapas, reduziu burocracias e dispensou licenças para atividades de baixo risco.

O resultado desse processo pode ser percebido nos números: a meta de registrar 500 mil novas empresas em quatro anos foi superada em apenas três, ultrapassando 1 milhão de novos CNPJs, conforme dados da Jucesp. Da mesma forma, a projeção de criação de 1 milhão de empregos formais para todo o período da gestão foi superada antecipadamente, alcançando 1,3 milhão de vagas em três anos.

Nesse cenário, o programa Trampolim tornou-se uma ferramenta essencial ao aproximar trabalhadores das demandas reais do mercado. A plataforma reúne vagas, cursos de qualificação e ações de inclusão produtiva, e já disponibilizou mais de 15 mil oportunidades, incluindo iniciativas voltadas ao público 60+. Os Postos de Atendimento ao Trabalhador ofertaram mais de

360 mil vagas no período, uma média superior a mil oportunidades por dia. Na qualificação profissional, o Qualifica SP foi decisivo ao oferecer mais de 1,2 milhão de vagas gratuitas. Na área do empreendedorismo, somamos mais de R\$ 800 milhões em fomento, sendo R\$ 187 milhões pelo Banco do Povo e mais de R\$ 630 milhões pela Desenvolve SP, destinados a empresas, prefeituras e projetos inovadores.

Iniciativas em parceria com outras pastas ampliaram ainda mais o alcance da política econômica. As Rotas do Vinho, Café, Queijo e Cachaça impulsionaram o turismo e as exportações, segundo a InvestSP. Além disso, o programa Empreendedor Artesão avançou na profissionalização do setor e elevou a renda de milhares de artesãos.

Os resultados desses três anos mostram que São Paulo superou metas e acelerou investimentos. E o futuro é promissor e passa, sobretudo, pela vitalidade do interior paulista, onde o empreendedorismo é pulsante e onde encontramos oportunidades de investimentos capazes de movimentar a economia local e transformar realidades. No interior enxergamos, ainda com mais nitidez, que São Paulo pode ser um estado competitivo, inclusivo, moderno e preparado para os desafios que virão. Por isso, seguimos firmes na missão de valorizar suas potencialidades e ampliar seu protagonismo no desenvolvimento econômico do Brasil.



André Esteves, Chairman at BTG Pactual, and the Governor of São Paulo, Tarcísio de Freitas during the Private Dinner New York Gallery

New York will once again take center stage for Brazilian business leaders with the 7th edition of Brazilian Week, promoted by Money Report. The event will bring together executives, investors, and opinion leaders in a strategic agenda to analyze global trends, strengthen connections, and build business opportunities between Brazil and the United States. The participants' experience will be led by Money Report CEO Cristina Falcão and its editor, journalist Aluizio Falcão Filho, who will guide the agenda throughout the week.

Integrated with the traditional Person of the Year Awards (POY), promoted by the Brazilian American Chamber of Commerce, Brazilian Week will reinforce its role as a platform for dialogue between business and institutional leaders. In this edition, José Auriemo Neto, president of JHSF Capital Group, and Cristiano Amon, CEO of Qualcomm, will be honored and recognized for their trajectories of innovation, international expansion, and contribution to economic development. The selection of these names reflects the event's proposal to highlight leaders who drive transformation and strengthen Brazil's presence on the global stage.

Throughout the program, strategic themes are expected to dominate discussions, including artificial intelligence, ESG, innovation, geopolitics, and global and national economic

Brazilian Week: connection and innovation

outlooks. The proposal will broaden participants' perspectives on business environment challenges and opportunities, connecting Brazilian experiences to international trends and promoting discussions on competitiveness, sustainability, and digital transformation.

Among the highlights of the agenda, Innovation Day, which will be held at Amazon's headquarters, will present the most relevant digital trends. The agenda will also include the Private Dinner New York Gallery, at the Daniel restaurant, promoting high-quality dialogues between business leaders, investors, and experts.

The program will also feature the Money Report Conference 'Challenges and Goals Brazil 2030', which will address political and electoral scenarios in the USA and Brazil, as well as a cocktail at Tiffany & Co., strengthening the integration among participants and creating an environment conducive to building partnerships and exchanging experiences. These meetings will be crucial for bringing leaders together, stimulating investments, and fostering new business initiatives with international impact.

The highlight of the week will be the POY Gala Dinner, to be held at the American Museum of Natural History, bringing together authorities, business leaders, and international guests to recognize the honored leaders. The event is expected to consolidate Brazilian Week



Secretary Jorge Lima presenting the Rota do Vinho (Wine Route) program
Secretário Jorge Lima apresentando o programa Rota do Vinho

as one of the main Brazilian business agendas abroad, promoting strategic connections and expanding opportunities for collaboration between companies and institutions.

The closing will feature debates and meetings focused on consolidating the connections established throughout the week. The expectation is that Brazilian Week will further strengthen the dialogue between Brazil and the United States, boost new

investments, and stimulate cooperation in key areas for economic development.

Brazilian Week will reaffirm its positioning as a leaders' platform, connecting Brazil and the world around investments, technology, and sustainable development. The initiative is expected to consolidate New York as a strategic meeting point for Brazilian entrepreneurs seeking to expand their global presence and build new growth opportunities.



Private Dinner New York Gallery, during Brazilian Week, promoted by Money Report
Private Dinner New York Gallery, durante a Brazilian Week, promovido pela Money Report

Brazilian Week: conexão e inovação

Nova York voltará a ocupar o centro das atenções da liderança empresarial brasileira com a realização da 7ª edição da Brazilian Week, promovida pela Money Report. O encontro reunirá executivos, investidores e formadores de opinião em uma agenda estratégica voltada à análise de tendências globais, fortalecimento de conexões e construção de oportunidades de negócios entre Brasil e Estados Unidos. A experiência dos participantes será conduzida pela CEO do Money Report, Cristina Falcão, e pelo editor da publicação, o jornalista Aluizio Falcão Filho,

que liderarão a agenda ao longo da semana.

Integrada ao tradicional Person of the Year Awards (POY), promovido pela Brazilian American Chamber of Commerce, a Brazilian Week reforçará seu papel como plataforma de diálogo entre lideranças empresariais e institucionais. Nesta edição, serão homenageados José Auriemo Neto, presidente do grupo JHSF Capital, e Cristiano Amon, CEO da Qualcomm, reconhecidos por suas trajetórias de inovação, expansão internacional e contribuição para o desenvolvimento econômico. A escolha dos nomes reflete a proposta do evento de destacar



MR Private Dinner at Four Twenty Five: honorees Ernesto Pousada (Vibra), Daniel Slaviero (Copel), Daniel Randon (Randoncorp), Geyze Diniz (Pacto Contra a Fome), Jeane Tsutsui (Fleury), Augusto Martins (JHSF), Gustavo Werneck (Gerdau), and Governor Tarcísio de Freitas (SP); seated, Cristina and Aluizio Falcão Filho (MR)

MR Private Dinner at Four Twenty Five: homenageados Ernesto Pousada (Vibra), Daniel Slaviero (Copel), Daniel Randon (Randoncorp), Geyze Diniz (Pacto Contra a Fome), Jeane Tsutsui (Fleury), Augusto Martins (JHSF), Gustavo Werneck (Gerdau) e governador Tarcísio de Freitas (SP); sentados, Cristina e Aluizio Falcão Filho (MR)

lideranças que impulsionam transformações e fortalecem a presença brasileira no cenário global.

Ao longo da programação, temas estratégicos deverão dominar os debates, entre eles inteligência artificial, ESG, inovação, geopolítica e perspectivas econômicas globais e nacionais. A proposta será ampliar a visão dos participantes sobre os desafios e oportunidades do ambiente de negócios, conectando experiências brasileiras a tendências internacionais e promovendo discussões sobre competitividade, sustentabilidade e transformação digital.

Entre os destaques da programação, o Innovation Day, realizado na sede da Amazon, apresentará as tendências digitais mais relevantes. A agenda incluirá ainda o Private Dinner New York Gallery, no restaurante Daniel, promovendo diálogos qualificados entre líderes empresariais, investidores e especialistas.

A programação também contará com a Money Report Conference Desafios e Metas Brasil 2030, que tratará de cenários políticos e eleitorais nos EUA e no Brasil, bem como com um coquetel na Tiffany & Co., fortalecendo a integração entre os participantes e criando um ambiente propício para a construção de parcerias e troca de experiências. Esses encontros serão fundamentais para aproximar lideranças, estimular

investimentos e fomentar novas iniciativas empresariais com impacto internacional.

O ponto alto da semana será o POY Gala Dinner, que será realizado no American Museum of Natural History, reunindo autoridades, empresários e convidados internacionais em reconhecimento às lideranças homenageadas. O evento deverá consolidar a Brazilian Week como uma das principais agendas empresariais brasileiras no exterior, promovendo conexões estratégicas e ampliando oportunidades de colaboração entre empresas e instituições.

O encerramento contará com debates e encontros voltados à consolidação das conexões estabelecidas ao longo da semana. A expectativa é que a Brazilian Week fortaleça ainda mais o diálogo entre Brasil e Estados Unidos, impulse novos investimentos e estimule a cooperação em áreas-chave para o desenvolvimento econômico.

A Brazilian Week reafirmará seu posicionamento como uma plataforma de líderes, conectando Brasil e mundo em torno de investimentos, tecnologia e desenvolvimento sustentável. A iniciativa deverá consolidar Nova York como ponto de encontro estratégico para empresários brasileiros que buscam ampliar sua atuação global e construir novas oportunidades de crescimento.

Big Apple Networking

Person of the Year Dinner Award – New York

By Carla Greeb

As a proud member and former networking consultant for the Brazilian-American Chamber of Commerce, and as a dual Brazilian and American citizen, I affirm that the most important Brazilian business relations event outside of Brazil, since 1970, is the Gala Dinner Awards held by the Chamber.

This year, the event will be held at the American Museum of Natural History, a New York City landmark that reflects tradition, constant innovation, and a shared commitment to business growth. The Gala captures the spirit of partnership between Brazil and the United States (US), serving both as a celebration of achievements and as a testament to enduring bilateral ties.

Each year, leaders from the financial, industrial, technological, governmental, and social initiative sectors are recognized for strengthening economic, social, cultural, and diplomatic connections. The event is a hub for networking, dialogue, and opportunities where participants exchange experiences, strengthen partnerships, and drive initiatives that extend far beyond the evening.

The dinner also highlights the evolution of Brazil-US relations. As both countries face economic and environmental challenges, the honorees are recognized for their visionary leadership in sustainability, innovation, and inclusive growth between the two nations.

The award holds strong symbolic value, reinforcing the importance of global partnerships. The event's continued success over the years is largely due to the connection and solid leadership of José Roberto Azevêdo,

President of the Executive Committee, and Will Landers, President of the Board, elected in 2024.

Although not a non-profit organization, part of the event's proceeds go to the POY Fellows program, which grants scholarships to outstanding young professionals pursuing graduate studies who demonstrate exceptional leadership.

Since last year, I have enthusiastically highlighted the expansion to a two-hour networking cocktail. In essence, the event represents the strength and future of Brazil-US relations, inspiring continued collaboration between two dynamic nations.



José Roberto Azevêdo, President of the Executive Committee, during the Gala Dinner Awards

José Roberto Azevêdo, Presidente do Comitê Executivo durante o Gala Dinner Awards

Big Apple Networking

Prêmio Person of the Year – Nova Iorque

Por Carla Greeb

Como membro orgulhosa e consultora de networking da Brazilian-American Chamber of Commerce por um período, além de cidadã brasileira e americana, afirmo que o mais importante evento de relações empresariais brasileiras fora do Brasil é, desde 1970, o Gala Dinner Awards promovido pela Câmara.

Este ano, o evento será realizado no American Museum of Natural History, um marco de Nova Iorque que reflete tradição, inovação constante e o compromisso compartilhado com o crescimento dos negócios. O Gala captura o espírito de parceria entre o Brasil e os Estados Unidos, servindo tanto como uma celebração de conquistas quanto como um testemunho dos laços bilaterais duradouros.

A cada ano, líderes dos setores financeiro, industrial, tecnológico, governamental e de iniciativas sociais são reconhecidos por fortalecer conexões econômicas, sociais, culturais e diplomáticas. O evento é um polo de networking, diálogo e oportunidades onde participantes trocam experiências, fortalecem parcerias e impulsionam iniciativas que se estendem além da noite.

O jantar também destaca a evolução das relações Brasil-Estados Unidos. À medida que ambos os países enfrentam desafios econômicos e ambientais, os homenageados são reconhecidos por sua liderança visionária em sustentabilidade, inovação e crescimento inclusivo entre as duas nações.

O prêmio possui forte valor simbólico, reforçando a importância das parcerias globais. O sucesso contínuo do evento ao longo dos anos deve-se, em grande parte, à conexão e



Carla Greeb is the Founder and CEO of NetStrategiesNyc
Carla Greeb é fundadora e CEO da NetStrategiesNyc

à sólida liderança de José Roberto Azevêdo, Presidente do Comitê Executivo, e Will Landers, Presidente do Conselho, eleito em 2024.

Embora não seja uma organização sem fins lucrativos, parte da receita do evento é destinada ao programa POY Fellows, que concede bolsas de estudo a jovens profissionais de destaque que cursam pós-graduação e demonstram liderança excepcional.

Desde o ano passado, destaco com entusiasmo a ampliação para duas horas de coquetel de networking. Em essência, o evento representa a força e o futuro das relações Brasil-Estados Unidos, inspirando a continuidade da colaboração entre duas nações dinâmicas.

FIEMG and IEL NA undertake a mission in Shanghai

The FIEMG China International Mission provided Brazilian leaders and entrepreneurs with a unique immersion in Shanghai, one of the world's largest hubs for innovation and business. Organized by FIEMG in partnership with IEL NA, the mission was a strategic opportunity to understand how Brazil can position itself in global value chains, particularly in sectors requiring high execution capacity and cutting-edge technology.

Shanghai exemplifies, like few cities, the convergence between industry, technology, and execution. There, global trends stop being projections and become reality instantly. The program was carefully crafted to integrate the best of Shanghai, combining academic knowledge and practical experience. Participants had access to IEL Experience Shanghai, held at the NYU Shanghai campus.

During the program, the group attended lectures with renowned professors from New York University, experts in economics and strategy, discussing how global trends influence capital flows and industrial decisions. A technical visit to Hugon Manufacturing Company, a reference in precision manufacturing, added even more depth to the experience. Interaction with the company's leadership and a tour of the factory floor highlighted how operational excellence and technological innovation

generate sustainable competitiveness.

The mission also served as a platform to establish high-level connections, with participation in the China International Import Expo (CIIE) and events such as the Brazil-China Business Forum and The Bearer of the Future. These events connected Brazilian entrepreneurs to global decision-makers, reinforcing the importance of strategic networking.

FIEMG's president, Flávio Roscoe, emphasized the mission's importance for the presence of the Minas Gerais productive sector in China: "The mission reinforces the strategic presence of the Minas Gerais productive sector in China. With immersions in technology and industry, as well as a seminar with more than 240 Chinese and 50 Brazilians, discussing the potential of Minas Gerais and generating thousands of future connections."

The vision advocated by FIEMG and IEL NA is clear: understanding China has ceased to be a differential and has become a necessity for global governance. At the end of the immersion, participants return with practical knowledge, ready to anticipate trends and lead transformations that position Brazil as a protagonist in the global industrial future.



Flávio Roscoe is president of FIEMG for his second term
Flávio Roscoe é presidente da FIEMG pelo segundo mandato

FIEMG e IEL NA realizam missão em Xangai

A Missão Internacional FIEMG China proporcionou a líderes e empresários brasileiros uma imersão única em Xangai, um dos maiores polos de inovação e negócios do mundo. Organizada pela FIEMG em parceria com o IEL NA, a missão foi uma oportunidade estratégica para entender como o Brasil pode se posicionar nas cadeias globais de valor, especialmente em setores que exigem alta capacidade de execução e tecnologia de ponta.

Xangai exemplifica, como poucas cidades, a convergência entre indústria, tecnologia e execução. Ali, as tendências globais deixam de ser projeções e se concretizam instantaneamente. A programação foi cuidadosamente elaborada para integrar o melhor de Xangai, combinando conhecimento acadêmico e experiência prática. Os participantes tiveram acesso ao IEL Experience Shanghai, realizado no campus da NYU Shanghai.

Durante o programa, o grupo teve aulas magnas com professores renomados da New York University, especialistas em economia e estratégia, debatendo como as tendências globais influenciam fluxos de capital e decisões industriais. A visita técnica à Hugon Manufacturing Company, referência em manufatura de precisão, acrescentou ainda mais profundidade à experiência. A interação com as lideranças da empresa e a visita ao chão de fábrica destacaram

como a excelência operacional e a inovação tecnológica geram competitividade sustentável.

A missão também funcionou como uma plataforma para estabelecer conexões de alto nível, com a participação na China International Import Expo (CIIE) e em encontros, como o Brazil China Business Forum e o The Bearer of the Future. Esses eventos conectaram os empresários brasileiros a decisores globais, reforçando a importância do networking estratégico.

O presidente da FIEMG, Flávio Roscoe, ressaltou a importância da missão para a presença do setor produtivo mineiro na China: "A missão reforça a presença estratégica do setor produtivo mineiro na China. Com imersões em tecnologia e indústria, além de um seminário com mais de 240 chineses e 50 brasileiros, debatendo o potencial de Minas Gerais e gerando milhares de conexões de futuro."

A visão defendida pela FIEMG e pelo IEL NA é clara: compreender a China deixou de ser um diferencial, tornando-se uma exigência para a governança global. Ao final da imersão, os participantes retornam com um repertório prático, prontos para antecipar tendências e liderar transformações que posicionem o Brasil como protagonista no futuro global da indústria.



Brazilian business leaders participating in the FIEMG China International Mission
Empresários brasileiros na Missão Internacional FIEMG China

LIDE New York-DC

LIDE Boosts Global Role with NY Investment Forum

By Fernanda Baggio

Over the past years, LIDE has established itself as one of the main drivers of Brazil's presence on the international stage. This leadership is further strengthened during Brazilian Week in New York, where the organization acts as a pioneer and architect of strategic agendas that connect Brazil to key global decision-making centers.

In 2026, the group celebrates the 15th anniversary of the Brazil Investment Forum, an event that has become a benchmark in connecting Brazil with global capital markets. Created at a time when the country's international integration was still seeking greater consistency, the Forum anticipated the convergence of business leaders, public authorities, and investors.

Throughout its editions, the event has followed economic cycles and political transformations, maintaining its role as a qualified platform for debate and opportunity generation. Today, it stands as one of the central moments of Brazilian Week, bringing together high-level decision-makers in an environment of trust and relevance.

With a strong focus on strategic networking, the event fosters direct dialogue among CEOs, governors, lawmakers, and fund managers. More than discussing scenarios, its purpose is to stimulate partnerships, unlock investments, and enable concrete business opportunities.

In addition to its institutional relevance, the Forum stands out for adapting to global economic shifts, incorporating innovation, sustainability, and new investment

frontiers. LIDE's model combines content, relationships, and influence, reinforcing Brazil's position among leading financial centers and driving sustainable economic development.



Fernanda Baggio is president of LIDE NY & DC
Fernanda Baggio é presidente do LIDE NY & DC



LIDE Brazil Investment Forum Event, in New York, USA
Evento LIDE Brazil Investment Forum, em Nova York, EUA

LIDE New York-DC

LIDE fortalece protagonismo global com fórum em NY

Por Fernanda Baggio

Ao longo dos últimos anos, o LIDE consolidou-se como um dos principais articuladores da presença brasileira no cenário internacional. Esse protagonismo ganha ainda mais força durante a Brazilian Week, em Nova York, onde a entidade atua como precursora e estruturadora de agendas estratégicas que conectam o Brasil aos principais centros globais de decisão.

Em 2026, o grupo celebra os 15 anos do Brazil Investment Forum, evento que se tornou referência na conexão entre o Brasil e o mercado global de capitais. Criado em um momento em que a inserção internacional do país ainda buscava maior consistência, o Fórum antecipou a convergência entre líderes empresariais, autoridades públicas e investidores.

Ao longo de suas edições, o encontro acompanhou ciclos econômicos e transformações políticas, mantendo-se como um espaço qualificado para debates

e geração de oportunidades. Hoje, é um dos momentos centrais da Brazilian Week, reunindo tomadores de decisão de alto nível em um ambiente de confiança e relevância.

Com foco em networking estratégico, o evento promove interlocução direta entre CEOs, governadores, parlamentares e gestores de fundos. Mais do que discutir cenários, sua proposta é estimular parcerias, destravar investimentos e viabilizar oportunidades concretas de negócios.

Além de sua relevância institucional, o Fórum se destaca por sua capacidade de adaptação às transformações da economia global, incorporando temas como inovação, sustentabilidade e novas fronteiras de investimento. O modelo do LIDE combina conteúdo, relacionamento e influência, reforçando o posicionamento do Brasil entre os principais centros financeiros e impulsionando o desenvolvimento econômico sustentável.

EPIC Boston: inovação e sustentabilidade no setor da construção



Participants during a technical visit
Participantes durante visita técnica

EPIC Boston: innovation and sustainability in the construction sector

The city of Boston, recognized as an epicenter of innovation and knowledge, recently hosted a new edition of the EPIC Boston – Innovation in Construction program. The executive immersion program was designed to provide a unique experience of learning, networking, and development, focused on transforming the construction sector through innovation.

Over five days, participants from countries such as Mexico, Peru, and Spain experienced a dynamic program that balanced high-level executive education and practical experiences. Mornings were dedicated to training sessions at institutions of excellence such as Hult International Business School, Harvard, and MIT, covering topics related to innovation, sustainability, and leadership. In the afternoons, activities included technical visits and panels with companies and organizations at the forefront of innovation in construction, promoting a practical and real-world view of how the concepts discussed in classrooms can be applied in the sector's daily operations.

The program was structured to promote a significant mindset shift, where the focus was not only on knowledge transfer but on transforming

how participants approach the innovation process in their own businesses. As highlighted by Juan Caba, CEO of Icloset and participant in the immersion: "Here I learned methodologies and techniques to help our companies grow sustainably, generating greater benefits for us in the future."

The EPIC Boston experience was not limited to academic learning and technical visits. The agenda also included moments dedicated to strategic networking and cultural immersion, allowing participants to establish connections with global leaders and explore new ideas beyond the academic environment. These activities provided a rich and meaningful exchange of experiences, essential for expanding horizons and strengthening partnerships.

Visits to organizations such as IXL Center, Nelson Group, MIT Concrete Sustainability Hub, and the MIT Industrial Liaison Program expanded participants' practical vision, connecting innovation, sustainability, and execution. At the end of the journey, the GIMI certification consolidated the learning and integrated participants into a global network of leaders committed to impact, excellence, and transformation.

A cidade de Boston, reconhecida por ser um epicentro de inovação e conhecimento, recebeu recentemente uma nova edição do programa EPIC Boston – Innovation in Construction. O programa de imersão executiva foi projetado para proporcionar uma experiência única de aprendizado, networking e desenvolvimento, com foco na transformação do setor da construção por meio da inovação.

Durante cinco dias, os participantes, oriundos de países como México, Peru, e Espanha, vivenciaram um programa dinâmico que equilibrava educação executiva de alto nível e experiências práticas. As manhãs foram dedicadas a sessões de formação em instituições de excelência como Hult International Business School, Harvard e MIT, com temas voltados à inovação, sustentabilidade e liderança. Nas tardes, as atividades incluíram visitas técnicas e painéis com empresas e organizações que estão na vanguarda da inovação na construção civil, promovendo uma visão prática e real de como os conceitos discutidos nas salas de aula podem ser aplicados no dia a dia do setor.

O programa foi estruturado para proporcionar uma mudança de mentalidade significativa, onde o foco não foi apenas na transferência de conhecimento, mas na transformação de como os participantes encaram o processo de inovação em seus próprios negócios. Como destacou Juan Caba, CEO da empresa Icloset, participante da imersão: "Aqui conheci metodologias e técnicas para poder conseguir que nossas empresas cresçam de forma sustentável, gerando maiores benefícios para nós no futuro."

A experiência no EPIC Boston não se limitou ao aprendizado acadêmico e às visitas técnicas. A agenda também incluiu momentos dedicados ao networking estratégico e à imersão cultural, permitindo que os

participantes estabelecessem conexões com líderes globais e explorassem novas ideias fora do ambiente acadêmico. Essas atividades proporcionaram uma troca de experiências rica e significativa, essencial para expandir os horizontes e fortalecer parcerias.

As visitas a organizações como IXL Center, Nelson Group, MIT Concrete Sustainability Hub e MIT Industrial Liaison Program ampliaram a visão prática dos participantes, conectando inovação, sustentabilidade e execução. Ao final da jornada, a certificação do GIMI consolidou o aprendizado e integrou os participantes a uma rede global de líderes comprometidos com impacto, excelência e transformação.



Leaders from Mexico, Peru, and Spain during the EPIC Boston – Innovation in Construction Program
Líderes do México, Peru e Espanha durante o Programa EPIC Boston – Innovation in Construction

World Cup 2026: where soccer and business meet

By Ane Kiefer

The FIFA World Cup 2026 promises to redefine the role of major sporting events in the global tourism and business market. More than a soccer tournament, the next edition of the competition, hosted simultaneously in the United States, Canada, and Mexico, is expected to establish itself as one of the largest platforms for corporate networking and business hospitality on the planet.

With an unprecedented format of 48 national teams and 104 matches, the tournament is expected to generate an unparalleled flow of international travelers, executives, sponsors, and companies interested in using the event as a tool for relationship-building and business generation. Studies released by FIFA in partnership with international economic organizations indicate that the competition could generate around US\$ 40.9 billion in global GDP growth, in addition to creating approximately 824 thousand jobs worldwide directly or indirectly linked to the event.

Projections also indicate that around 6.5 million spectators should attend matches in stadiums throughout the tournament, distributed across 16 host cities. In the United States, the main host country, the economic impact could reach US\$ 30.5 billion in economic output, with strong growth in the tourism, hospitality, transportation, and corporate events sectors.

In this context, business tourism and corporate hospitality gain prominence, a segment that uses major sporting events as a strategic environment to strengthen commercial relationships and create high-value experiences for clients and partners. Multinational companies and global sponsors are already structuring programs that include private boxes and VIP areas in stadiums (Hospitality), private events for strategic guests, exclusive gastronomic experiences, incentive trips for executives, and networking gatherings throughout the tournament.

For many companies, the World Cup becomes a powerful platform for



branding and international relationships, where business discussions take place in an informal, yet highly strategic environment.

Brazil, traditionally one of the countries with the largest presence at World Cups, is once again expected to play a significant role in the tourist flow to the event. Brazilians are among the main visitors to the United States, with around 1.9 million travelers in 2024, generating more than US\$ 9 billion in tourism spending.

Given the magnitude of the event, 4 Travel Itaim, specialized in curating experiences and providing highly personalized service, has been registering a significant increase in demand for exclusive programs for the FIFA World Cup 2026. Structured with FIFA-accredited suppliers and designed to transform a sports trip into a true corporate relationship strategy.

More than soccer, the 2026 World Cup represents a new model of global event, in which sport, tourism, entertainment, and business walk side by side. For companies and executives, participating in the tournament will mean not only watching historic matches, but also becoming part of one of the largest international gatherings for networking and corporate experiences of the next decade.

When well planned, a trip to the FIFA World Cup 2026 goes far beyond the game. It becomes an experience of hospitality, networking, and relationship-building that can mark the history of a company and its guests.

Copa do Mundo 2026: onde futebol e negócios se encontram

Por Ane Kiefer

A Copa do Mundo FIFA 2026 promete redefinir o papel dos grandes eventos esportivos no mercado global de turismo e negócios. Mais do que um torneio de futebol, a próxima edição da competição, sediada simultaneamente nos Estados Unidos, Canadá e México, deve se consolidar como uma das maiores plataformas de networking corporativo e hospitalidade empresarial do planeta.

Com um formato inédito de 48 seleções e 104 partidas, o torneio tende a gerar um fluxo sem precedentes de viajantes internacionais, executivos, patrocinadores e empresas interessadas em utilizar o evento como ferramenta de relacionamento



The Mercedes-Benz Stadium has a capacity of 71,000 people and will host one of the semi-finals of the 2026 FIFA World Cup. O Mercedes-Benz Stadium tem capacidade para 71.000 pessoas e receberá uma das semifinais da Copa do Mundo FIFA em 2026.

e geração de negócios. Estudos divulgados pela FIFA em parceria com organizações econômicas internacionais indicam que a competição pode gerar cerca de US\$ 40,9 bilhões em crescimento do PIB global, além de impulsionar aproximadamente 824 mil empregos em todo o mundo ligados direta ou indiretamente ao evento.

A projeção também aponta que cerca de 6,5 milhões de espectadores devem assistir às partidas nos estádios ao longo do torneio, distribuídos por 16 cidades-sede. Nos Estados Unidos, principal país anfitrião, o impacto econômico pode chegar a US\$ 30,5 bilhões em produção econômica, com forte crescimento nos setores de turismo, hospitalidade, transporte e eventos corporativos.

Nesse cenário, ganha força o turismo de negócios e hospitalidade corporativa, um segmento que utiliza grandes eventos esportivos como ambiente estratégico para fortalecer relações comerciais e criar experiências de alto valor para clientes e parceiros. Empresas multinacionais e patrocinadores globais já estruturam programas que incluem camarotes e áreas VIP nos estádios (Hospitality), eventos privados para convidados estratégicos, experiências gastronômicas exclusivas, viagens de incentivo para executivos e encontros de networking durante o torneio.

Para muitas companhias, a Copa se transforma em uma poderosa plataforma de branding e relacionamento internacional, onde negócios são discutidos em um ambiente informal, porém altamente estratégico.

O Brasil, tradicionalmente um dos países com maior presença em Copas do Mundo, deve novamente ter papel relevante no fluxo turístico para o evento. Os brasileiros estão entre os principais visitantes dos Estados Unidos, com cerca de 1,9 milhão de viajantes em 2024, gerando mais de US\$ 9 bilhões em gastos turísticos.

Diante da magnitude do evento, a 4 Travel Itaim, especializada em curadoria de experiências e atendimento altamente personalizado, vem registrando aumento significativo na procura por programas exclusivos para a Copa do Mundo FIFA 2026. Estruturados com fornecedores credenciados da FIFA e pensados para transformar uma viagem esportiva em uma verdadeira estratégia de relacionamento corporativo.



Official ball of the 2026 World Cup, in the colors red, green and blue representing the host countries, United States, Canada and Mexico
Bola oficial da Copa do Mundo de 2026, nas cores vermelho, verde e azul representando os países sede, Estados Unidos, Canadá e México

Pic/Foto: Adidas Promotion

Mais do que futebol, a Copa do Mundo de 2026 representa um novo modelo de evento global, no qual esporte, turismo, entretenimento e negócios caminham lado a lado. Para empresas e executivos, participar do torneio significará não apenas assistir a jogos históricos, mas integrar um dos maiores encontros internacionais de networking e experiências corporativas da próxima década.

Quando bem planejada, uma viagem para a Copa do Mundo FIFA 2026 vai muito além do jogo. Ela se transforma em uma experiência de hospitalidade, networking e relacionamento que pode marcar a história de uma empresa e de seus convidados.

City of São Paulo consolidates leadership in health tourism

The city of São Paulo has been consolidating itself as one of the main health tourism hubs in Latin America, bringing together excellent hospital infrastructure, highly qualified professionals, and a business environment favorable to attracting investments.

Health tourism is one of the fastest-growing sectors in the world, driven by the search for quality, technological innovation, agility in procedures, and competitive costs. According to a study by São Paulo Negócios, the global health tourism market generated US\$ 35.3 billion for the hospitality and cruise sectors, considering medical services associated with international travel. In this scenario, Latin America still represents only 2.2% of this market, highlighting the growth potential of the region and, especially, of São Paulo.

The capital of São Paulo emerges as a protagonist, bringing together important competitive advantages, such

as international connectivity, an advanced hospital network, research centers, leading universities, and a health innovation ecosystem that drives the development of new technologies and treatments.

A market with high growth potential

In Brazil, the sector also shows strong demand. Data from the study indicate that 20.1% of personal travel motivations in the country are related to health, highlighting the growth of the segment and its impact on national tourism. In addition, the country ranks 6th in the Americas in health tourism, reinforcing the competitive potential of the region and the importance of São Paulo as the main gateway to this market. In 2024, the segment generated approximately R\$ 49.7 billion in the city of São Paulo, strengthening production chains and stimulating job creation.



A healthcare professional in São Paulo preparing a syringe for vaccine administration
Profissional de saúde de São Paulo preparando seringa para administração de vacina

São Paulo as a global health tourism hub

São Paulo is already positioned as the main destination for medical tourism in Brazil. In 2024, the city welcomed around 4.2 million tourists motivated by health treatments, consolidating itself as one of the main hubs in Latin America.

In addition, São Paulo also stands out for its internationally recognized quality. Brazil has 22 hospitals among the best in the world in 2026, with 17 located in the city of São Paulo. Furthermore, 54% of Brazilian institutions with international certification are in the city, highlighting the quality of services and the competitiveness of São Paulo's healthcare sector.

The role of São Paulo Negócios

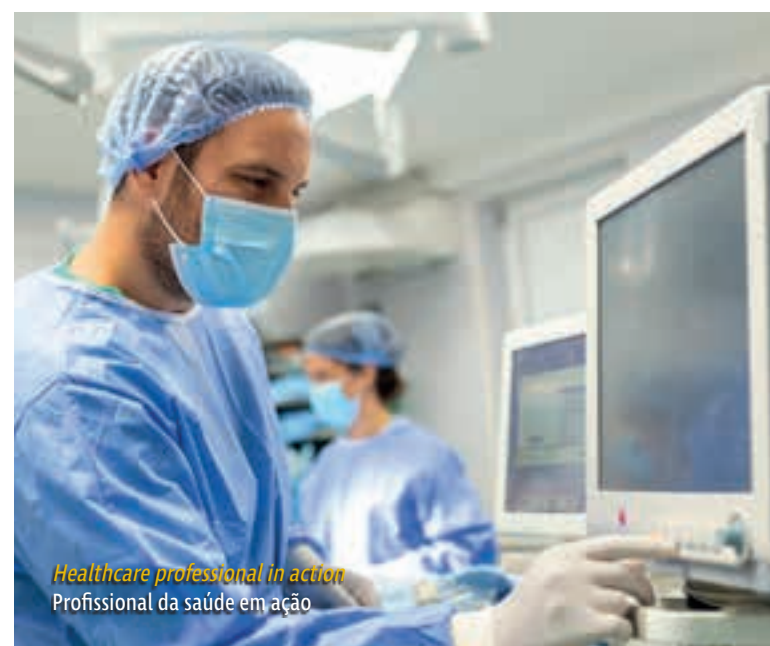
São Paulo Negócios is the official investment and export promotion agency of the city of São Paulo. Linked to the City Hall, through the Municipal Secretariat for Economic Development and Labor (SMDet), the institution works to attract investments, support new projects, and promote the capital as a strategic destination for business, innovation, and economic development.

Through sector studies, market intelligence, and articulation between the public and private sectors, São Paulo Negócios identifies opportunities and strengthens strategic segments, such as health tourism.

"São Paulo brings together excellent infrastructure, qualified professionals, and a highly competitive business environment. Health tourism strengthens the economy, attracts investments, and consolidates the city as an international reference in high-quality and innovative services," highlights Alessandra Andrade, President of São Paulo Negócios.

With consolidated infrastructure, innovation, and a robust business environment, São Paulo continues to strengthen its position as a global health hub, attracting investments and expanding opportunities. Because São Paulo does not lose business.

Cidade de São Paulo consolida liderança no turismo de saúde



Healthcare professional in action
Profissional da saúde em ação

A cidade de São Paulo vem se consolidando como um dos principais polos de turismo de saúde da América Latina, reunindo infraestrutura hospitalar de excelência, profissionais altamente qualificados e um ambiente de negócios favorável à atração de investimentos.

O turismo de saúde é um dos setores que mais crescem no mundo, impulsionado pela busca por qualidade, inovação tecnológica, agilidade nos procedimentos e custos competitivos. Segundo



Technological innovation in healthcare
Inovação tecnológica na saúde

estudo da São Paulo Negócios, o mercado global de turismo de saúde movimentou US\$ 35,3 bilhões para os setores de hotelaria e cruzeiros, considerando serviços médicos associados a viagens internacionais. Nesse cenário, a América Latina ainda representa apenas 2,2% desse mercado, evidenciando o potencial de crescimento da região e, especialmente, de São Paulo.

A capital paulista desponta como protagonista, reunindo diferenciais competitivos importantes, como conectividade internacional, rede hospitalar avançada, centros de pesquisa, universidades de referência e um ecossistema de inovação em saúde que impulsiona o desenvolvimento de novas tecnologias e tratamentos.

Um mercado com alto potencial de crescimento

No Brasil, o setor também apresenta forte demanda. Dados do estudo apontam que 20,1% dos motivos de viagens pessoais no país estão relacionados à saúde, evidenciando o crescimento do segmento e seu impacto no turismo nacional. Além disso, o país ocupa a 6ª posição nas Américas no turismo de saúde, reforçando o potencial competitivo da região e a importância de São Paulo como principal porta de entrada desse mercado. Em 2024, o segmento movimentou aproximadamente R\$ 49,7 bilhões na cidade de São Paulo, fortalecendo cadeias produtivas e estimulando a geração de empregos.

São Paulo como hub global em turismo de saúde

São Paulo já se posiciona como o principal destino do turismo médico no Brasil. Em 2024, a cidade recebeu cerca de 4,2 milhões de turistas motivados por

tratamentos de saúde, consolidando-se como um dos principais polos da América Latina.

Além disso, São Paulo também se destaca pela qualidade reconhecida internacionalmente. O Brasil possui 22 hospitais entre os melhores do mundo em 2026, sendo 17 localizados na cidade de São Paulo. Além disso, 54% das instituições brasileiras com certificação internacional estão na cidade, evidenciando a qualidade dos serviços e a competitividade do setor de saúde paulistano.

O papel da São Paulo Negócios

A São Paulo Negócios é a agência oficial de promoção de investimentos e exportações da cidade de São Paulo. Vinculada à Prefeitura, por meio da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Trabalho (SMDet), a instituição atua na atração de investimentos, no apoio a novos projetos e na promoção da capital como destino estratégico para negócios, inovação e desenvolvimento econômico.

Por meio de estudos setoriais, inteligência de mercado e articulação entre os setores público e privado, a São Paulo Negócios identifica oportunidades e fortalece segmentos estratégicos, como o turismo de saúde.

"São Paulo reúne infraestrutura de excelência, profissionais qualificados e um ambiente de negócios altamente competitivo. O turismo de saúde fortalece a economia, atrai investimentos e consolida a cidade como referência internacional em serviços de alta qualidade e inovação", destaca Alessandra Andrade, presidente da São Paulo Negócios.

Com infraestrutura consolidada, inovação e um ambiente de negócios robusto, São Paulo segue fortalecendo sua posição como hub global de saúde, atraindo investimentos e ampliando oportunidades. Porque São Paulo não perde negócios.

IEL strengthens innovations and connections in Barcelona

Barcelona, recognized as one of the most dynamic international innovation hubs, was the setting for another edition of the IEL Global Executive Education Program. Bringing together Brazilian industrial leaders, the initiative promoted a strategic immersion focused on strengthening skills, exchanging experiences, and building connections capable of generating concrete impact on business and society.

In an environment marked by the convergence of technology, entrepreneurship, and strategic thinking, participants experienced, in practice, innovation models applied in global ecosystems. Activities took place at the La Salle Campus Barcelona, an international reference in executive education and innovation, as well as strategic visits to hubs and institutions that drive global competitiveness. "This edition of the IEL Global Executive Education program, held here in Barcelona, an important international innovation hub, provided a strategic immersion that brought our industrial leaders closer to this center of knowledge. This connection strengthened skills, stimulated innovation, and created real impact for companies and

society," highlighted Michelle Queiroz, Manager of Careers and Business Development at IEL.

Throughout the program, the group visited relevant centers of the Catalan ecosystem, such as the Barcelona Health Hub, an international reference in digital health, and ACCIÓ, the Catalonia Business Competitiveness Agency, where innovation and internationalization strategies were explored. The agenda also included visits to TechBarcelona and DFactory, environments that connect startups, large companies, and emerging technologies aimed at Industry 5.0.

The immersion continued with experiences at NTT Data and ESADE, institutions recognized for their work in innovation and business development, as well as the 22@ Barcelona District, one of Europe's leading urban innovation hubs. The group ended the program with an experience at Damm, integrating innovation, tradition, and networking.

This international mission represented the building of bridges between Brazil and global innovation centers, expanding the strategic vision of leaders and strengthening the competitiveness of the Brazilian industry.



Panel on How to Do Business in Catalonia, during the IEL program, with the participation of leaders from Anceco, the Brazil/Catalonia Chamber of Commerce, and Contech Hub Itec
Painel Como Fazer Negócios na Catalunha, durante o programa do IEL, com a participação de lideranças da Anceco, Câmara de Comércio Brasil/Catalunha e Contech Hub Itec

IEL fortalece inovações e conexões em Barcelona

Barcelona, reconhecida como um dos mais dinâmicos polos internacionais de inovação, foi o cenário de mais uma edição do Programa IEL de Educação Executiva Global. Reunindo lideranças industriais brasileiras, a iniciativa promoveu uma imersão estratégica voltada ao fortalecimento de competências, à troca de experiências e à construção de conexões capazes de gerar impacto concreto nos negócios e na sociedade.

Em um ambiente marcado pela convergência entre tecnologia, empreendedorismo e pensamento estratégico, os participantes vivenciaram, de forma prática, modelos de inovação aplicados em ecossistemas globais. As atividades se concentraram no La Salle Campus Barcelona, referência internacional em formação executiva e inovação, além de visitas estratégicas a hubs e instituições que impulsionam a competitividade global. "Essa edição do programa IEL de educação executiva global, realizada aqui em Barcelona, nesse importante polo internacional de inovação, proporcionou uma imersão estratégica que aproximou as nossas lideranças industriais desse centro de conhecimento. Essa conexão fortaleceu competências, estimulou inovação e criou impacto real para empresas e para a

sociedade", destacou Michelle Queiroz, Gerente de Carreiras e Desenvolvimento Empresarial no IEL.

Ao longo da programação, o grupo passou por centros relevantes do ecossistema catalão, como o Barcelona Health Hub, referência internacional em saúde digital, e a ACCIÓ, agência de competitividade empresarial da Catalunha, onde foram exploradas estratégias de inovação e internacionalização. A agenda também incluiu visitas ao TechBarcelona e ao DFactory, ambientes que conectam startups, grandes empresas e tecnologias emergentes voltadas à Indústria 5.0.

A imersão seguiu com experiências na NTT Data e na ESADE, instituições reconhecidas por sua atuação em inovação e desenvolvimento empresarial, além do distrito 22@ Barcelona, um dos principais polos urbanos de inovação da Europa. O grupo encerrou a programação com uma experiência na Damm, integrando inovação, tradição e networking.

Essa missão internacional representou a construção de pontes entre o Brasil e centros globais de inovação, ampliando a visão estratégica das lideranças e fortalecendo a competitividade da indústria brasileira.



Brazilian leaders during the IEL Global Executive Education Program
Líderes brasileiros durante o Programa IEL de Educação Executiva Global

Lucas Pinheiro: Brazil on the snow



Pic/Foto: Rafael Bello/COB

Lucas Pinheiro Braathen is an alpine ski athlete, Olympic medalist, and founder of the Luci Foundation
 Lucas Pinheiro Braathen é atleta de esqui alpino, medalhista olímpico e idealizador da Luci Foundation

A Brazilian mother, a Norwegian father and a great passion for skiing formed who is now the pride of a nation and the representation of the Brazilian ginga on the snow. Lucas Pinheiro Braathen was born in Oslo, Norway, and from an early age has lived the balance between two worldviews: Nordic discipline and tropical vibrancy. This unique characteristic makes Lucas a rare case in which sport transcends technique and becomes a narrative about identity, courage, and roots.

The athlete often describes his childhood as a period of duality, where he felt "too Brazilian" for Norwegian standards and "too foreign" when he was in Brazil. This feeling of not belonging to a single place was, ironically, what gave him the courage to break ties with the Norwegian Federation in 2023, after disputes over his creative autonomy and image rights. By deciding to compete for Brazil, Lucas declared that he was seeking to rediscover his purpose and bring "ginga" to a historically rigid sport, demonstrating that his connection with Brazil is a deep choice of identity.

Off the slopes, this purpose is reflected in the Luci Foundation, a nonprofit organization founded by the athlete in 2021. The institution

works to make sport accessible to children from all economic backgrounds, a mission Lucas supports by emphasizing that "living costs, sports equipment and fees to clubs and organizations are just some of the expenses that are becoming more expensive every day. This unfortunately leads to more and more children being excluded from sports. This is not the future I want."

The athlete's decision to represent Brazil culminated in a historic moment at the 2026 Winter Olympic Games. Lucas Pinheiro Braathen wrote his name into the history of the country and the Winter Olympics by competing in the giant slalom event, where even under pressure from the world's top skiers, he maintained focus and secured a total time of 2 minutes and 25 seconds, surpassing the favorites to win the gold medal.

The first medal for Brazil and for Latin America in the entire history of the Winter Olympic Games was added to the books. Images of Lucas crying while listening to the Brazilian national anthem and dancing in celebration spread across the country, opening the doors of a frozen universe to 200 million Brazilians, proving that diversity and inclusion are indeed the most important values in sport.

Lucas Pinheiro: o Brasil na neve

Uma mãe brasileira, um pai norueguês e uma grande paixão pelo esqui formaram aquele que hoje é o orgulho de uma nação e a representação da ginga brasileira na neve. Lucas Pinheiro Braathen nasceu em Oslo, Noruega, e vive desde cedo o equilíbrio entre duas visões de mundo: a disciplina nórdica e a vivacidade tropical. Essa característica única torna Lucas um caso raro em que o esporte transcende a técnica e se torna uma narrativa sobre identidade, coragem e raízes.

O atleta frequentemente descreve sua infância como um período de dualidade, onde sentia-se "brasileiro demais" para os padrões noruegueses e "gringo demais" quando estava no Brasil. Essa sensação de não pertencer a um único lugar foi, ironicamente, o que lhe deu a coragem para romper com a Federação Norueguesa em 2023, após disputas sobre sua autonomia criativa e direitos de imagem. Ao decidir competir pelo Brasil, Lucas declarou que buscava reencontrar seu propósito e levar a "ginga" para um esporte historicamente rígido, demonstrando que sua conexão com o Brasil é uma escolha profunda de identidade.

Fora das pistas, esse propósito se reflete na Luci Foundation, organização sem fins lucrativos fundada pelo atleta em 2021. A instituição trabalha

para tornar o esporte acessível a crianças de todas as origens econômicas, missão que Lucas apoia ao destacar que "o custo de vida, os equipamentos esportivos e as taxas de clubes e organizações são apenas algumas das despesas que estão ficando mais caras a cada dia. Isso, infelizmente, leva à exclusão de cada vez mais crianças do esporte. Esse não é o futuro que eu quero".

A aposta do atleta em representar o Brasil culminou em um momento histórico nos Jogos Olímpicos de Inverno de 2026. Lucas Pinheiro Braathen escreveu seu nome na história do país e das Olimpíadas de Inverno, ao competir na prova de slalom gigante, onde mesmo sob a pressão dos maiores esquiadores do mundo, manteve o foco e garantiu o tempo total de 2min25s, superando os favoritos na conquista da medalha de ouro.

A primeira medalha para o Brasil e para a América Latina em toda a história das Olimpíadas de Inverno foi adicionada na história. As imagens de Lucas chorando ao ouvir o hino nacional brasileiro e dançando ao comemorar percorreram o país, abrindo as portas de um universo gelado para 200 milhões de brasileiros, provando que a diversidade e a inclusão são de fato os valores mais importantes do esporte.



Lucas Pinheiro during the giant slalom event in alpine skiing, the category in which he won an Olympic gold
 Lucas Pinheiro durante a prova de slalom gigante do esqui alpino, categoria em que conquistou o ouro olímpico

Pic/Foto: Rafael Bello/COB



Machidovel Trigueiro Filho is the Secretary of Science, Technology and Innovation of Caucaia and Vice Director of the Federal University of Ceará. Machidovel Trigueiro Filho é secretário de Ciência, Tecnologia e Inovação de Caucaia e Vice Diretor da Universidade Federal do Ceará.

Caucaia envisions its future based on a visit to China

By Machidovel Trigueiro Filho

In an international scenario increasingly driven by science, technology, and innovation, the ability of a municipality to establish qualified global connections has become decisive in promoting development, attracting investments, and expanding concrete opportunities for its population. In this direction, Caucaia has been asserting itself as one of the most promising territories in Brazil's Northeast.

With this purpose, in my capacity as a professor at the Federal University of Ceará (UFC) and Secretary of Science, Technology and Innovation of Caucaia, I carried out an official agenda in China, with visits to Guangzhou and Macau. The strategic initiative aimed to position Caucaia on the international innovation map, bringing the municipality closer to universities, investors, and companies connected to digital infrastructure, smart cities, and new technological sectors.

In Guangzhou, I took part in the Canton Fair, one of the world's largest platforms for technology, industry, and business. In this highly relevant international environment, I presented Caucaia to entrepreneurs and representatives of key sectors for the future of digital economy, such as data centers, technological infrastructure, and fiber optics,

reinforcing the municipality's potential as a strategic hub for connectivity and innovation.

In Macau, I delivered a lecture at the University of Saint Joseph (USJ) on the role of science and innovation in the development of smart cities. The agenda also enabled progress in the strengthening of academic cooperation between UFC and USJ, opening space for joint research, exchanges, and structuring projects in areas such as digital law, smart cities, and technology-oriented public policies.

Participation in C-PLPEX further expanded the mission's strategic relevance, placing Caucaia within international dialogue networks with long-term institutional, academic, and economic potential.

This agenda demonstrates that Caucaia does not merely observe global transformations. By bringing together university, public authorities, and the productive sector, the municipality builds alliances, expands its international presence, and affirms its leadership in a new development agenda based on knowledge, innovation, and a vision for the future.

More than an institutional visit, it was a concrete step toward connecting Caucaia to the global networks that shape the economy of the present and the future.

Caucaia projeta o futuro a partir de visita à China

Por Machidovel Trigueiro Filho

Em um cenário internacional cada vez mais orientado pela ciência, tecnologia e inovação, a capacidade de um município estabelecer conexões globais qualificadas tornou-se decisiva para promover desenvolvimento, atrair investimentos e ampliar oportunidades concretas para sua população. É nessa direção que Caucaia vem se afirmando como um dos territórios mais promissores do Nordeste brasileiro.

Foi com esse propósito que cumpri, na condição de professor da Universidade Federal do Ceará (UFC) e secretário de Ciência, Tecnologia e Inovação de Caucaia, uma agenda oficial na China, com passagens por Guangzhou e Macau. Tratou-se de uma missão estratégica voltada a posicionar Caucaia no mapa internacional da inovação, aproximando o município de universidades, investidores e empresas ligadas à infraestrutura digital, às cidades inteligentes e às novas economias tecnológicas.

Em Guangzhou, participei da Canton Fair, uma das maiores vitrines mundiais de tecnologia, indústria e negócios. Nesse ambiente de alta relevância internacional, apresentei Caucaia a empresários e representantes de setores centrais para o futuro da economia digital, como data centers, infraestrutura tecnológica e fibra óptica, reforçando o potencial do município como polo estratégico de conectividade e inovação.

Em Macau, proferi palestra na University of Saint Joseph (USJ) sobre o papel da ciência e da inovação no desenvolvimento de cidades inteligentes. A agenda também permitiu avançar no fortalecimento da cooperação acadêmica entre a UFC e a USJ, abrindo espaço para pesquisas conjuntas, intercâmbios e projetos estruturantes em áreas como direito digital, cidades inteligentes e políticas públicas orientadas pela tecnologia.

A participação na C-PLPEX ampliou ainda mais a densidade estratégica da missão,



Alexandre Lobo, Vice-Rector for Research and Innovation at the University of Saint Joseph, and Machidovel Trigueiro Filho. Alexandre Lobo, vice-reitor de Pesquisa e Inovação da University of Saint Joseph, e Machidovel Trigueiro Filho.

inserindo Caucaia em circuitos internacionais de diálogo com potencial institucional, acadêmico e econômico de longo prazo.

Essa agenda demonstra que Caucaia não assiste passivamente às transformações do mundo. Ao articular universidade, poder público e setor produtivo, o município constrói alianças, amplia sua presença internacional e afirma seu protagonismo em uma nova agenda de desenvolvimento baseada em conhecimento, inovação e visão de futuro.

Mais do que uma visita institucional, foi um passo concreto para conectar Caucaia às redes globais que moldam a economia do presente e do futuro.

FIEC takes leaders to the Hong Kong ecosystem

The initiative promoted by the Federation of Industries of the State of Ceará (FIEC), through IEL Ceará, arrived in Hong Kong with 40 leaders from companies, government, and institutions from Ceará. The program combined academic content, institutional perspective, and practical experiences, reinforcing Hong Kong as a global hub for innovation, business, and governance. Classes were taught by professors from the University of Hong Kong (HKU), and there were also visits to organizations within the local ecosystem.

The opening took place on the HKU campus, with a reception by Professor Hongbin Cai, Director of the HKU Business School, who highlighted Hong Kong as a bridge between China and the rest of the world. Next, Professor Heiwai Tang analyzed the Chinese economy, addressing market scale, global value chains, and opportunities for organizations operating along the Asia-West axis.

In the technological field, Professor Weiming Zhu brought reflections on emerging technologies and the impact of Industry 5.0, emphasizing the integration between data, digital platforms, and human decisions as a competitive advantage. Topics such as AI-driven

leadership, digital governance, data ethics, and post-quantum cryptography were also discussed.

The institutional perspective was expanded with the participation of InvestHK and OASES, which presented policies for attracting strategic companies, highlighting legal certainty, efficient governance, and an innovation-friendly environment.

The delegation also conducted technical visits to leading organizations. At Alibaba, participants learned about digital innovation strategies, e-commerce, and global expansion. At Rollship, the group experienced a fully digitalized supply chain management model, and at Hong Kong Science & Technology Parks, the focus was on ESG and the role of sustainability as a driver of innovation and business competitiveness.

FIEC President Ricardo Cavalcante highlighted the relevance of the initiative: "FIEC has consistently sought global references to inspire industrial development and leadership in Ceará. Being here is a unique opportunity to understand global transformations and identify new business and partnership possibilities for the state." More than an academic agenda, EPIC Hong Kong demonstrated that innovation emerges from structured ecosystems, prepared leadership, and strategic decision-making.



FIEC leva líderes ao ecossistema de Hong Kong

A iniciativa promovida pela Federação das Indústrias do Estado do Ceará (FIEC), por meio do IEL Ceará, desembarcou em Hong Kong com 40 líderes de empresas, governo e instituições do Ceará. O programa combinou conteúdo acadêmico, visão institucional e experiências práticas, reforçando Hong Kong como um polo global de inovação, negócios e governança. As aulas foram ministradas por professores da University of Hong Kong (HKU), e também houve visitas a organizações do ecossistema local.

A abertura ocorreu no campus da HKU, com recepção do professor Hongbin Cai, diretor da HKU Business School, que destacou Hong Kong como ponte entre a China e o resto do mundo. Em seguida, o professor Heiwai Tang analisou a economia chinesa, abordando a escala de mercado, cadeias globais de valor e oportunidades para organizações que atuam no eixo Ásia-Occidente.

No campo tecnológico, o professor Weiming Zhu trouxe reflexões sobre tecnologias emergentes e o impacto da Indústria 5.0, ressaltando a integração entre dados, plataformas digitais e decisões humanas como diferencial competitivo. Também foram discutidos temas como liderança orientada por inteligência artificial, governança digital, ética no uso de dados e criptografia pós-quântica.

A visão institucional foi ampliada com a participação da InvestHK e do OASES, que apresentaram as políticas de atração de empresas estratégicas, destacando segurança jurídica, governança eficiente e ambiente favorável à inovação.

A delegação também realizou visitas técnicas a organizações de referência. Na Alibaba, os participantes conheceram estratégias de inovação digital, comércio eletrônico e expansão global. Na Rollship, o grupo teve contato com um modelo de gestão de supply chain totalmente digitalizado, e no Hong Kong Science & Technology Parks, a pauta foi ESG e o papel da sustentabilidade como motor de inovação e competitividade empresarial.

O presidente da FIEC, Ricardo Cavalcante, destacou a relevância da iniciativa: "A FIEC tem buscado constantemente referências mundiais para inspirar o desenvolvimento industrial e das lideranças do Ceará. Estar aqui é uma oportunidade única de compreender as transformações globais e identificar novas possibilidades de negócios e parcerias para o estado." Mais do que uma agenda acadêmica, o EPIC Hong Kong mostrou que a inovação nasce de ecossistemas estruturados, lideranças preparadas e decisões estratégicas.



5 MANEIRAS TORNAR DA CASA

DE SE MEMBRO BRASIL

A CASA BRASIL é um HUB global de conhecimento, conexões e soluções para o mundo público.

- Aperfeiçoar a liderança brasileira
- Obter uma gestão pública de excelência
- Melhorar o ambiente de negócios no país.

1 Bronze
Ideal para a liderança que deseja **iniciar a sua jornada** de inovação e crescimento, com a ampliação dos seus horizontes, conexões e ideias.

- 1 Mapeamento do **Perfil do Time** e **Lacunas** para crescimento
- 2 Elaboração da **Estratégia** em evento presencial, na sede da CB em SP
- 3 Desenvolvimento de **Oportunidades Âncora** para alavancar o processo de aceleração do crescimento

2 Silver
Ideal para a liderança que deseja avançar e **preparar a equipe de gestão** para a implantação da cultura de inovação e crescimento.

3 Gold
Ideal para a liderança que deseja avançar e **acelerar a implantação de projetos** para inovar e crescer de maneira mais rápida, econômica e assertiva.

4 Platinum
Ideal para a liderança que deseja avançar e implantar sistemas de gestão e governança para **escalar os resultados e construir um legado.**

Entregáveis adicionados ao plano anterior (Bronze, Silver e Gold):

- 4 Definição de **Iniciativas Estratégicas** que geram vitórias rápidas e contribui para futuro
- 5 Engajamento e comprometimento dos principais **Stakeholders** e/ou **Atores do Ecossistema**
- 6 Participação em **Programa de Imersão Global**
- 7 Participação em **Summit Internacional** GIMI Awards (Roma)
- 8 Participação em **Congresso Internacional** Inova Latam (Cartagena)

LIDERANÇA

Entregáveis adicionados ao plano anterior (Bronze):

- 1 Treinamento e Certificação **Innovation Catalyst**
- 2 Treinamento e Certificação **Innovation Professional**
- 3 Treinamento e Certificação **Chief Innovation Officer**
- 4 Treinamento e Certificação **Innovation Foresight Professional**
- 5 Treinamento e Certificação **Innovation Foresight Master**

GESTÃO

Entregáveis adicionados ao plano anterior (Bronze e Silver):

- 1 Acesso a **CB SP, Redes, Times, Comunidades da CB** para Parcerias
- 2 Aceleração da Execução de **Projetos**
- 3 Criação de novas soluções através de **Programas de Inovação Aberta**

INOVAÇÃO

- 4 Contratação de provedores de soluções "plugin" do **Marketplace da CB**
- 5 Roadshow Nacional ou Internacional para **Atração de Investimentos**

GOVERNANÇA & CULTURA

- 1 Implantação do Sistema, Métodos e Ferramentas para **Inovação e Crescimento**
- 2 Certificação da Gestão para Inovação e Crescimento pelo **GIM Institute**
- 3 Criação do Comitê de **Inovação e Crescimento**
- 4 Definição de Métricas para Performance, **Reconhecimento e Recompensa**
- 5 Registro das histórias aprendidas visando o **desenvolvimento contínuo**
- 6 Presença do Membro no Website e Uso do **selo CB**
- 7 Inscrição para concorrer ao **GIMI Awards**
- 8 Espaço para promoção de estudo de caso no evento do **GIMI Awards**
- 9 Inscrição e espaço para promoção de estudo de caso no **InnovaLatam**
- 10 Espaço para informe publicitário na revista **Glocal Insights**

- 9 Participação em 2 **Fóruns Nacionais de líderes** + Benchmarking + Networking (São Paulo)
- 10 Participação em **Série de Palestras Internacionais** online mensal do GIMI Think Tank
- 11 Uso do **Espaço Inovação** da CB em **São Paulo**

- 13 **Descontos e Benefícios** exclusivos para contratação de serviços do Marketplace e dos Parceiros da CB
- 14 **Posicionamento** através da presença no Site da CB, uso da logomarca da CB, acesso a sala de imprensa e publicação Glocal Insights

- 12 Acesso a **Redes** e **Parceiros** nacionais e internacionais, **Times** em mais de 20 países, **Comunidade Global** de inovação formada por Governos, Universidades, Associações, Empresas e Profissionais, com mais de 18.000 membros, para troca de conhecimentos e colaboração



“Nos aliamos à Casa Brasil no intuito de estender aos municípios de São Paulo essa rede única de parceiros e soluções de referência mundial.”

Fred Guidoni
Presidente da Associação Paulista de Municípios (APM)

5 Jump-start

Uma maneira simples de se conectar ao ecossistema da Casa Brasil, acessar recursos e se manter atualizado e inspirado com as melhores práticas globais

Entregáveis:

- 1 1 participação no **Fórum de Líderes** em São Paulo (evento presencial - semestral)
- 2 1 participação na **Série de Palestras Internacionais** do GIMI think tank (virtuais e trimestrais)
- 3 1 participação da **Comunidade da Casa Brasil** (com publicação de conteúdo permanente)
- 4 Acesso ao **marketplace, descontos e benefícios** oferecidos pela Casa Brasil e rede de parceiros globais
- 5 Espaço na **plataforma de comunicação** da Casa Brasil e dos seus parceiros globais

*Todos os eventos internacionais possuem tradução simultânea.

Benefícios-chave:

- 1 **Modelo de baixo risco e alta percepção de valor**, ideal para "experimentar a proposta de valor" da Casa Brasil
- 2 **Formato mais leve, inclusivo e acessível**, com entregáveis claros e tangíveis
- 3 Contribui com a **exposição** e construção da **reputação** de conhecimento, ação e rede de conexão dos seus membros

CONTATO:

+55 11 96225-2254 | contato@casabrasilhub.com
www.casabrasilhub.com

Capital Frontiers

Hong Kong: power and confidence in global capital

By Raquel Rocha



Raquel Rocha is the founder of Lana Access
Raquel Rocha é fundadora da Lana Access

Hong Kong is reaffirming its central role in global capital flows at a time when geopolitical volatility is reshaping priorities. Rising tensions in the Middle East and political uncertainty in the United States have intensified the search for markets that offer institutional stability, deep liquidity, and regulatory clarity. Within this context, Hong Kong stands out for its mature financial architecture, resilient currency, and ability to operate as an efficient, globally connected platform.

Wealth management remains one of the city's defining pillars. Assets under management exceed HK\$ 10 trillion, supported by steady inflows from Asian and Gulf investors. The expansion of sovereign wealth funds and leading family offices since 2025 reflects a sophisticated strategic approach: diversification anchored in transparent governance, predictable regulation, and access to one of the world's most dynamic economic regions.

The recent evolution of Hong Kong's tax framework strengthened this

positioning. Updates to the foreign-sourced income exemption regime and the adoption of global BEPS 2.0 standards modernized the system while preserving the territorial structure that has long reinforced the city's competitiveness. The result is an internationally aligned environment that maintains efficiency without compromising clarity.

At the same time, Hong Kong is accelerating investment in technology, healthcare, and smart infrastructure, broadening its economic base and deepening its role as a center for long term strategic decisions. This combination of financial depth, regulatory sophistication, and forward-looking innovation creates a compelling proposition in an increasingly uncertain global landscape.

Hong Kong is not the world's only safe destination, but it operates as a refined point of balance. For investors with a global perspective, its relevance in the next phase of capital allocation deserves close and thoughtful attention.

Fronteiras do Capital

Hong Kong: poder e confiança no capital global

Por Raquel Rocha

Hong Kong reassume um papel central no mapa do capital internacional em um momento em que a volatilidade geopolítica redefine prioridades. A combinação de tensões no Oriente Médio e incertezas políticas nos Estados Unidos elevou a procura por mercados que ofereçam estabilidade institucional, liquidez robusta e arcabouços regulatórios previsíveis. Nesse contexto, Hong Kong destaca-se pela maturidade financeira, resiliência monetária e capacidade de operar como plataforma global com eficiência incomum.

A gestão de patrimônio permanece como vetor estratégico. Os ativos administrados na cidade ultrapassam HK\$ 10 trilhões, apoiados por entradas consistentes de capital asiático e do Golfo. A ampliação da presença de fundos soberanos e grandes family offices desde 2025 não é casual. Reflete uma leitura sofisticada: diversificação ancorada em governança transparente, estabilidade regulatória e acesso privilegiado a um dos mercados mais dinâmicos do mundo.

No campo fiscal, as atualizações recentes consolidaram alinhamento às normas internacionais sem comprometer o regime territorial que há décadas sustenta a competitividade local. A modernização do enquadramento, incluindo a evolução do regime de rendimento de fonte estrangeira e a adoção das diretrizes globais do BEPS 2.0, elevou a credibilidade externa da praça financeira e ampliou sua previsibilidade jurídica.

Simultaneamente, Hong Kong acelera investimentos estratégicos em tecnologia, saúde e infraestrutura inteligente, reforçando a diversificação econômica e fortalecendo sua posição como centro de decisões de longo alcance. Essa combinação de profundidade financeira, clareza regulatória e ambição tecnológica cria uma proposta rara em um cenário global de incerteza.

Hong Kong não se coloca como único refúgio, mas como um ponto de equilíbrio sofisticado. Para quem pensa capital com visão estratégica, seu papel no novo ciclo global merece atenção redobrada.



Panoramic view of Hong Kong
Vista panorâmica de Hong Kong

AI in the transformation of innovation

By David Chung

In ecosystems where speed and complexity move together, such as Hong Kong, innovation has shifted from being merely a strategic capability to becoming a continuous operational necessity. A global financial center, an emerging technology hub, and a bridge between East and West, Hong Kong represents the ideal environment to observe the evolution of Design Thinking toward its new phase: Design Thinking 3.0, driven by specialized Artificial Intelligence (AI) agents.

Over more than 50 years, Design Thinking has consolidated itself as a user-centered approach to solving complex problems. However, today's challenges - smart cities, fintechs, cross-border logistics, and urban sustainability - are dynamic, data-rich, and highly interconnected.

Design Thinking 1.0, based on post-its, maps, and in-person sessions, remains valuable for fostering creativity and alignment among teams. Design Thinking 3.0, however, emerges to fill this gap by integrating digital infrastructure and AI agents capable of analyzing large volumes of data, identifying emerging patterns, and maintaining living models of users and journeys.

In Hong Kong, where financial institutions, technology startups, and logistics operators coexist in a highly competitive environment, these agents function as innovation partners. They accelerate tasks and expand teams' cognitive capacity, allowing leaders to focus on strategic decisions, ethical judgment, and long-term vision.

This evolution also marks the transition from generic AI tools to specialized agents. Design Thinking 3.0 agents operate as a coordinated innovation workforce, integrated with the organization's strategic objectives. They support everything from defining challenges to developing

prototypes, testing, and implementation, creating a continuous learning cycle.

In this context, leadership assumes a new role. More than adopting technology, it becomes essential to design human-AI hybrid systems capable of scaling empathy, creativity, and decision-making.

Specialized AI agents amplify human creativity. By transforming Design Thinking into a living and continuously evolving system, these technologies usher in a new era of innovation that is faster, smarter, and more aligned with people's real needs.



David Chung is the Founder of InnoEdge Consulting and Co-Founder of DesignThinkers Academy Hong Kong.
David Chung é o fundador da InnoEdge Consulting e cofundador da DesignThinkers Academy Hong Kong



Participants of the Design Thinking with Artificial Intelligence Program at DesignThinkers Academy China
Participantes do programa de Design Thinking com Inteligência Artificial da DesignThinkers Academy China

IA na transformação da inovação

Por David Chung



Em ecossistemas onde velocidade e complexidade caminham juntas, como Hong Kong, a inovação deixou de ser apenas uma capacidade estratégica e passou a ser uma necessidade operacional contínua. Centro financeiro global, hub tecnológico emergente e ponte entre Oriente e Ocidente, Hong Kong representa o ambiente ideal para observar a evolução do Design Thinking rumo à sua nova fase: o Design Thinking 3.0, impulsionado por agentes especializados em Inteligência Artificial (IA).

Ao longo de mais de 50 anos, o Design Thinking consolidou-se como uma abordagem centrada no usuário para resolver problemas complexos. No entanto, os desafios atuais - cidades inteligentes, fintechs, logística transfronteiriça e sustentabilidade urbana - são dinâmicos, ricos em dados e altamente interconectados.

O Design Thinking 1.0, baseado em post-its, mapas e sessões presenciais, continua valioso para estimular criatividade e alinhamento entre equipes. Já o Design Thinking 3.0 surge justamente para preencher essa lacuna, integrando infraestrutura digital e agentes de IA capazes de analisar grandes volumes de dados, identificar padrões emergentes e manter modelos vivos de usuários e jornadas.

Em Hong Kong, onde empresas financeiras, startups de tecnologia e operadores logísticos

convivem em um ambiente altamente competitivo, esses agentes funcionam como parceiros de inovação. Eles aceleram tarefas, ampliam a capacidade cognitiva das equipes, permitindo que líderes foquem em decisões estratégicas, julgamento ético e visão de longo prazo.

Essa evolução também marca a transição de ferramentas genéricas de IA para agentes especializados. Agentes de Design Thinking 3.0 atuam como uma força de trabalho coordenada de inovação, integrada aos objetivos estratégicos da organização. Eles apoiam desde a definição de desafios até o desenvolvimento de protótipos, testes e implementação, criando um ciclo contínuo de aprendizado.

Nesse contexto, a liderança assume um novo papel. Mais do que adotar tecnologia, torna-se essencial projetar sistemas híbridos humano-IA, capazes de escalar empatia, criatividade e tomada de decisão.

Os agentes especializados de IA amplificam a criatividade humana. Ao transformar o Design Thinking em um sistema vivo e continuamente evolutivo, essas tecnologias inauguram uma nova era de inovação mais rápida, mais inteligente e mais alinhada às necessidades reais das pessoas.



Lorena Fernández Chaves is a founding director of Vive Hong Kong, a travel agency focused on Spanish and Portuguese-speaking clients. Lorena Fernández Chaves é diretora fundadora da Vive Hong Kong, agência de viagens voltada a clientes de língua espanhola e portuguesa.

Hong Kong, the bridge between East and West

By Lorena Fernández Chaves

What makes Hong Kong so special? The vibrant energy of an ultramodern metropolis, with iconic skyscrapers and a cinematic skyline, combined with millennia-old traditions pulsing through its streets. Here, time flies amid bustling markets, delicious food and an atmosphere that never sleeps. City and nature live in surprising harmony: from the crowded streets of the financial district to green peaks, hidden beaches and trails – the ideal “urban jungle,” where you breathe fresh air in just minutes!

Don't miss these attractions! Climb to Victoria Peak for an epic panoramic view. Cross Victoria Harbour on the classic Star Ferry and stroll along the Avenue of Stars. In Kowloon, visit the lively Wong Tai Sin Temple (famous for fortune-telling prayers) and the zen peace of Nan Lian Garden with Chi Lin Nunnery. On Lantau, marvel at the Big Buddha and explore the fishing village of Tai O – the perfect contrast to urban intensity. The transportation (ding ding tram, MTR, double-decker buses, local minibuses, ferries, Peak Tram) is efficient, cheap, and an attraction in itself – explore authentically!

In Hong Kong, the best of East and West blend naturally: the British influence in

the colonial buildings and the legal system; the Chinese soul in ancient temples, festivals, and daily philosophy. And the cuisine? Try the classic Cantonese dim sum (har gao, siu mai, char siu bao), the juicy roasted char siu, fresh noodles, and dishes from every corner of the world – global flavors live side by side with Asian tradition. Here, every bite tells the story of a cosmopolitan city.

And Feng Shui? Essential in architecture! Buildings are carefully designed to capture positive chi, bringing prosperity, harmony, and success – the secret behind the city's financial power. Many carry curious nicknames: the Bank of China Tower is known as “One Knife” for its sharp angles (controversial in Feng Shui!); the HSBC Building features “cannons” on top for energy defense; the Lippo Centre is the “Koala Tree”; Jardine House earned its nicknames from its round windows. Discovering these stories and how Feng Shui shapes the skyline is truly fascinating!

Hong Kong is a destination full of opportunities. As one of Asia's main financial hubs, it opens doors to business, innovation, and growth. With determination and vision, dreams become reality here.

Hong Kong, a ponte entre Oriente e Ocidente

Por Lorena Fernández Chaves

O que torna Hong Kong tão especial? A energia vibrante de uma metrópole ultramoderna, com arranha-céus icônicos e um skyline cinematográfico, combinada com tradições milenares que pulsam nas ruas. Aqui, o tempo voa entre mercados agitados, comida deliciosa e uma atmosfera que nunca dorme. Cidade e natureza convivem em equilíbrio surpreendente: das ruas lotadas do centro financeiro aos picos verdes, praias escondidas e trilhas – o “urban jungle” ideal, onde você respira ar fresco em minutos!

Não perca estas atrações! Suba ao Victoria Peak para uma vista panorâmica épica. Cruze a Victoria Harbour no clássico Star Ferry e caminhe pela Avenue of Stars. Em Kowloon, visite o animado templo Wong Tai Sin (famoso por seus pedidos de fortuna) e a paz zen do Jardim Nan Lian com o Convento Chi Lin. Em Lantau, encante-se com o Grande Buda e explore o povoado de pescadores Tai O – contraste perfeito da intensidade urbana. O transporte (Ding Ding Tram, MTR, ônibus double-decker, minibuses locais, ferries e Peak Tram) é eficiente, barato e uma atração em si – explore de forma autêntica.

Em Hong Kong, o melhor do Oriente e do Ocidente se funde naturalmente: a influência britânica nos edifícios coloniais e no sistema legal; a alma chinesa nos templos, festivais e na filosofia diária. E a culinária? Prove o clássico dim sum cantonês (har gao, siu mai, char siu bao), o suculento char siu assado, noodles frescos e pratos de todas as partes do mundo – sabores globais convivem lado a lado com a tradição asiática. Aqui, cada mordida conta a história de uma cidade cosmopolita.

E o Feng Shui? Essencial na arquitetura! Edifícios captam o chi positivo para prosperidade, harmonia e sucesso – segredo do poder financeiro da cidade. Muitos têm nomes curiosos: o Bank

of China Tower é chamado de “Uma Faca” por suas formas angulares (polêmico no Feng Shui!); o HSBC Building tem “canhões” no topo para defesa energética; o Lippo Centre é a “Árvore de Coalas”; o Jardine House ganhou apelidos por suas janelas redondas. Descobrir essas histórias e como o Feng Shui molda o skyline é fascinante!

Hong Kong é um destino cheio de oportunidades. Como um dos principais hubs financeiros da Ásia, oferece portas abertas a negócios, inovação e crescimento. Com determinação e visão, aqui os sonhos viram realidade.



Tian Tan Buddha, or The Big Buddha, is a 112 feet bronze sculpture located on Lantau Island, Hong Kong. Tian Tan Buddha, ou o Grande Buda, é uma estátua de bronze de 34 metros localizada em Lantau, Hong Kong.

Hong Kong *tips* By Lorena Fernández Chaves



Hotels / Hotéis

- Mandarin Oriental
- Regent Hong Kong
- Rosewood Hong Kong
- Four Seasons Hotel Hong Kong
- The Peninsula Hong Kong
- The Langham
- Hopewell Hotel
- The Royal Garden
- Hotel ICON



Museums / Museus

- M+
- Hong Kong Palace Museum
- Hong Kong Museum of Art
- Tai Kwun
- HKMA Information Centre



Restaurants

Restaurantes

- Dim Sum Library
@dimsumlibrary
- Ho Lee Fook
@holeefookhk
- Tim Ho Wan
@timhowan.hk
- Yardbird
@yardbirdyakitori
- Man Mo Dim Sum
@manmodimsum
- Duddell's
@duddellshk
- Terrace Boulud
@terracebouludhk
- Man Wah
@manwah_hk
- Mono
@monorestaurant
- La Rambla
@_la_rambla_
- El Taquero
@eltaquerohk
- The Grand Patagonia
@thepatagoniasteak
- Chullschick
@chullschickhk
- Bakehouse
@bakehousehk

- Bar Leone
@barleonehk
- Terrible Baby
@terriblebaby



Not to miss Para não perder

- Victoria Peak
- Avenue of Stars
- Wong Tai Sin Temple
- Nan Lian Garden
- Chi Lin Nunnery
- Mongkok Markets
- Central District
- Mid-levels Escalators
- Lee Tung Avenue
- Tian Tan Buddha
- Ngong Ping Cable Car
- Star Ferry
- Peak Tram
- Ding Ding Tram

EPIC

WOMEN ENTREPRENEURS 2026

Boston – EUA
14 a 18 de Setembro

Esse programa foi desenhado para lideranças femininas que enfrentam simultaneamente os desafios universais de adaptação a cenários incertos e barreiras estruturais específicas que exigem repertório ampliado, redes de alto nível e exposição a referências globais, acelerando não apenas a capacidade individual de liderança, mas também gerando o impacto sistêmico.

- Ecosistemas de Inovação
- Internacionalização
- Novas Tecnologias e Digitalização
- Estratégia e Liderança



	SEG	TER	QUA	QUI	SEX
MANHÃ (ACTION-LEARNING)					
LUNCH BREAK					
TARDE (BENCHMARKING E NETWORKING)					
BREAK					
NOITE (EXPERIÊNCIA CULTURAL)					

Público alvo:
Gestoras públicas, líderes de ecossistemas e empreendedoras

Certificação:
Emitida pela Global Innovation Management Institute (GIMI)

Realizador:

Parceiros Globais:

Parceiros Nacionais:





Central Yards, by Henderson Land, will transform the New Central Harbourfront into an icon of sustainability and energy efficiency, redefining Hong Kong's urban future
 Central Yards, da Henderson Land, irá transformar o New Central Harbourfront em um ícone de sustentabilidade e eficiência energética, redefinindo o futuro urbano de Hong Kong

Role of Hong Kong in the green economy

The green economy is becoming one of the main pillars of Hong Kong's economic growth. With the growing global demand for ecological solutions and a more conscious approach to environmental impact, government and local companies are driving investments in sustainable technologies. The city is positioning itself as a financial and technological center focused on the transition to a low-carbon economy, integrating environmental practices into its development model.

One of the central pillars is green financing. The Hong Kong government has issued around HK\$240 billion (approx. US\$31 billion) in green bonds since 2019 through the Government Sustainable Bond Programme (GSBP), becoming one of the largest sovereign issuers of green bonds in Asia. These resources are directed to renewable energy, energy efficiency, green buildings, sanitation, and waste management projects, aligned with the HKMA sustainable finance taxonomy, which classifies what can be considered green investment.

Hong Kong is also investing in renewable energy, electric mobility, and low-carbon solutions, with decarbonization targets

that include peak emissions before 2030 and net neutrality by 2050. Local companies are increasingly aligned with these principles, taking advantage of growing environmental awareness and regulatory pressure to innovate in areas such as carbon certification, waste management, and smart cities.

The Hong Kong Monetary Authority launched initiatives such as the Green and Sustainable Finance Grant Scheme, which subsidizes the issuance of green and sustainable bonds, encouraging companies to adopt ESG practices. In addition, Hong Kong Exchanges and Clearing has required greater transparency in climate and sustainability reporting, aligning with international standards and increasing the city's attractiveness to institutional investors focused on environmental and social impact. This regulatory environment strengthens Hong Kong's credibility as one of the main global green finance centers.

By integrating green finance, decarbonization, and environmental innovation into its growth, Hong Kong is consolidating itself as a hub for sustainable investments in Asia, generating new sectors, jobs, and economic opportunities anchored in the green economy.

Papel de Hong Kong na economia verde

A economia verde está se tornando um dos principais pilares do crescimento econômico de Hong Kong. Com a crescente demanda global por soluções ecológicas e uma abordagem mais consciente sobre o impacto ambiental, governo e empresas locais estão impulsionando investimentos em tecnologias sustentáveis. A cidade está se posicionando como um centro financeiro e tecnológico voltado para a transição para uma economia de baixo carbono, integrando práticas ambientais ao seu modelo de desenvolvimento.

Um dos eixos centrais é o financiamento verde. O governo de Hong Kong emitiu cerca de HK\$ 240 bilhões (aprox. US\$31 bilhões) em títulos verdes desde 2019, por meio do Programa de Títulos Sustentáveis (GSBP), tornando-se um dos maiores emissores soberanos de "green bonds" na Ásia. Esses recursos são direcionados a projetos de energia renovável, eficiência energética, edifícios verdes, saneamento e gestão de resíduos, alinhados à taxonomia de finanças sustentáveis da HKMA, que classifica o que pode ser considerado investimento verde.

Hong Kong está também investindo em energia renovável, mobilidade elétrica e soluções de baixo carbono, com metas de descarbonização que incluem o pico de emissões



Hong Kong is one of the largest issuers of green bonds in Asia
 Hong Kong é um dos maiores emissores de green bonds na Ásia

antes de 2030 e neutralidade líquida até 2050. Empresas locais estão cada vez mais alinhadas com esses princípios, aproveitando a crescente conscientização ambiental e a pressão regulatória para inovar em áreas como certificação de carbono, gestão de resíduos e cidades inteligentes.

A Hong Kong Monetary Authority lançou iniciativas como o Green and Sustainable Finance Grant Scheme, que subsidia a emissão de títulos verdes e sustentáveis, incentivando empresas a adotarem práticas ESG. Além disso, a Hong Kong Exchanges and Clearing tem exigido maior transparência em relatórios climáticos e de sustentabilidade, alinhando-se a padrões internacionais e ampliando a atratividade da cidade para investidores institucionais focados em impacto ambiental e social. Esse ambiente regulatório fortalece a credibilidade de Hong Kong como um dos principais centros globais de finanças verdes.

Ao integrar finanças verdes, descarbonização e inovação ambiental ao seu crescimento, Hong Kong está se consolidando como um hub de investimentos sustentáveis na Ásia, gerando novos setores, empregos e oportunidades econômicas ancoradas na economia verde.

Digital government in Hong Kong gains scale and efficiency

Hong Kong's public sector is reinventing itself through digitalization, transforming bureaucracy into intelligent, citizen-oriented services. The city is redesigning the relationship between government and the population through integrated platforms, digital identity, and artificial intelligence, resulting in a more agile, transparent, and user-centered state.

One of the pillars of this transformation is the advancement of e-government. The Hong Kong government has expanded the use of single portals, such as the "iAM Smart" system, which acts as a gateway to various online public services. Issuance of documents, payment of fees, scheduling, and license inquiries are now taking place in the digital environment, with greater integration between

departments and less administrative rework.

Another milestone is the development of a digital identity system. The government works with the concept of "personal digital identity," linked to "iAM Smart," and is developing a CorpID for companies, enabling secure authentication, digital signatures, and pre-filled forms. This structure allows citizens and organizations to submit data only once, reducing duplication of records and improving security against fraud.

Artificial intelligence is also being incorporated to optimize internal processes. The government created the AI Efficacy Enhancement Team and an "AI+" agenda, with applications that include automatic form analysis, request triage, pre-approval of visas and licenses, and detection of fraud patterns, reducing waiting times and allowing public servants to focus on higher-value tasks.

In addition, smart city initiatives reinforce transparency and participation. The city's Smart City Blueprint plan includes open data portals, real-time public indicators, and digital consultations to engage society in decision-making. This openness brings the government closer to the population and supports data-driven decision-making, which is essential in a dense and urbanized metropolis.

By combining digital identity, AI, integrated services, and open data, Hong Kong positions itself as a model of digital governance in the public sector, using technology to make the state closer to citizens, more efficient, and more responsive. In a global scenario where government digitalization is imperative, Hong Kong emerges as a benchmark of best practices that can inspire other regions.

Governo digital em Hong Kong ganha escala e eficiência

O setor público de Hong Kong está se reinventando a partir da digitalização, transformando a burocracia em serviços inteligentes e orientados ao cidadão. A cidade está redesenhando a relação entre governo e população por meio de plataformas integradas, identidade digital e inteligência artificial, resultando em um Estado mais ágil, transparente e centrado no usuário.

Um dos pilares dessa transformação é o avanço do e-government. O governo de Hong Kong ampliou o uso de portais únicos, como o sistema "iAM Smart", que atua como porta de entrada para diversos serviços públicos online. Emissão de documentos, pagamentos de taxas, agendamentos e consultas de licenças passam a ocorrer no ambiente digital, com maior integração entre departamentos e menos retrabalho administrativo.

Outro marco é a construção de um sistema de identidade digital. O governo trabalha com a noção de "personal digital identity", ligada ao "iAM Smart", e desenvolve um CorpID para empresas, permitindo autenticação segura, assinatura digital e pré-preenchimento de formulários. Essa estrutura permite que cidadãos e organizações enviem dados uma única vez, reduzindo duplicidade de cadastros e melhorando a segurança contra fraudes.

A inteligência artificial também está sendo incorporada para otimizar processos internos. O governo criou o AI Efficacy Enhancement Team e uma agenda "AI+", com aplicações que incluem análise automática de formulários, triagem de pedidos, pré-aprovação de vistos e licenças e detecção de padrões de fraude, reduzindo o tempo de espera e permitindo que servidores se concentrem em tarefas de maior valor.

Além disso, iniciativas de smart city reforçam a transparência e a participação. O plano de Smart City Blueprint da cidade inclui portais de dados abertos, indicadores públicos em tempo real e consultas digitais para envolver a sociedade nas decisões. Essa abertura aproxima o governo da população e apoia a decisão baseada em dados, algo essencial em uma metrópole densa e urbanizada.

Ao combinar identidade digital, IA, serviços integrados e dados abertos, Hong Kong se posiciona como modelo de governança digital no setor público, utilizando a tecnologia para tornar o Estado mais próximo do cidadão, mais eficiente e mais responsivo. Em um cenário global em que a digitalização do governo é imperativa, Hong Kong surge como referencial de boas práticas que pode inspirar outras regiões.



iAM Smart, a gateway system for various online public services in Hong Kong

iAM Smart, sistema porta de entrada para diversos serviços públicos online em Hong Kong



Tony Wong, Commissioner for Digital Policy, a branch of the Hong Kong government in charge of regulation of technology
Tony Wong, Comissário para a Política Digital, um ramo do governo de Hong Kong responsável pela regulamentação da tecnologia

The future of education will not be about content. It will be about discernment

By Manuel Mendes

In a world where artificial intelligence answers in seconds what once took years to learn, competitive advantage no longer lies in access to knowledge — it lies in the ability to interpret, question, and apply knowledge in real contexts.

This is not a hypothesis. It is something we have been testing and evolving for four years now. Go Global, a Boston Innovation Gateway program, has been applied as the capstone of the Master in International Business at University of Miami, connecting students to real companies with concrete international expansion challenges. With each edition, the program evolves — incorporating more technology, greater methodological rigor, and, above all, closer alignment with market reality.

The main point is simple, yet profound: students do not learn about strategy — they build strategy. They do not analyze companies — but work for them. They do not simulate decisions — they make decisions with real consequences. Learning stops being theoretical and becomes a direct function of responsibility.

In this context, “learn by doing” stops being a differentiator and becomes a requirement. Because critical thinking is not born from explanation. It is born from the friction between hypothesis and reality.

Artificial intelligence (AI) enters as an accelerator of this process. Today, students use AI to generate hypotheses, structure analyses, explore markets, and test paths at a speed previously unimaginable. This raises the average quality of deliverables. But at the same time, it creates a new demand: discernment. The more powerful the tool, the greater the risk of superficial answers appearing profound.

This is where traditional education begins to become obsolete. Not because it teaches incorrectly, but because it teaches in isolation from application. And in a world with AI, isolated knowledge loses value quickly.

For organizations, the implication is direct. The challenge is no longer training people to execute defined processes. It is developing people capable of navigating ambiguity, connecting dots, and transforming information into decisions. Soft skills stop being “complementary” and become structural — communication, collaboration, adaptability, and the ability to learn continuously.

The question that remains is not about the future of education. It is about the present of your organization. Are you developing people to repeat what already works — or to build what does not yet exist? Because transformation does not begin with technology. It begins with the decision to learn differently.



Manuel Mendes is a co-founder of the Boston Innovation Gateway and a board member of the Global Innovation Management Institute, based in Cambridge, Massachusetts. Manuel Mendes é cofundador do Boston Innovation Gateway e membro do conselho do Global Innovation Management Institute, com sede em Cambridge, Massachusetts.

O futuro da educação não será sobre conteúdo. Será sobre discernimento

Por Manuel Mendes

Em um mundo onde a inteligência artificial responde em segundos aquilo que antes levava anos para ser aprendido, a vantagem competitiva deixa de estar no acesso ao conhecimento — e passa a residir na capacidade de interpretar, questionar e aplicar conhecimento em contextos reais.

Essa não é uma hipótese. É algo que já estamos testando e evoluindo há quatro anos. O Go Global, programa da Boston Innovation Gateway, vem sendo aplicado como capstone do Master em International Business da Universidade de Miami, conectando alunos a empresas reais com desafios concretos de expansão internacional. A cada edição, o programa evolui — incorporando mais tecnologia, mais rigor metodológico e, principalmente, mais proximidade com a realidade do mercado.

O ponto central é simples, mas profundo: alunos não aprendem sobre estratégia — eles constroem estratégia. Não analisam empresas — trabalham para elas. Não simulam decisões — tomam decisões com consequências reais. O aprendizado deixa de ser teórico e passa a ser uma função direta da responsabilidade.

Nesse contexto, o “learn by doing” deixa de ser diferencial e passa a ser requisito. Porque o pensamento crítico não nasce da explicação. Ele nasce da fricção entre hipótese e realidade.

A inteligência artificial (IA) entra como acelerador desse processo. Hoje, os alunos utilizam

IA para gerar hipóteses, estruturar análises, explorar mercados e testar caminhos com uma velocidade antes impensável. Isso eleva o nível médio das entregas. Mas, ao mesmo tempo, cria uma nova exigência: discernimento. Quanto mais poderosa a ferramenta, maior o risco de respostas superficiais parecerem profundas.

É aqui que a educação tradicional começa a ficar obsoleta. Não porque ensina errado, mas porque ensina isolado da aplicação. E, em um mundo com IA, conhecimento isolado perde valor rapidamente.

Para as organizações, a implicação é direta. O desafio não é mais treinar pessoas para executar processos definidos. É formar pessoas capazes de navegar ambiguidade, conectar pontos e transformar informação em decisão. Soft skills deixam de ser “complementares” e passam a ser estruturais — comunicação, colaboração, adaptabilidade e capacidade de aprender continuamente.

A pergunta que fica não é sobre o futuro da educação. É sobre o presente da sua organização. Você está formando pessoas para repetir o que já funciona — ou para construir o que ainda não existe? Porque a transformação não começa com tecnologia. Começa com a decisão de aprender de forma diferente.



Students from the University of Miami during the Go Global program. Alunos da Universidade de Miami durante o programa Go Global.

Brazilian companies bet on the American market

By Mitale Sampaio



Mitale Sampaio is a Lawyer specializing in Tax Law, Director of the Minas Gerais Institute of Tax Law, Author, and Advisor on International Tax Policy

Mitale Sampaio é advogada especialista em Direito Tributário, Diretora do Instituto Mineiro de Direito Tributário, autora e conselheira de política tributária internacional

The internationalization of Brazilian companies in the United States has moved beyond an occasional movement and has become a consistent strategy for growth, revenue diversification, and increased market value. Entering the world's largest consumer market, with access to capital in a strong currency, a scalable B2B market, and highly technological ecosystems (Silicon Valley, Austin, and Miami), in addition to a stable regulatory environment, has become not only an opportunity but, in many cases, an essential driver of global competitiveness and capital protection.

Internationalization requires planning and coordination between the Brazilian and American tax systems. States such as Florida, Texas, and Delaware compete aggressively with state tax incentives (including zero state income tax in some cases), and low bureaucracy for company formation, with fast and digital processes.

The choice of legal structure in the United States: LLC (Limited Liability Company), or C-Corporation (C-Corp), is the most sensitive element of tax planning, and must consider not only the tax burden, but also growth strategy, fundraising, and governance.

The American environment is marked by active fiscal policies, such as tax

credits for innovation, technology, and job creation, exemptions or reductions in state taxes, subsidies and regional grants, and Opportunity Zones, with tax benefits for specific investments. These incentives vary significantly by state and should be considered when defining the location of operations.

Sectors with the greatest expansion potential include: technology (especially SaaS and artificial intelligence), exportable B2B services, fintechs, healthtechs, and international e-commerce. The strategic combination through hybrid models — operations in Brazil with legal presence in the United States — has proven particularly efficient, allowing cost arbitrage and access to the American market.

From a legal standpoint, internationalization requires continuous governance: compliance, regulatory monitoring, and risk management with a consistent structure and international standards.

The entry of Brazilian companies into the American market represents a relevant strategic opportunity and requires precise technical execution to build an efficient, scalable, and legally sustainable structure. In a competitive global environment, planning ceases to be a differentiator and becomes a basic requirement for consistent growth and value creation.

Empresas brasileiras apostam no mercado americano

Por Mitale Sampaio



Downtown Miami Skyline, USA
Vista panorâmica do centro de Miami, EUA

A internacionalização de empresas brasileiras para os Estados Unidos deixou de ser um movimento pontual e passou a representar uma estratégia consistente de crescimento, diversificação de receita e aumento de valor de mercado. Inserir-se no maior mercado consumidor do mundo, com acesso a capital em moeda forte, mercado B2B escalável e ecossistemas altamente tecnológicos (Silicon Valley, Austin e Miami), além de um ambiente regulatório estável, tornou-se não apenas uma oportunidade, mas, em muitos casos, um vetor essencial de competitividade global e proteção de capital.

A internacionalização exige planejamento e coordenação entre os sistemas fiscais brasileiro e americano. Estados como Flórida, Texas e Delaware competem agressivamente com incentivos fiscais estaduais (inclusive zero state income tax em alguns casos), e baixa burocracia na abertura de empresas com processos rápidos e digitais.

A escolha da estrutura jurídica nos Estados Unidos: LLC (Limited Liability Company), ou C-Corporation (C-Corp) é o elemento mais sensível do planejamento tributário, e deve considerar não apenas a carga tributária, mas também a estratégia de crescimento, captação de recursos e governança.

O ambiente americano é marcado por políticas fiscais ativas, como créditos fiscais para inovação, tecnologia e geração de

empregos, isenções ou reduções de impostos estaduais, subsídios e grants regionais, e Opportunity Zones, com benefícios fiscais para investimentos específicos. Esses incentivos variam significativamente por estado e devem ser considerados na definição do local de operação.

Os setores com maior potencial de expansão incluem: tecnologia (especialmente SaaS e inteligência artificial), serviços B2B exportáveis, fintechs, healthtechs e E-commerce internacional. A combinação estratégica por modelos híbridos - operação no Brasil com presença jurídica nos Estados Unidos — tem se mostrado particularmente eficiente, permitindo arbitragem de custos e acesso ao mercado americano.

Do ponto de vista legal, a internacionalização exige governança contínua: compliance, monitoramento regulatório e gestão de riscos com estrutura consistente e padrões internacionais.

A entrada de empresas brasileiras no mercado americano representa uma oportunidade estratégica relevante e exige execução técnica precisa para construção de uma estrutura eficiente, escalável e juridicamente sustentável. Em um ambiente global competitivo, o planejamento deixa de ser diferencial e se torna requisito básico de crescimento consistente e geração de valor.

Rio de Janeiro recebe o GIMI Innovation Awards 2025

O Rio de Janeiro reafirmou sua vocação como ponte entre o Brasil e as principais tendências do mercado externo, onde a Casa Firjan, em Botafogo, foi o cenário do GIMI Innovation Awards 2025, premiação promovida pelo Global Innovation Management Institute (GIMI) que, pela primeira vez em sua história, teve uma cerimônia realizada na América do Sul. O evento não foi apenas uma celebração de troféus, mas um exercício prático de internacionalização e troca de conhecimento.

Correalizado pelo Instituto Euvaldo Lodi (IEL), com o apoio da Firjan, o prêmio reuniu lideranças de diversos continentes para reconhecer iniciativas que transformam ideias em impacto real. Durante a cerimônia, Hitendra Patel, CEO do GIMI, enfatizou a importância da "mentalidade de oportunidade". Para o especialista, inovar exige coragem para questionar regras estabelecidas e enxergar além dos riscos — uma visão que ressoa diretamente com o dinamismo necessário para navegar no ambiente global de investimentos e comércio.

O protagonismo brasileiro foi um dos grandes destaques da noite. Instituições como a

CEJAM, premiada por projetos de saúde no Rio de Janeiro, e a startup Sparring, vencedora em sua categoria, demonstraram que as soluções locais brasileiras possuem maturidade para competir em escala mundial. Outro momento divisor de águas foi a assinatura do Memorando de Entendimento entre o IEL e o GIMI. A parceria visa institucionalizar padrões globais de gestão da inovação no Brasil, facilitando o intercâmbio de metodologias e fortalecendo a competitividade da indústria nacional.

O GIMI Awards no Rio serviu como um retrato simbólico de um mundo interdependente. Ao conectar o dinamismo de ecossistemas internacionais com os desafios e talentos do território fluminense, o evento provou que a internacionalização já não é um luxo acessório, mas uma condição de sobrevivência e protagonismo. Como bem destacado nos debates daquela semana, construir pontes entre culturas e mercados é o diferencial competitivo que definirá as lideranças das próximas décadas.

Rio de Janeiro hosts the GIMI Innovation Awards 2025



Rio de Janeiro reaffirmed its role as a bridge between Brazil and the leading trends in the global market, as Casa Firjan, in Botafogo, hosted the GIMI Innovation Awards 2025. The awards ceremony, organized by the Global Innovation Management Institute (GIMI), was held in South America for the first time in its history. The event was not merely a celebration of trophies, but a practical exercise in internationalization and knowledge exchange.

Co-organized by the Instituto Euvaldo Lodi (IEL), with the support of Firjan, the award brought together leaders from different continents to recognize initiatives that transform ideas into real impact. During the ceremony, Hitendra Patel, CEO of GIMI, emphasized the importance of an "opportunity mindset." For the expert, innovation requires the courage to question established rules and to see beyond risks — a perspective that directly resonates with the dynamism needed to navigate the global environment of investments and trade.

Brazilian prominence was one of the highlights of the evening. Institutions such

as CEJAM, awarded for healthcare projects in Rio de Janeiro, and the startup Sparring, winner in its category, demonstrated that local Brazilian solutions have the maturity to compete on a global scale. Another landmark moment was the signing of the Memorandum of Understanding between IEL and GIMI. The partnership aims to institutionalize global standards of innovation management in Brazil, facilitating the exchange of methodologies and strengthening the competitiveness of the national industry.

The GIMI Awards in Rio served as a symbolic portrait of an interdependent world. By connecting the dynamism of international ecosystems with the challenges and talents of the state of Rio de Janeiro, the event proved that internationalization is no longer an optional luxury but a condition for survival and leadership. As highlighted in the discussions that week, building bridges between cultures and markets is the competitive advantage that will define leadership in the decades to come.

Panel "Making Innovation Real in Complex Organizations", led by Mariam Tahiri, Denny Carion, and Valdir Assis, and moderated by Adi Alon, during the GIMI Innovation Awards 2025

Painel "Tornando a Inovação Real em Organizações Complexas", liderado por Mariam Tahiri, Denny Carion e Valdir Assis, e moderado por Adi Alon, durante o GIMI Innovation Awards 2025

Scaling purpose: Guatemala's path to global impact

By María José Paiz

Internationalization, once defined by market expansion, is increasingly being reframed through the lens of impact. For organisations in emerging economies, the question is no longer whether to scale, but how to do so without diluting purpose. Fundación Bi offers a case study in this transition, showing how locally rooted initiatives can evolve into regionally relevant platforms.

I find myself in the center of all this, with my leadership reflecting a shift in how corporate-backed foundations operate. With experience across financial institutions and social programmes, I present a hybrid profile: part strategist, part social architect. Since assuming leadership, my focus has been on transforming dispersed initiatives into a coherent system—one that connects efforts, aligns priorities, and ensures sustainability over time.

This system is built on pillars addressing structural constraints. Through our entrepreneurship initiatives, we support the formalisation and scaling of small businesses by linking them to global methodologies and networks. Our innovation programmes help close technological and educational gaps, while the growth initiatives address social conditions - health, mobility, and community resilience - that underpin economic participation.

What defines our approach is not the breadth of interventions, but their integration. I see volunteering as a lever for alignment, financial education as essential infrastructure for inclusion, and fundraising as a strategic function that ensures continuity. Communication strengthens accountability locally while building visibility globally.

Through this model, we move beyond traditional notions of scale. By embedding international standards into programme

design, we position Fundación Bi within a broader ecosystem of development actors. Partnerships extend our reach and connect local initiatives to global agendas.

For me, internationalization is not about footprint, but relevance. It is about translating local knowledge into scalable solutions while integrating external expertise without losing context. The challenge ahead is not only to grow, but to institutionalise - because scaling impact is ultimately about coherence.



María José Paiz is the Executive Director of Fundación Bi, leading initiatives focused on entrepreneurship, innovation, and social development in Guatemala.

María José Paiz é Diretora Executiva da Fundación Bi, liderando iniciativas focadas em empreendedorismo, inovação e desenvolvimento social na Guatemala.



Funcación Bi promotes innovative social actions to generate opportunities and development in Guatemala.
A Funcación Bi promove ações sociais inovadoras para gerar oportunidades e desenvolvimento na Guatemala.

Escalando propósito: o caminho da Guatemala para o impacto global



Por María José Paiz

A internacionalização, antes definida pela expansão de mercado, está sendo cada vez mais reinterpretada sob a perspectiva do impacto. Para organizações em economias emergentes, a questão já não se trata mais de se devem escalar, mas de como fazê-lo sem diluir o propósito. A Fundación Bi oferece um estudo de caso nessa transição, mostrando como iniciativas com raízes locais podem evoluir para plataformas regionalmente relevantes.

Eu me encontro no centro de tudo isso, com minha liderança refletindo uma mudança na forma como fundações apoiadas por empresas operam. Com experiência em instituições financeiras e programas sociais, apresento um perfil híbrido: parte estrategista, parte arquiteta social. Desde que assumi a liderança, meu foco tem sido transformar iniciativas dispersas em um sistema coerente — um sistema que conecta esforços, alinha prioridades e garante sustentabilidade ao longo do tempo.

Esse sistema é construído sobre pilares que abordam limitações estruturais. Por meio de nossas iniciativas de empreendedorismo, apoiamos a formalização e o crescimento de pequenos negócios, conectando-os a metodologias e redes globais. Nossos programas de inovação ajudam a reduzir lacunas tecnológicas e educacionais, enquanto as iniciativas de

crescimento abordam condições sociais — saúde, mobilidade e resiliência comunitária — que sustentam a participação econômica.

O que define nossa abordagem não é a amplitude das intervenções, mas sua integração. Vejo o voluntariado como uma alavanca de alinhamento, a educação financeira como infraestrutura essencial para a inclusão e a captação de recursos como uma função estratégica que garante continuidade. A comunicação fortalece a prestação de contas localmente, ao mesmo tempo em que constrói visibilidade globalmente.

Por meio desse modelo, avançamos além das noções tradicionais de escala. Ao incorporar padrões internacionais no desenho dos programas, posicionamos a Fundación Bi dentro de um ecossistema mais amplo de atores de desenvolvimento. As parcerias ampliam nosso alcance e conectam iniciativas locais a agendas globais.

Para mim, a internacionalização não se trata de presença, mas de relevância. Trata-se de traduzir conhecimento local em soluções escaláveis, ao mesmo tempo em que integramos expertise externa sem perder o contexto. O desafio à frente não é apenas crescer, mas institucionalizar — porque escalar impacto é, em última análise, uma questão de coerência.



Hayman-Woodward (HW) has been working in global mobility for 30 years, assisting people with immigration processes
Hayman-Woodward (HW) atua há 30 anos na mobilidade global, ajudando pessoas em processos de imigração

Internationalization and the global mobility of Brazilians

By Fernanda Baggio

Even amid the current global instability, Brazil's foreign trade has grown above average, reaching US\$ 629.1 billion in 2025, with US\$ 348.7 billion in exports, a historic record. The numbers indicate that selling abroad not only remains attractive but, more than ever, has become part of the strategy of national companies.

The movement, however, is no longer limited to exports. Internationalization is also gaining momentum and signaling an important shift: from occasional presence in other markets, Brazilian companies are now seeking permanent and structured participation in global value chains. These businesses are also increasingly open to exploring less traditional territories and understanding different consumer profiles, whether due to restrictions and tariff increases in consolidated destinations such as the United States, or due to an appetite for international diversification.

Attentive to this trend, HAYMAN-WOODWARD (HW), which has operated for 30 years in the global mobility sector, helping individuals through immigration processes, has just launched its corporate arm. Internationalization necessarily involves

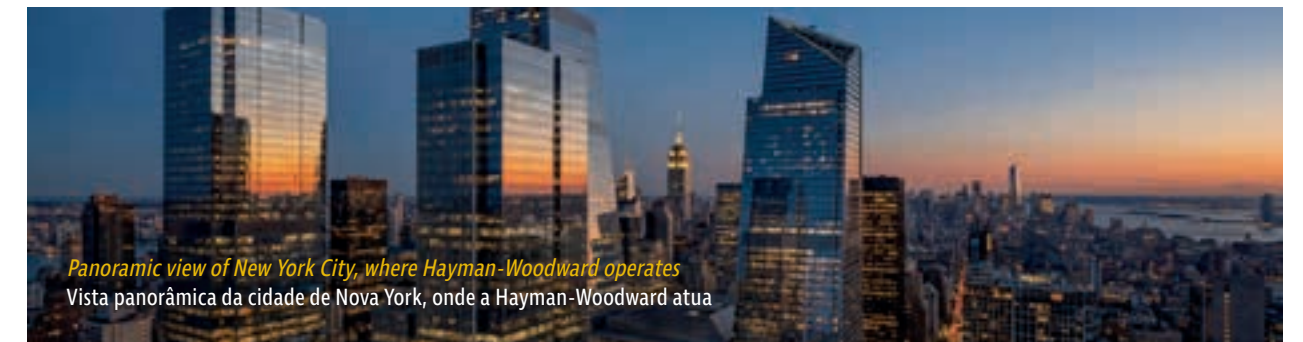
transferring executives between countries, and HW is now beginning to serve companies that see this movement as essential to their growth.

By presenting to the market a true one-stop-shop platform for global expansion, the company addresses one of the main pain points for businesses: dealing with multiple vendors in a process that is often complex and bureaucratic. At HW, the client's entire challenge is handled - from visas and tax and regulatory matters to relocation of the executive and their family in the destination country.

I closely follow all changes in migration policies in the United States and Europe, and although stricter measures - both within the Donald Trump administration and the European Union, which approved a new migration regulatory framework in 2024 - impose new challenges, the global scenario still offers many opportunities for companies that invest in talent mobility for internationalization. The fact is that the more complex the migration landscape becomes, the more strategic executive transfers are. A successful process necessarily involves structuring these movements with planning, regulatory knowledge, and a global vision.

Internacionalização e a mobilidade global de brasileiros

Por Fernanda Baggio



Panoramic view of New York City, where Hayman-Woodward operates
Vista panorâmica da cidade de Nova York, onde a Hayman-Woodward atua

Mesmo no atual cenário de instabilidade global, o comércio exterior do Brasil tem crescido acima da média, alcançando US\$ 629,1 bilhões em 2025, sendo US\$ 348,7 bilhões em exportações, um recorde histórico. Os números indicam que vender para fora não apenas segue sendo atrativo, mas, mais do que nunca, é parte da estratégia das empresas nacionais.

O movimento, no entanto, já não se restringe às exportações. A internacionalização também ganha força e sinaliza uma importante mudança: de presença pontual em outros mercados, as companhias brasileiras buscam, agora, atuação permanente e estruturada em cadeias globais de valor. Esses negócios também estão cada vez mais abertos a experimentar territórios menos explorados e a conhecer outros perfis de consumidores, seja devido às restrições e aumentos de tarifas em destinos consolidados, como os EUA, seja por apetite por diversificação internacional.

Atenta a essa tendência, a HAYMAN-WOODWARD (HW), que há 30 anos atua na área de mobilidade global ajudando pessoas em processos de imigração, acaba de lançar seu braço corporativo. Internacionalização passa, necessariamente, por transferência de executivos entre países e a HW começa, agora,

a atender empresas que veem esse movimento como essencial para o seu crescimento.

Ao apresentar ao mercado uma verdadeira plataforma one stop shop para expansão global. Sabendo que uma das principais dores das companhias é ter que lidar com diversos fornecedores nesse processo que costuma ser complexo e burocrático. Na HW, o problema completo dos clientes é resolvido - desde vistos e questões fiscais e regulatórias até residência do executivo e sua família no país de destino.

Acompanho de perto todas as mudanças nas políticas migratórias nos Estados Unidos e na Europa, e ainda que o endurecimento de medidas - tanto no âmbito do governo Donald Trump como da União Europeia, que, em 2024 aprovou um novo marco regulatório para migração, - imponha novos desafios, o cenário global ainda oferece muitas oportunidades para empresas que apostam na mobilidade de talentos para internacionalização. O fato é que quanto mais complexo fica o cenário migratório, mais estratégica se torna a transferência executiva. Um processo exitoso passa, necessariamente, por estruturar esses movimentos com planejamento, conhecimento regulatório e visão global.

The invisible wealth of Latin America

By Lorena Califa

Latin America is often interpreted as a homogeneous bloc, unified by language and certain cultural similarities. However, it is a complex mixture of histories, geographies, and cultures that coexist in tension. Snow-capped mountains by the sea, deserts, jungles, mountain ranges, and a biological and cultural diversity that shapes how people live and consume.

It is precisely within this complexity that a mistaken reading of the market emerges. Many companies start from an implicit hypothesis: that what works in one country can be replicated in another without adjustments. In practice, this rarely holds. At a macro level, markets may appear similar, but it is at the micro level that adoption is defined.

This becomes evident in the real use of products. Solutions designed under ideal conditions do not always correspond to the consumer's everyday habits. When the product confronts reality, the experience changes, and the promise loses consistency.

The problem is not technical; it is one of understanding. It is not about creating a different product for each country, but about

understanding the context and adjusting how value is communicated and positioned.

Differences are also cultural. The same proposition can be perceived in opposite ways depending on local codes. What in one context represents care may, in another, generate rejection. Language, aesthetics, and meaning change how consumers interpret an offering.

Moreover, differences are not limited to countries: they also exist within them. Distinct segments respond to different narratives, habits, and aspirations, which directly impact how a brand should be built. The error is not in the strategy; it is in the insights. Analyzing the region based on aggregated data prevents capturing what truly drives demand.

Growing in Latin America requires a deep understanding of the consumer in their real context: observing how they live, how they decide, and how they integrate the product into their lives. Expansion is not an exercise in replication; it is an exercise in translation. Translating value so that it makes sense in each environment. The difference between growing or not in the region is not in the product, but in the capacity to understand.

A riqueza invisível da América Latina

Por Lorena Califa



A América Latina costuma ser interpretada como um bloco homogêneo, unificado pelo idioma e por certas semelhanças culturais. No entanto, é uma mistura complexa de histórias, geografias e culturas que convivem em tensão. Nevados diante do mar, desertos, selvas, cordilheiras e uma diversidade biológica e cultural que molda a forma como as pessoas vivem e consomem.

É precisamente nessa complexidade que surge uma leitura equivocada do mercado. Muitas empresas partem de uma hipótese implícita: de que o que funciona em um país pode ser replicado em outro sem ajustes. Na prática, isso raramente se sustenta. Em nível macro, os mercados podem parecer semelhantes, mas é no nível micro que se define a adoção.

Isso se torna evidente no uso real dos produtos. Soluções projetadas sob condições ideais nem sempre correspondem aos hábitos cotidianos do consumidor. Quando o produto se confronta com a realidade, a experiência muda e a promessa perde consistência.

O problema não é técnico, é de entendimento. Não se trata de criar um produto diferente para cada país, mas de compreender o contexto e ajustar a forma como o valor é comunicado e posicionado.

As diferenças também são culturais. Uma mesma proposta pode ser percebida de formas opostas dependendo dos códigos locais. O que em um contexto representa cuidado, em outro pode gerar rejeição. A linguagem, a estética e o significado mudam a forma como o consumidor interpreta uma oferta.

Além disso, as diferenças não se limitam aos países: também existem dentro deles. Segmentos distintos respondem a narrativas, hábitos e aspirações diferentes, o que impacta diretamente a maneira como



Lorena Califa is the Head of Innovation and Strategy at Bioglobal, a speaker, microbiologist, and innovation specialist. Lorena Califa é Diretora de Inovação e Estratégia da Bioglobal, palestrante, microbiologista e especialista em inovação.

uma marca deve ser construída. O erro não está na estratégia, está nos insights. Analisar a região a partir de dados agregados impede capturar o que realmente move a demanda.

Crescer na América Latina exige um entendimento profundo do consumidor em seu contexto real: observar como vive, como decide e como integra o produto em sua vida. A expansão não é um exercício de réplica, é um exercício de tradução.

Traduzir o valor para que faça sentido em cada ambiente. A diferença entre crescer ou não na região não está no produto, está na capacidade de entender.





Lauro Chaves Neto is an economist and professor at the State University of Ceará. Lauro Chaves Neto é economista e professor da Universidade Estadual do Ceará.

Breakneck and the lessons for Brazil

By Lauro Chaves Neto

"Breakneck: China's Quest to Engineer the Future", by Dan Wang of Stanford University, California, published in 2025 and considered by parts of the global media to be the book of the year, presents the central idea that "the US is governed by lawyers, while China is governed by engineers." While Americans prioritize legal and regulatory frameworks, the Chinese place engineering and practical execution at the heart of their national strategy.

The book highlights that the Chinese strategy involves an articulated vision of the future, where infrastructure is synonymous with geopolitical influence, national security, and global projection. This approach combines state planning, technological innovation, and economic diplomacy, without overlooking the negative aspects of social engineering, including the surveillance of ethnic minorities, political repression, and the traumas of the one-child policy and Zero-COVID.

In contrast, the US is governed by lawyers who are highly efficient at blocking things, which can be both bad and good. They can stop nonsensical ideas, but they can also slow down the economy and increase costs.

The book offers relevant lessons for Brazil by demonstrating how China articulates long-term planning, institutional coordination, and strategic infrastructure investments. The primary lesson is the importance of defining structural projects sustained by state policies, rather than merely government policies.

The Chinese experience also reveals the value of integrating physical, digital, and energy infrastructure, expanding competitiveness and regional connectivity, in addition to stimulating technological innovation with a focus on productivity.

The book also warns that infrastructure only generates prosperity when integrated with industrial policies, innovation, and sustainable logistics — otherwise, it transforms into an expensive and underutilized asset.

Finally, it emphasizes that speed does not replace social participation or democratic principles, this means the need to expand dialogue with communities, the productive sector, and academia, ensuring that development is inclusive and strategic.

Breakneck e as lições para o Brasil

Por Lauro Chaves Neto

"Breakneck: China's Quest to Engineer the Future", de Dan Wang, da Universidade de Stanford, na Califórnia, publicado em 2025, e considerado por parte da mídia mundial o livro do ano, apresenta a ideia central de que "os EUA são governados por advogados, enquanto a China é governada por engenheiros", enquanto os americanos priorizam o jurídico e o regulatório, os chineses colocam a engenharia e a execução prática no centro de sua estratégia nacional.

O livro destaca que a estratégia chinesa envolve uma visão articulada de futuro, na qual infraestrutura é sinônimo de influência geopolítica, segurança nacional e projeção global, combinando planejamento estatal, inovação tecnológica e diplomacia econômica, sem esquecer os lados negativos da engenharia social, incluindo a vigilância de minorias étnicas, a repressão política e os traumas da política do filho único e da Covid zero.

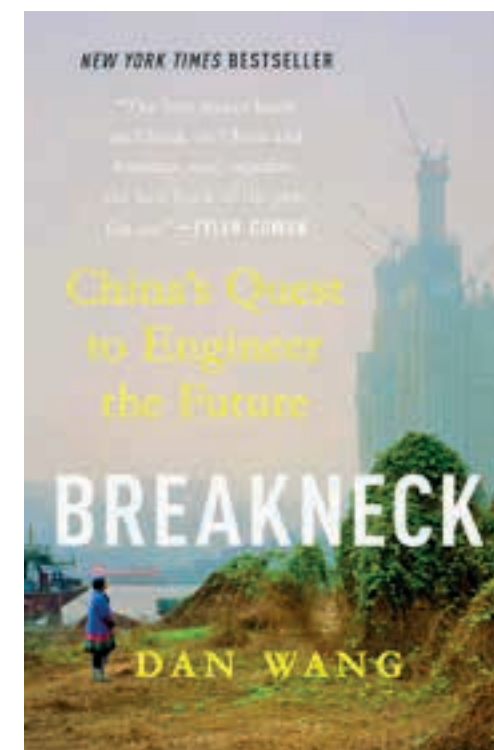
Em contraste, os EUA são governados por advogados que são realmente eficientes em bloquear as coisas, o que pode ser ruim e bom. Podem barrar ideias sem sentido, assim como reduzir a velocidade e aumentar o custo da economia.

O livro oferece lições relevantes para o Brasil ao mostrar como a China articula planejamento de longo prazo, coordenação institucional e investimentos estratégicos em infraestrutura. A principal lição é a importância de definir projetos estruturantes que sejam sustentados por políticas de Estado, não apenas de governo.

A experiência chinesa também revela o valor de integrar infraestrutura física, digital e energética, ampliando competitividade e conectividade regional, além de estimular inovação tecnológica com foco em produtividade.

O livro também alerta que infraestrutura só gera prosperidade quando integrada a políticas industriais, inovação e logística sustentável — caso contrário, transforma-se em ativo caro e subutilizado.

Por fim, ressalta que velocidade não substitui participação social, nem os princípios democráticos, isso significa a necessidade de ampliar diálogo com comunidades, setor produtivo e academia, garantindo que o desenvolvimento seja inclusivo e estratégico.



Recap Previous Content

Síntese Conteúdos Prévios



Gallery

Gallery, per the definition from Oxford Languages via Google, is: “a room or building for the display or sale of works of art.” Glocal Insights is neither a room nor a building, yet it is an environment in which notable personalities, who create art in many different shapes and forms, can display their expertise.

Since 2023 Glocal Insights has done just that. Therefore, in the following 7 pages, you have access to a sort of “gallery”, where you will see dozens of pictures selected from the past seven issues, presented in this order: Boston; Barcelona; Dubai; New York City; London; Washington, DC and Tokyo.

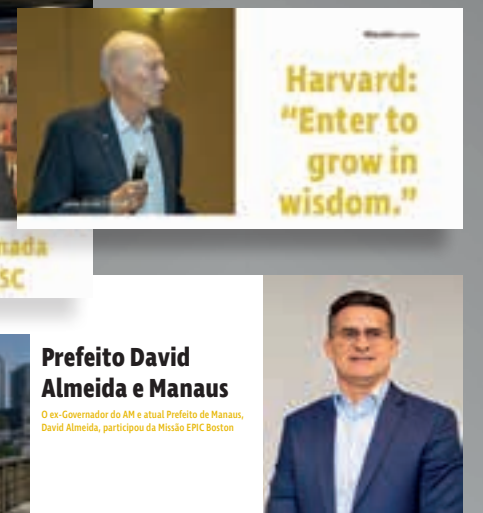
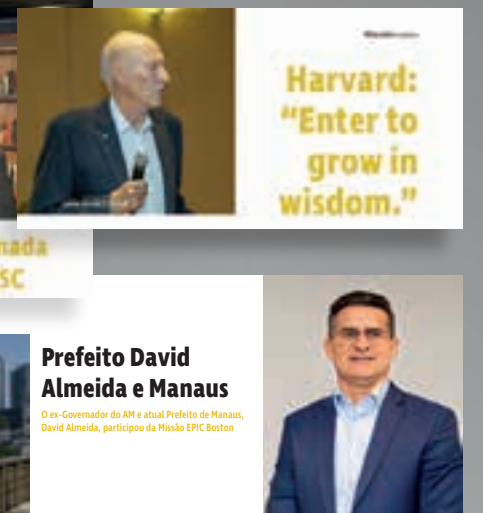
Alongside the notable personalities present in this current edition, we take the opportunity to celebrate each person Who has been here. Glocal Insights cherishes all who have contributed to this journey and is deeply grateful to everyone who has helped building this achievement, sharing their accomplishments, knowledge and more.

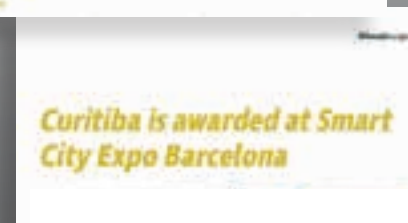
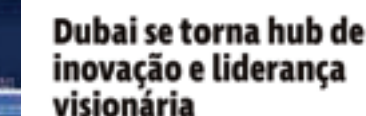
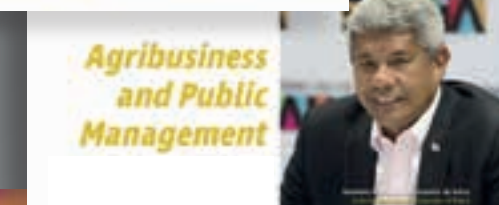
Galeria

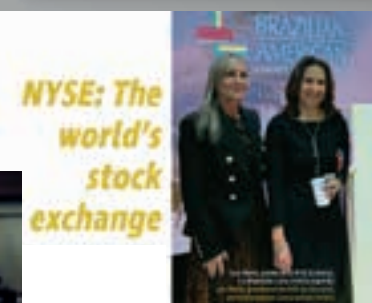
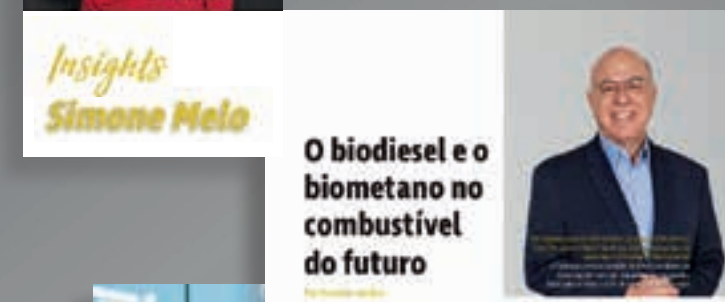
Galeria, segundo a definição do Oxford Languages via Google, é: “uma sala ou edifício destinado à exibição ou venda de obras de arte.” A Glocal Insights não é nem uma sala nem um edifício, mas é um ambiente no qual personalidades notáveis, que criam arte em diferentes formas e expressões, podem exibir sua expertise.

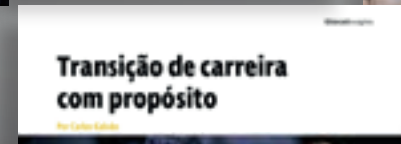
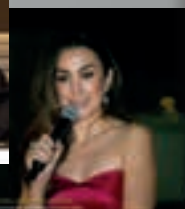
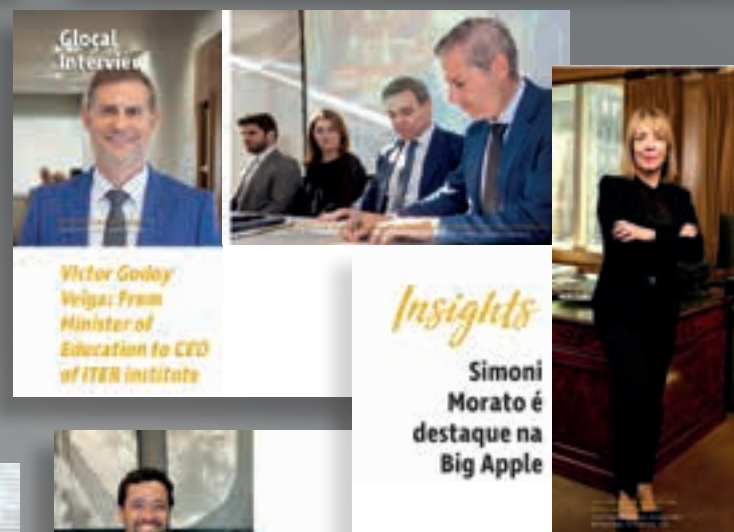
Desde 2023, a Glocal Insights tem feito exatamente isso. Portanto, nas 7 páginas a seguir, você terá acesso a uma espécie de “galeria”, onde encontrará dezenas de imagens selecionadas das sete edições anteriores, apresentadas nesta ordem: Boston; Barcelona; Dubai; Nova York; Londres; Washington, DC; e Tóquio.

Ao lado das personalidades notáveis presentes nesta edição atual, aproveitamos a oportunidade para celebrar cada pessoa que já esteve conosco. A Glocal Insights valoriza todos que contribuíram para essa jornada e é profundamente grata a todos que ajudaram a construir essa conquista, compartilhando suas realizações, conhecimentos e muito mais.











The Domain of Skyscrapers

Hong Kong holds the title of the city with the highest number of skyscrapers on the planet, easily surpassing metropolises like New York and Dubai. There are more than 550 buildings that exceed 150 meters in height. This extreme verticalization is not just an aesthetic choice or a display of power, but a vital geographical necessity, as the mountainous terrain and islands drastically limit the flat space available for new construction.

O Domínio dos Arranha-céus

Hong Kong ostenta o título de cidade com a maior quantidade de arranha-céus no planeta, superando com folga metrópoles como Nova York e Dubai. São mais de 550 edifícios que ultrapassam os 150 metros de altura. Essa verticalização extrema não é apenas uma escolha estética ou de poder, mas uma necessidade geográfica vital, já que o terreno montanhoso e as ilhas limitam drasticamente o espaço plano disponível para novas construções.

The World's Largest Escalator System

To manage the steep terrain and improve urban mobility, the city built the Central-Mid-Levels Escalator, the longest outdoor covered escalator system in the world. Stretching over 800 meters in length and climbing a total elevation of 135 meters. The system is clever and changes direction: it runs downhill early in the morning to take people to work, and reverses uphill after 10:00 AM.

O Maior Sistema de Escadas Rolantes

Para lidar com o relevo íngreme e facilitar a mobilidade urbana, a cidade construiu o Central-Mid-Levels Escalator, o maior sistema de escadas rolantes externas e cobertas do mundo. Ele se estende por mais de 800 metros de distância e sobe uma elevação total de 135 metros. O sistema é inteligente e muda de direção: funciona para baixo logo cedo, para levar as pessoas ao trabalho, e inverte para cima após as dez da manhã.

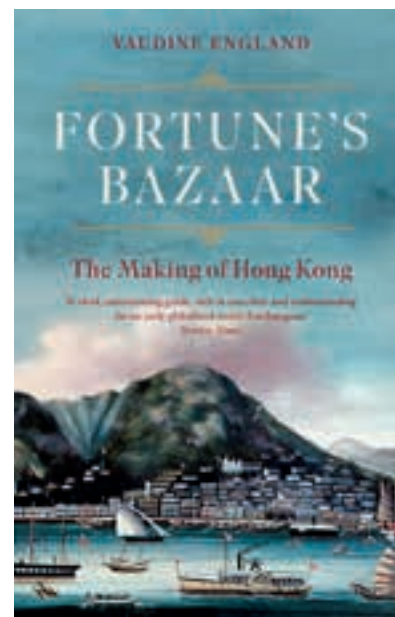


Country or City?

Hong Kong is a Special Administrative Region of China. Under the "one country, two systems" principle, the city maintains its own currency, laws, and passport, functioning as a semi-autonomous city-state. Geographically, it is an archipelago composed of Hong Kong Island, the Kowloon Peninsula, and the New Territories. This unique blend of Chinese control and British colonial heritage defines its global identity.

País ou Cidade?

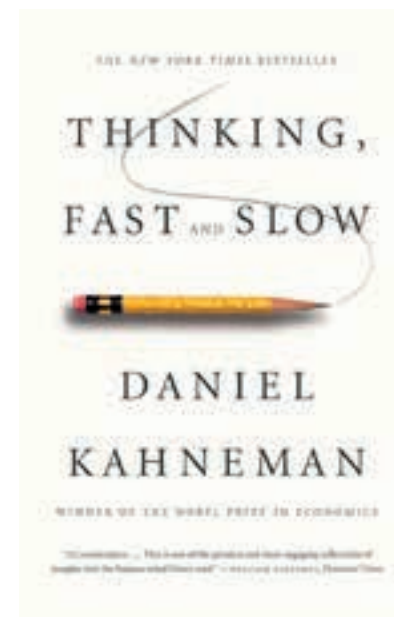
Hong Kong é uma Região Administrativa Especial da China. Sob o princípio de "um país, dois sistemas", a cidade mantém sua própria moeda, leis e passaporte, funcionando como uma cidade-estado semi autônoma. Geograficamente, é um arquipélago composto pela Ilha de Hong Kong, a península de Kowloon e os Novos Territórios. Essa mistura única entre o controle chinês e a herança colonial britânica define sua identidade global.



Fortune's Bazaar: The Making of Hong Kong – Vaudine England

A book that combines in-depth research and oral history, *Fortune's Bazaar* presents a vivid account of Hong Kong's history, focusing on the merchant and cosmopolitan communities whose role in its formation has never been properly told until now.

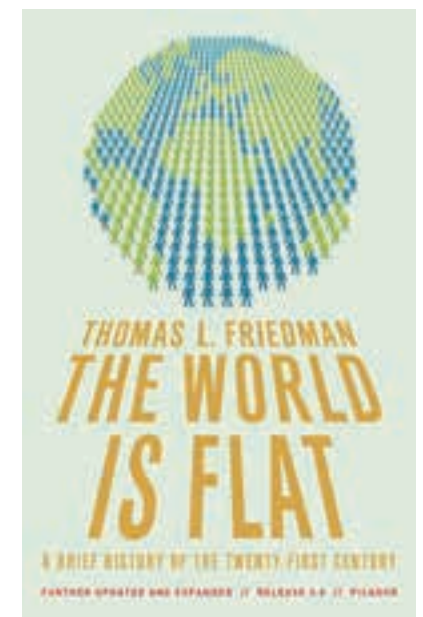
Um livro que combina pesquisa profunda e história oral, *Fortune's Bazaar* apresenta um relato vívido da história de Hong Kong, focando nas comunidades mercantis e cosmopolitas, cuja participação em sua formação nunca foi devidamente contada até então.



Thinking Fast and Slow - Daniel Kahneman

Daniel Kahneman, winner of the Nobel Prize in Economics, presents two systems of thought: the intuitive and the logical. The book details cognitive biases and mental processes that underlie human judgment and economic decision-making.

Daniel Kahneman, vencedor do Prêmio Nobel de Economia, apresenta dois sistemas de pensamento: o intuitivo e o lógico. O livro detalha vieses cognitivos e processos mentais que fundamentam o julgamento humano e a tomada de decisões econômicas.



The World Is Flat — Thomas L. Friedman

In this essential work, Thomas Friedman explores how technology and connectivity have leveled the global playing field. Analyzing individual empowerment, poverty reduction, and the complex social challenges of the modern world.

Nesta obra essencial, Thomas Friedman explora como a tecnologia e a conectividade nivelaram o cenário global. Analisando as oportunidades de empoderamento individual, os avanços contra a pobreza e os complexos desafios sociais do mundo moderno.

What is coming next

O que vem por aí

JUNE

02-04
NRF Retail's Big Show Asia Pacific
Sector: Retail
Marina Bay Sands, Singapore
www.nrfbigshowapac.nrf.com

08-12
EPIC Executive Program
Sector: Construction
Shanghai, China
www.epicprogram.net

08-12
London Tech Week 2026
Sector: Technology
London, England
www.londontechweek.com

JUNHO

02-04
NRF Retail's Big Show Asia Pacific
Setor: Varejo
Marina Bay Sands, Singapura
www.nrfbigshowapac.nrf.com

08-12
EPIC Executive Program
Setor: Construção
Xangai, China
www.epicprogram.net

08-12
London Tech Week 2026
Setor: Tecnologia
London, Inglaterra
www.londontechweek.com

JULY

08-10
WeAreDevelopers World Congress Europe
Sector: Technology
Berlin, Germany
www.wearedevelopers.com

21-22
Collective Shows
Sector: Beachwear retail
California, USA
www.apexbrasil.com

28-30
Forum E-Commerce Brazil 2026
Sector: E-commerce
São Paulo, Brazil
www.eventos.ecommercebrasil.com.br/forum

JULHO

08-10
WeAreDevelopers World Congress Europe
Setor: Tecnologia
Berlim, Alemanha
www.wearedevelopers.com

21-22
Collective Shows
Setor: Varejo de trajes de banho
Califórnia, EUA
www.apexbrasil.com

28-30
Fórum E-Commerce Brasil 2026
Setor: E-commerce
São Paulo, Brasil
www.eventos.ecommercebrasil.com.br/forum

AUGUST

17-21
EPIC MIT Experience Executive Program
Sector: Multisectorial
Boston, USA
www.epicprogram.net

25-27
International B2B Clothing Fair
Sector: Clothing and retail
Rzgów, Poland
www.expotrends.eu

25-27
ASD Market Week II 2026
Sector: Retail and multisectorial
Las Vegas, USA
www.apexbrasil.com

AGOSTO

17-21
EPIC MIT Experience Executive Program
Setor: Multissetorial
Boston, EUA
www.epicprogram.net

25-27
International B2B Clothing Fair
Setor: Roupas e varejo
Rzgów, Polônia
www.expotrends.eu

25-27
ASD Market Week II 2026
Setor: Varejo e multissetorial
Las Vegas, EUA
www.apexbrasil.com

EPIC

WOMEN ENTREPRENEURS 2026

Xangai – China

02 a 06 de Novembro

Esse programa foi desenhado para lideranças femininas que enfrentam simultaneamente os desafios universais de adaptação a cenários incertos e barreiras estruturais específicas que exigem repertório ampliado, redes de alto nível e exposição a referências globais, acelerando não apenas a capacidade individual de liderança, mas também gerando o impacto sistêmico.

- Ecosistemas de Inovação
- Novas Tecnologias e Digitalização
- Internacionalização
- Estratégia e Liderança



	SEG XANGAI	TER XANGAI	QUA SUZHOU	QUI HANGZHOU	SEX XANGAI
MANHÃ (ACTION-LEARNING)					
LUNCH BREAK					
TARDE (BENCHMARKING E NETWORKING)					
BREAK					
NOITE (EXPERIÊNCIA CULTURAL)	Livre	Livre			Livre

Público alvo:
Gestoras públicas, líderes de ecossistemas e empreendedoras

Certificação:
Emitida pela Global Innovation Management Institute (GIMI)

Realizador:

Parceiros Globais:

Parceiros Nacionais:





U.S. DEPARTMENT OF COMMERCE

Helping to increase businesses
between Brazil and US

<https://www.commerce.gov/>