

Interview with Paula Moraes, CEO and anchor at BM&C
Entrevista com Paula Moraes, CEO e âncora da BM&C

Glocal Insights

Queen City

Toronto

Cidade Rainha

Inspiring women impart some of their wisdom: Luciana Herrmann, Andrea Mansano, Millena Machado, Lara Magalhães, Carla Greeb, Fernanda Baggio, Ane Kiefer, Raquel Rocha and Carolina Lopes

Influential leaders share key insights and knowledge: Bruno Veloso, Mike Grandinetti, Manuel Mendes, Matt Ratto and Walid Hejazi

Mulheres inspiradoras transmitem parte de sua sabedoria: Luciana Herrmann, Andrea Mansano, Millena Machado, Lara Magalhães, Carla Greeb, Fernanda Baggio, Ane Kiefer, Raquel Rocha e Carolina Lopes

Líderes influentes dividem insights e conhecimentos cruciais: Bruno Veloso, Mike Grandinetti, Manuel Mendes, Matt Ratto e Walid Hejazi

Transnational gatherings with Person of the Year, SP Negócios, Money Report, IEL, FIRJAN, FIEMG, FIEPE and FIEC

Encontros transnacionais com Person of the Year, SP Negócios, Money Report, IEL, FIRJAN, FIEMG, FIEPE e FIEC



Driving the Future of Business for Your Company

São Paulo Negócios, an agency of the **City Hall of São Paulo,** serves as a strategic partner for business leaders seeking to **attract investment, accelerate growth, foster innovation, and expand their market presence.**

SÃO PAULO NEGÓCIOS

CITY HALL OF SÃO PAULO

We provide specialized strategic support, **guiding organizations through every stage of their growth journey in the city of São Paulo,** from establishing operations to expansion, internationalization, and the development of new projects.

Our Strategic Solutions for Your Business:

Attraction and Expansion of Investments:

We facilitate access to strategic capital and investment opportunities, driving business growth and strengthening your presence in São Paulo's market.

Innovation and Technology:

We connect companies to São Paulo's dynamic innovation ecosystem, fostering technological development and the adoption of cutting-edge solutions.

Internationalization and Business Rounds:

We support the global expansion of São Paulo-based companies through strategic missions and tailored business matchmaking agendas.

Privatization and PPPs:

We support participation in and the development of privatization and PPP projects, enhancing asset management and collaboration with the public sector.

www.spnegocios.com

Discover how we can guide your business to unlock its potential.

Scan the QR code

Glocal Insights

Toronto and the signs of an era in transition

Eduardo Diogo - Publisher

The world is going through a phase in which economic, technological, political, and social changes are happening simultaneously, altering references that, for a long time, were stable for society. In this context, understanding the forces reorganizing the international environment is no longer an exercise restricted to specialists. It is now a necessity for companies, governments, institutions, professionals, and citizens who need to make interdependent decisions.

It is from this perspective that Glocal Insights (GI) presents the New World Order as its Vertical in this edition. The theme opens space to observe disputes, rapprochements, and rearrangements that are reshaping the international landscape. New centers of influence are gaining relevance, traditional relationships are being reviewed, technologies are changing strategic capabilities, and economic interests are increasingly moving alongside issues of security, energy, trade, and innovation.

For this reflection, Toronto stands at the center of our attention. A metropolis recognized for its diversity, innovation, economic strength, and international presence, the city brings together characteristics that help us understand how different cultures, talents, knowledge, and businesses can create value together. Its experience reveals how a perspective open to the world can coexist with a strong local identity.

In this edition, the Queen City engages with content that explores different dimensions of contemporary reality. In the following pages, you will find analyses, experiences, interviews, and expert opinions that broaden the understanding of issues that cross borders and influence choices in the present.

GI continues its vocation of bringing perspectives closer together and circulating knowledge capable of provoking new questions. GI does not seek to present a single interpretation of complex issues. It wants to offer elements that help each reader form their own view, identify connections, and find useful references.

Toronto and the New World Order form, in this edition, two points of observation of the same phenomenon: a planet in permanent reorganization. May the following pages help broaden your perspective and inspire new possibilities regarding the changes that shape our time.

Enjoy the reading!

Toronto e os sinais de uma era em transição

Eduardo Diogo - Publisher

O mundo atravessa uma fase em que mudanças econômicas, tecnológicas, políticas e sociais acontecem simultaneamente, alterando referências que foram, durante muito tempo, estáveis para a sociedade. Nesse cenário, compreender as forças que reorganizam o ambiente internacional deixou de ser um exercício restrito a especialistas. É agora uma necessidade para empresas, governos, instituições, profissionais e cidadãos que precisam tomar decisões interdependentes.

É a partir dessa perspectiva que a Glocal Insights (GI) apresenta, nesta edição, a Nova Ordem Mundial como sua Vertical. O tema abre espaço para observar disputas, aproximações e rearranjos que vêm redesenhando o cenário internacional. Novos centros de influência ganham relevância, relações tradicionais são revistas, tecnologias modificam capacidades estratégicas e interesses econômicos passam a caminhar lado a lado com questões de segurança, energia, comércio e inovação.

Para essa reflexão, Toronto ocupa o centro do nosso olhar. Uma metrópole reconhecida por sua diversidade, inovação, força econômica e presença internacional, a cidade reúne características que ajudam a enxergar como diferentes culturas, talentos, conhecimentos e negócios podem produzir valor em conjunto. Sua experiência revela como uma perspectiva aberta ao mundo pode coexistir com uma identidade local forte.

Nesta edição, a Cidade Rainha dialoga com conteúdos que percorrem diferentes dimensões da realidade contemporânea. Nas páginas seguintes, você encontrará análises, experiências, entrevistas e opiniões de especialistas que ampliam a compreensão sobre temas que atravessam fronteiras e influenciam escolhas no presente.

A GI segue sua vocação de aproximar perspectivas e colocar em circulação conhecimentos capazes de provocar novas perguntas. A GI não busca apresentar uma interpretação única de questões complexas. Seu objetivo é oferecer elementos que ajudem cada leitor a formar sua própria visão, identificar conexões e encontrar referências úteis.

Toronto e a Nova Ordem Mundial formam, nesta edição, dois pontos de observação de um mesmo fenômeno: um planeta em permanente reorganização. Que as páginas a seguir contribuam para ampliar seu olhar e inspirar novas possibilidades sobre as mudanças que moldam o nosso tempo.

Boa leitura!



Toronto skyline at sunset
Vista panorâmica de Toronto ao pôr do sol

Pic/Foto: Adobe Stock/Emranashraf

Contents

Editorial, 4

Vertical
The new world order is still under construction, 8
Who will win in the new world order?, 10

Chat with Leaders

Glocal Interview Magnus **|** *Paula Moraes: between journalism and entrepreneurship, 12*
Glocal Interview **|** *Luciana Herrmann: communication, leadership and transformation, 16*
Beyond the Brand *| From broken to battle-ready, 20*
Council Talk *| The distance between those who decide and who execute, 22*
Wine in Full *| What fits inside a bottle?, 24*

Around the World

Glocal Insights edition is launched in New York, 28
FIEPE in Boston connects innovation and leadership, 30
Money Report's Brazilian Week brings Brazil closer to global business, 32
Person of the Year celebrates connections between Brazil and the US, 35
Barcelona inspires Brazilian leaders in digital health, 38
IEL MG and FIEMG: global knowledge to transform business, 42
Big Apple Networking *| Why a woman? Why not? The election to make history at the United Nations, 44*
New perspectives on the future of the construction industry, 46
FIRJAN expands the industry's global outlook, 48
Universidade do Contestado takes its academic mission to New York and Boston, 52
LIDE New York-DC **|** *LIDE Future Cities Summit brings Brazil and U.S. together, 54*
IEL CE in Toronto turns AI into industrial strategy, 56
New Delhi inspires IEL to rethink industrial competitiveness, 58
São Paulo Negócios prepares companies to cross borders, 60

Ecosystem

The diversity that shapes Toronto, 64
Brazil and Canada: new business opportunities, 66
What if AI stopped responding and started taking action?, 68
Capital Frontiers *| Toronto: the balance of capital in North America, 70*
What defines who wins now, 72
Infinite Routes *| Toronto beyond the obvious: sophistication, culture and new experiences, 74*
Toronto tips, 76

Curiosities, 77
Glocal Reading, 78
What is coming next, 79

Glocal Insights *9th Edition - November 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
Content Reviewer | Ahmed El Harouchi
Graphic Project | Frame Business

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

Columnists
Beyond the Brand | Millena Machado
Big Apple Networking | Carla Greeb
Capital Frontiers | Raquel Rocha
Council Talk | Andrea Mansano
Infinite Routes | Ane Kiefer
LIDE New York-DC | Fernanda Baggio
Wine in Full | Lara Magalhães

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

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.

Sumário

Editorial, 5

Vertical

A nova ordem mundial ainda está em construção, 9
Quem vencerá na nova ordem mundial?, 11

Bate-papo com Líderes

Entrevista Glocal Magnus| Paula Moraes: entre o jornalismo e o empreendedorismo, 14
Entrevista Glocal | Luciana Herrmann: comunicação, liderança e transformação, 18
Além da Marca | De frágeis a guerreiros, 21
Papo de Conselho | A distância entre quem decide e quem executa, 23
Vinho por Inteiro | O que cabe dentro de uma garrafa?, 25

Mundo Afora

Glocal Insights é lançada em Nova Iorque, 29
FIEPE em Boston conecta inovação e liderança, 31
Brazilian Week do Money Report aproxima o Brasil dos negócios globais, 33
Person of the Year celebra conexões entre Brasil e EUA, 36
Barcelona inspira líderes brasileiros para a saúde digital, 39
IEL MG e FIEMG: conhecimento global para transformar negócios, 43
Big Apple Networking | Por que uma mulher? Por que não? A eleição para fazer história nas Nações Unidas, 45
Novas perspectivas para o futuro do setor da construção, 47
FIRJAN amplia visão global da indústria, 49
Universidade do Contestado leva sua missão acadêmica a Nova Iorque e Boston, 53
LIDE New York-DC | LIDE Future Cities Summit conecta Brasil e EUA em Washington, 55
IEL CE em Toronto traduz IA em estratégia industrial, 57
Nova Delhi inspira IEL a repensar a competitividade industrial, 59
São Paulo Negócios prepara empresas para cruzar fronteiras, 61

Ecossistema

A diversidade que constrói Toronto, 65
Brasil e Canadá: novas oportunidades de negócios, 67
E se a IA deixasse de responder e começasse a agir?, 69
Fronteiras do Capital | Toronto: o equilíbrio do capital na América do Norte, 71
O que define quem vence agora, 73
Rotas Infinitas |Toronto além do óbvio: sofisticação, cultura e novas experiências, 75
Toronto Tips, 76

Curiosidades, 77
Leitura Glocal, 78
O que vem por aí, 79



Glocal Insights Edição 09 - Novembro 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
Revisor de conteúdo | Ahmed El Harouchi
Projeto Gráfico | Frame Business

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

Colunistas
Além da marca | Millena Machado
Big Apple Networking | Carla Greeb
Fronteiras do Capital | Raquel Rocha
LIDE New York-DC | Fernanda Baggio
Papo de Conselho | Andrea Mansano
Rotas Infinitas | Ane Kiefer
Vinho por Inteiro | Lara Magalhães

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

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.



The Palais des Nations, home to the United Nations Office at Geneva, Switzerland
Palácio das Nações, sede do Escritório das Nações Unidas em Genebra, Suíça

Pic/Foto: Unsplash/Salya T (@salyastone)

The new world order is still under construction

In 1945, as the world ended World War II, it needed to rebuild cities and economies and, above all, establish mechanisms to prevent the recurrence of a global tragedy. In this context, the United Nations (UN) was born, one of the main institutions of the post-war international order.

Today's scenario is different. The United States and China together account for around 43% of the global GDP, considering nominal values for 2024. More than economic weight, the two countries are competing for influence in technology, trade, industry, energy, infrastructure, and security. This competition already produces effects that go beyond its borders.

Donald Trump's trade policy has made this transformation even more visible, particularly through the use of tariffs not only as a trade instrument, but also as a pressure and negotiation mechanism. The measures adopted by Washington and Beijing's responses show that trade, technology and geopolitics are increasingly interconnected.

But perhaps the main question is not who will win this contest. It is whether the institutions created to organize the world of 1945 can keep pace in the world of today.

The UN continues to bring together virtually all countries and to play relevant roles in security, international cooperation, and humanitarian assistance. At the same time, its ability to respond to a more complex international environment remains the subject of debate. UN Secretary-General António Guterres himself has advocated the need to update global governance.

This discussion is gaining importance because the current world does not appear to be heading toward a simple division into two blocs: the European Union, India, Japan, and other regional powers are also expanding their influence. Companies, universities, and international organizations have begun to play roles that, at other times, were more concentrated in states. Perhaps, therefore, we are not facing a new order that has already been established, but rather an order under construction.

For countries like Brazil, this period brings both risks and opportunities. Production chains may be reorganized, new markets may emerge, and strategic resources may gain value. But taking advantage of this scenario will require understanding these changes before they become consolidated, developing strategies capable of positioning the country in the world that is emerging.

A nova ordem mundial ainda está em construção

Em 1945, no contexto do fim da Segunda Guerra Mundial, o mundo precisava reconstruir cidades, economias e, sobretudo, estabelecer mecanismos capazes de evitar que uma nova tragédia global se repetisse. Foi nesse cenário que nasceu a Organização das Nações Unidas (ONU), uma das principais instituições da arquitetura internacional criada no pós-guerra.

O cenário de hoje é outro. Estados Unidos e China concentram, juntos, cerca de 43% do PIB mundial, considerando os valores nominais de 2024. Mais do que o peso econômico, os dois países disputam influência em tecnologia, comércio, indústria, energia, infraestrutura e segurança. Essa competição já produz efeitos que ultrapassam suas fronteiras.

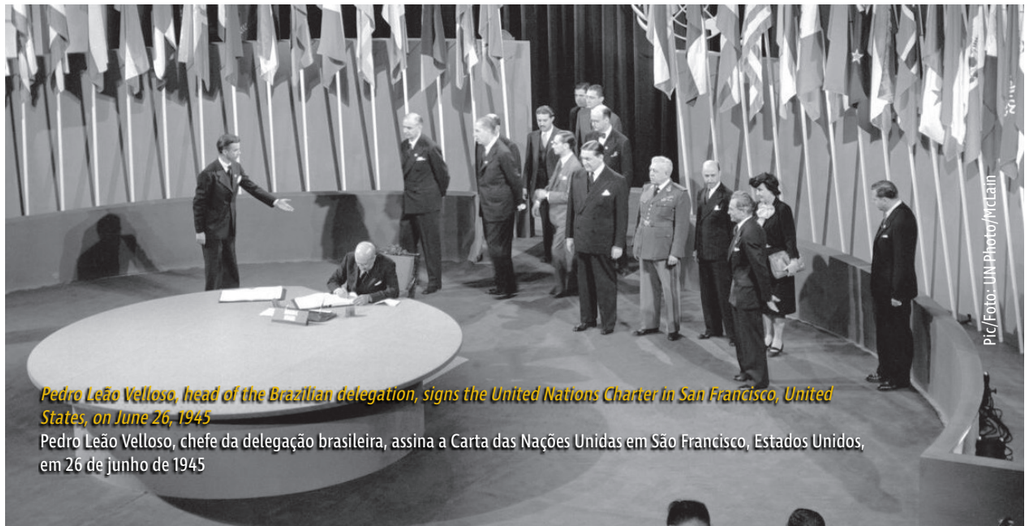
A política comercial de Donald Trump tornou essa transformação ainda mais visível, especialmente pelo uso de tarifas não apenas como instrumento comercial, mas também como mecanismo de pressão e negociação. As medidas adotadas por Washington e as respostas de Pequim evidenciam que comércio, tecnologia e geopolítica estão cada vez mais interligados.

Mas talvez a principal questão não seja saber quem vencerá essa disputa. É entender se as instituições criadas para organizar o mundo de 1945 conseguem acompanhar o mundo de hoje.

A ONU continua reunindo praticamente todos os países e desempenhando funções relevantes em segurança, cooperação internacional e ajuda humanitária. Ao mesmo tempo, sua capacidade de responder a um ambiente internacional mais complexo é objeto de debate. O próprio secretário-geral António Guterres tem defendido a necessidade de atualizar a governança global.

Essa discussão ganha importância porque o mundo atual não parece caminhar para uma simples divisão em dois blocos: União Europeia, Índia, Japão e outras potências regionais também ampliam sua influência. Empresas, universidades e organizações internacionais passaram a exercer papéis que, em outros momentos, estavam mais concentrados nos Estados. Talvez, portanto, não estejamos diante de uma nova ordem já estabelecida, mas de uma ordem em construção.

Para países como o Brasil, esse período traz riscos e oportunidades. Cadeias produtivas podem ser reorganizadas, novos mercados podem surgir e recursos estratégicos podem ganhar valor. Mas aproveitar esse cenário exigirá compreender as mudanças antes que elas estejam consolidadas, desenvolvendo estratégias capazes de posicionar o país no mundo que está surgindo.



Pedro Leão Velloso, head of the Brazilian delegation, signs the United Nations Charter in San Francisco, United States, on June 26, 1945
Pedro Leão Velloso, chefe da delegação brasileira, assina a Carta das Nações Unidas em São Francisco, Estados Unidos, em 26 de junho de 1945

Pic/Foto: UN Photo/Marcel Cain

Who will win in the new world order?

By Manuel Mendes



Pic/Foto: AI-generated image/Imagem gerada por inteligência artificial

First, the United States sets in motion the reorganization of the global economy. China is drawing attention. Canada offers lessons for other nations seeking to find their place in this new order.

Donald Trump's return to the presidency of the United States has accelerated a transformation that was already underway. Tariffs, technological disputes, and geopolitical interests are redefining global businesses, alliances, and production chains. For companies, understanding this reorganization has become vital.

Soon after, we noticed our clients' growing interest in Asia, especially China and India. The search for knowledge and connections in these countries has increased significantly, reflecting the urgency of finding new consumers, allies, and opportunities.

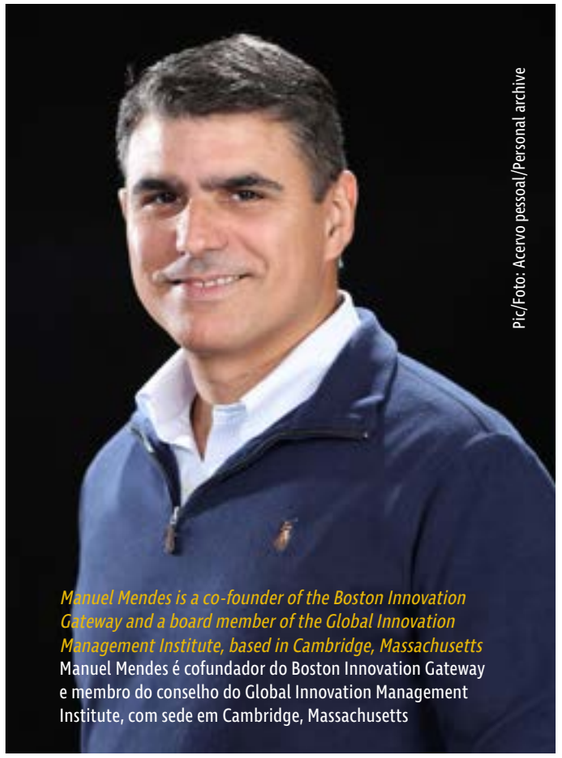
At the same time, through our work with companies and knowledge centers such as the University of Hong Kong, SUES, and NYU Shanghai, we have had a front-row seat to China's rapid advancement, driven by the combination of scale, technology, and production integration, together with a long-term strategic vision and virtually unlimited resources.

For Brazilian business leaders, overlooking China or Asia and trying to compete without differentiation or collaboration will, at best, destroy margins or, in more serious cases, lead companies and entire sectors to disappear. This is because, in many cases, they face disadvantages in technology, productivity, supply chain integration, the so-called "Brazil cost," and other factors.

More recently, in September of this year, we showed Brazilian leaders visiting Rotman in Toronto how Canada is doing its homework and what it has to teach us. We challenged them to ask themselves: where should they compete or collaborate in global value chains, and how can they capture value from the unique capabilities of Brazil or Brazilian companies?

To succeed in this new world order, Brazilian companies need not only to understand new markets, partners, and opportunities, but also to identify where they can offer something unique and capture a greater share of the value generated in global value chains, with laser focus to reduce risks. There is no room for taking risks without a precise "flight plan."

The next winners will not necessarily be the biggest, but those who know where to compete, whom to collaborate with, and how to become indispensable.



Pic/Foto: Acervo pessoal/Personal archive

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

Quem vencerá na nova ordem mundial?

Por Manuel Mendes

Primeiro, os Estados Unidos deflagram a reorganização da economia mundial. A China desperta as atenções. O Canadá oferece lições para outras nações encontrarem o seu espaço nessa nova ordem.

O retorno de Donald Trump à presidência dos Estados Unidos acelerou uma transformação que já estava em curso. Tarifas, disputas tecnológicas e interesses geopolíticos estão redefinindo negócios, alianças e cadeias produtivas globais. Para as empresas, compreender essa reorganização tornou-se vital.

Logo na sequência, percebemos o interesse crescente dos nossos clientes pela Ásia, especialmente pela China e Índia. A busca por conhecimento e conexões nesses países aumentou significativamente, refletindo a urgência por novos consumidores, aliados e novas oportunidades.

Em paralelo, por consequência do nosso trabalho com empresas e centros de conhecimento como a University of Hong Kong, SUES e NYU Shanghai, temos assistido de camarote o avanço acelerado sino, impulsionado pela combinação entre escala, tecnologia e integração produtiva, aliada a uma visão estratégica de longo prazo e a recursos praticamente ilimitados.

Para empresários brasileiros, desconsiderar a China ou a Ásia e tentar competir sem diferenciação ou colaboração, na melhor das hipóteses, vai destruir margens ou, em situações mais graves, levar empresas e setores a desaparecer. Isso porque, em muitos casos, enfrentam desvantagens tecnológicas, de produtividade, de integração da cadeia, do custo Brasil etc.

Mais recentemente, em setembro deste ano, demonstramos para líderes brasileiros em visita à Rotman em Toronto como o Canadá está fazendo a lição de casa e o que tem para nos ensinar. Provocamos os mesmos a se perguntarem: onde competir ou colaborar nas cadeias globais e como capturar valor a partir das capacidades únicas do Brasil ou das empresas brasileiras?

Para vencer nessa nova ordem mundial, as empresas brasileiras precisam não apenas conhecer novos mercados, parceiros e oportunidades, mas também identificar onde podem oferecer algo único e conquistar uma parcela maior do valor gerado nas cadeias globais, com foco a laser, para diminuir os riscos. Não dá para arriscar sem um "plano de voo" preciso.

Os próximos vencedores não serão necessariamente os maiores, mas aqueles que souberem onde competir, com quem colaborar e como se tornar indispensáveis.

Paula Moraes: between journalism and entrepreneurship



Pic/Foto: Divulgação/BM&C News

Paula Moraes is a journalist, co-founder, CEO, and publisher of BM&C
Paula Moraes é jornalista, cofundadora, CEO e publisher da BM&C

Who is Paula Moraes?

I am a journalist, co-founder, CEO & Publisher of BM&C. I was born in São José do Rio Preto and began my career at TV TEM, a Globo affiliate. I later joined Record, where I worked as a reporter and anchor, worked at Record Rio de Janeiro, and became a correspondent in New York. Journalism taught me to ask questions, listen to different perspectives, and go beyond the facts. Today, this way of thinking also guides my work as an entrepreneur, at the intersection of communication, business, and strategy.

BM&C has been expanding beyond traditional journalism. What is the strategy behind building this ecosystem of content, business and influence?

The strategy is to ensure that BM&C is present not only when news happens, but also in the discussions and decisions that follow. We operate across television, digital, social media, streaming, events and special projects, always with the same logic: turning information into context and bringing different perspectives closer together. Today, I see BM&C as a platform for content, relationships and influence. To me, influence is not about telling people what to think, but asking the right questions and providing qualified information for better decisions.

What made you leave the structure of a major broadcaster and take the risk of building your own company?

I had an established television career and did not necessarily see myself as an entrepreneur. The idea for BM&C came from Luiz Messici, my husband and business partner, who came from the financial market and saw a gap in combining depth, diverse opinions, and editorial independence. My experience in New York also broadened my perspective on television, analysis, and interpretation. What made us take the risk was the opportunity to create a media outlet with an editorial approach we believed in. To me, journalism is not only about saying what happened, but helping people understand why it happened, what changes from that point on, and how it affects decisions. This purpose of turning information into understanding was at the heart of BM&C.

What did you only understand about entrepreneurship after becoming responsible for a company?

That a good idea is only the beginning. As a journalist, my responsibility focused on content. As an entrepreneur, I also became responsible for people, resources, growth, and the consequences of every decision. Entrepreneurship taught me that there is rarely a perfect decision: you have to set priorities and accept that every choice involves trade-offs. I also learned that leadership is not about centralizing. As BM&C grows, my role needs to be less about being involved in everything and more about setting direction, priorities, and a long-term vision.

BM&C was born digital. What made you also invest in television?

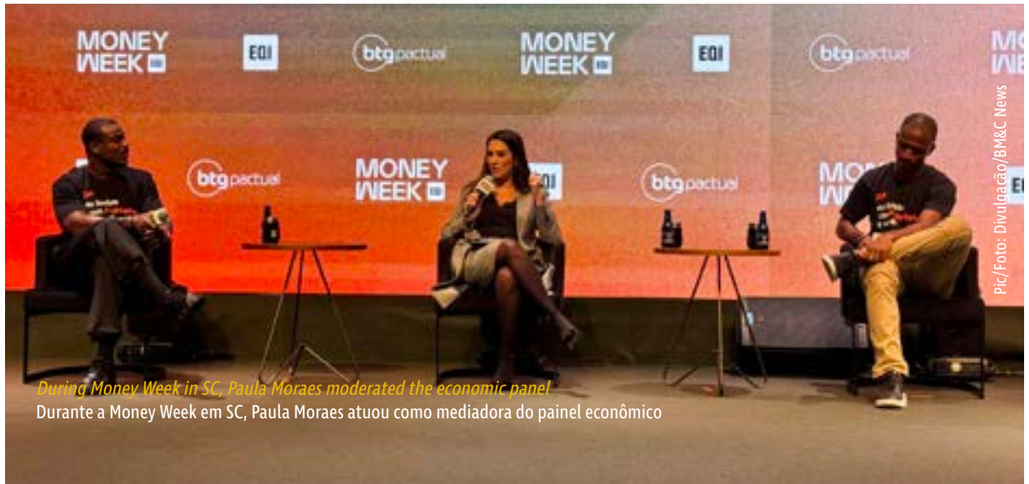
I have never seen television and digital as competitors. They are platforms with different consumption habits and complementary roles. Digital gave us speed, distribution and proximity; television expanded our presence, reach and room for depth. Entering television was part of the strategy to build a multiplatform operation, in which each environment has its own language without losing the same editorial identity.

What does BM&C seek with its international expansion?

Internationalization is not only a distribution strategy, but also a knowledge strategy. Today, BM&C is already present on streaming platforms in Portugal, the United States, and Canada. We also developed B.Global in partnership with Boston Innovation Gateway, connecting our audience with international ecosystems of innovation, industry, technology and leadership. Our goal is to move in two directions: take BM&C to new audiences and bring global references and discussions to Brazil to help entrepreneurs, investors and leaders make better decisions.

What are BM&C's next challenges — and yours as the company's leader?

The challenge now is to turn growth into long-term relevance. We want to deepen our analytical and intelligence capabilities, expand our international presence, incorporate technology and develop new products. At the same time, we need to turn editorial relevance into a sustainable and diversified business model. For me, the challenge is to lead this evolution: remain close to content while increasingly taking on the role of CEO, setting direction, developing leaders and preparing the company for the next cycle.



Pic/Foto: Divulgação/BM&C News

During Money Week in SC, Paula Moraes moderated the economic panel
Durante a Money Week em SC, Paula Moraes atuou como mediadora do painel econômico



Paula Moraes and Luiz Messici, founders of BM&C
Paula Moraes e Luiz Messici, fundadores da BM&C

Paula Moraes: entre o jornalismo e o empreendedorismo

Quem é Paula Moraes?

Sou jornalista, cofundadora, CEO & Publisher da BM&C. Nasci em São José do Rio Preto e comecei minha trajetória na TV TEM, afiliada da Globo. Depois, fui para a Record, onde atuei como repórter e apresentadora, trabalhei na Record Rio de Janeiro e fui correspondente em Nova York. O jornalismo me ensinou a fazer perguntas, ouvir diferentes posições e ir além do fato. Hoje, essa forma de pensar também orienta minha atuação como empresária, na interseção entre comunicação, negócios e estratégia.

A BM&C vem ampliando sua atuação para além do jornalismo tradicional. Qual é a estratégia por trás da construção desse ecossistema de conteúdo, negócios e influência?

A estratégia é fazer com que a BM&C esteja presente não apenas quando a notícia acontece, mas também nas discussões e decisões que vêm depois dela. Atuamos de forma integrada em televisão, portal, redes, streaming, eventos e projetos especiais, sempre com a mesma lógica: transformar informação em contexto e aproximar diferentes perspectivas. Hoje, vejo a BM&C como uma plataforma de conteúdo, relacionamento e influência. Influência, para mim, não é dizer às pessoas o que pensar, mas fazer as perguntas certas e oferecer informação qualificada para melhores decisões.

O que fez você deixar a estrutura de uma grande emissora para assumir o risco de construir a própria empresa?

Eu tinha uma carreira consolidada na televisão e não me enxergava necessariamente como empreendedora. A ideia da BM&C partiu do Luiz Messici, meu marido e sócio, que vinha do mercado financeiro e percebia uma lacuna na combinação entre profundidade, pluralidade de opiniões e independência editorial. Minha experiência em Nova York também ampliou minha visão sobre televisão, análise e interpretação. O que nos fez assumir o risco foi a possibilidade de criar um veículo com uma proposta editorial em que acreditávamos. Para mim, jornalismo não é apenas dizer o que aconteceu, mas ajudar a entender por que aconteceu, o que muda a partir dali e como isso afeta decisões. Esse propósito de transformar informação em compreensão esteve na origem da BM&C.

O que você só entendeu sobre empreender quando passou a responder por uma empresa?

Que uma boa ideia é apenas o começo. Como jornalista, minha responsabilidade estava concentrada no conteúdo. Como empresária, passei a responder também por pessoas, recursos, crescimento e pelas consequências de cada decisão. Empreender me ensinou que quase nunca existe uma decisão perfeita: é preciso escolher prioridades e aceitar que toda escolha implica renúncias. Também aprendi que liderar não é centralizar. Conforme a BM&C cresce, meu papel precisa ser cada vez menos estar em tudo e cada vez mais definir direção, prioridades e visão de longo prazo.

A BM&C nasceu no digital. O que justificou apostar também na televisão?

Nunca enxerguei televisão e digital como concorrentes. São plataformas com hábitos de consumo diferentes e funções complementares. O digital nos deu velocidade, distribuição e proximidade; a televisão ampliou presença, recorrência e espaço para profundidade. A entrada na TV foi parte da estratégia de construir uma operação multiplataforma, em que cada ambiente tenha sua linguagem sem perder a mesma identidade editorial.

O que a BM&C busca com sua expansão internacional?

A internacionalização não é apenas uma estratégia de distribuição, mas de conhecimento. Hoje, a BM&C já está presente em plataformas de streaming em Portugal, Estados Unidos e Canadá. Também desenvolvemos, em parceria com a Boston Innovation Gateway, o B.Global, que aproxima nossa audiência de ecossistemas internacionais de inovação, indústria, tecnologia e liderança. Nosso objetivo é atuar em duas direções: levar a BM&C a novos públicos e trazer para o Brasil referências e discussões globais que ajudem quem empreende, investe e lidera a tomar decisões melhores.

Quais são os próximos desafios da BM&C — e os seus à frente da empresa?

O desafio agora é transformar crescimento em relevância de longo prazo. Queremos aprofundar nossa capacidade de análise e inteligência, ampliar a presença internacional, incorporar tecnologia e desenvolver novos produtos. Ao mesmo tempo, precisamos transformar a relevância editorial em um modelo de negócio sustentável e diversificado. No meu caso, o desafio é acompanhar essa evolução como líder: continuar próxima do conteúdo, mas ocupar cada vez mais o papel de CEO, definindo direção, formando lideranças e preparando a empresa para o próximo ciclo.



Paula Moraes during a lecture about the different forms of communication
Paula Moraes durante palestra sobre as diferentes formas de comunicação

Luciana Herrmann: communication, leadership and transformation



Pic/Foto: Acervo pessoal/Personal archive

Nissan Latin America Communications Team in a meeting with Nissan CCO Lavanya Wadgaonkar
Equipe de Comunicação da Nissan América Latina, em reunião com a CCO da Nissan, Lavanya Wadgaonkar

Who is Luciana Herrmann?

I am a Brazilian executive from São Paulo with more than 25 years of experience and over a decade of international career development. Today, I serve as Director of Communications for Nissan Latin America, leading corporate reputation, product positioning, and executive communications across the region. I also serve on the company's Inclusion Committee and authored a book focused on supporting women's professional development.

How do you measure success in Communications?

Success in Communications should be measured by impact, not just visibility. Exposure only creates value when it is backed by authentic stories that strengthen reputation, build trust, and support business objectives. That is why I believe in combining quantitative metrics with qualitative indicators, evaluating not only reach and engagement, but also credibility, perception, and relevance among key stakeholders.

How do you define the role of the modern Communications Director?

The modern Communications Director must be a business strategist. Beyond managing channels and messages, the role involves anticipating risks, interpreting cultural shifts, advising leadership, and connecting corporate strategy with societal expectations. It also requires building diverse, agile teams capable of operating in a rapidly changing environment.

How important is executive leadership in shaping a company's reputation?

The CEO is often the most visible representation of a company and has a direct influence on how it is perceived. Leaders must go beyond media appearances and act as ambassadors of the company's strategy and values. Reputation starts internally, when employees understand the business direction and see consistency between what leaders say and what the company does. Strong alignment across leadership is especially critical in today's highly connected social media environment.

How do you work with multifunctional and regional teams?

Leading regional teams requires balancing strategic alignment with cultural sensitivity. While objectives may be shared, the way organizations connect with audiences varies across markets. My approach is based on three pillars: clarity of purpose, collaboration, and inclusion. Bringing together different perspectives leads to stronger decisions and greater impact.

How can companies address diversity without falling into empty rhetoric?

Diversity should never be treated as a communication campaign. It must be a business, cultural, and leadership commitment. Organizations need to create real opportunities, fair processes, and inclusive environments. Communications can amplify progress, but it cannot replace action. At Nissan, our Inclusion Committee brings together more than 200 volunteers across Latin America, driving initiatives that promote inclusion both inside and outside the company, including the Nissan Mulheres program.

What are the biggest challenges for Communications professionals today?

Artificial intelligence transforms how we analyze information and produce content, creating substantial opportunities for efficiency and insight. At the same time, it increases the need for responsible data use, fact verification, and human judgment. Another challenge is audience fragmentation, which makes communication more complex and requires greater strategic discipline. Technology is a powerful enabler, but trust continues to be built through authentic relationships, consistency, and credibility.

Where do you see yourself in the future?

I want to continue helping organizations build reputation, develop leaders, and navigate transformation. I am particularly interested in multicultural environments and in supporting the development of women leaders. Above all, I hope to keep connecting strategy and people, because I believe meaningful communication has the power to broaden perspectives, build bridges, and create positive change.



Pic/Foto: Acervo pessoal/Personal archive

Luciana Herrmann is the Director of Communications for Nissan Latin America
Luciana Herrmann é Diretora de Comunicação da Nissan América Latina



Luciana as Master of Ceremonies during the welcoming event for Nissan Motor Company CEO, Ivan Espinosa, in Mexico
Luciana como mestre de cerimônias durante evento de recepção para o CEO da Nissan Motor Company, Ivan Espinosa, no México

Pic/Foto: Acervo pessoal/Personal archive

Luciana Herrmann: comunicação, liderança e transformação

Quem é Luciana Herrmann?

Sou brasileira, nascida em São Paulo, com mais de 25 anos de carreira e dez anos de experiência internacional. Atualmente, sou Diretora de Comunicação da Nissan América Latina, liderando estratégias de reputação corporativa, posicionamento de produtos e fortalecimento de lideranças em toda a região. Também atuo no Comitê de Inclusão da empresa e sou autora de um livro voltado ao desenvolvimento de mulheres em suas carreiras.

Como você mede sucesso em Comunicação?

O sucesso da Comunicação deve ser medido pelo impacto gerado, não apenas pela exposição conquistada. Visibilidade precisa estar associada a histórias verdadeiras, capazes de fortalecer reputação, confiança e resultados de negócio. Para isso, é importante combinar indicadores quantitativos e qualitativos, avaliando não apenas alcance e engajamento, mas também credibilidade, percepção e relevância para os públicos estratégicos.

Como você define o papel do diretor de Comunicação moderno?

O diretor de Comunicação moderno precisa ser um estrategista de negócios. Mais do que gerenciar canais e mensagens, deve antecipar riscos, interpretar mudanças culturais, aconselhar lideranças e conectar a estratégia da companhia às expectativas da sociedade. Também é responsável por desenvolver equipes diversas e preparadas para um ambiente em constante transformação.

Qual é a importância da liderança executiva para a reputação da empresa?

O CEO representa a empresa para muitos públicos e influencia diretamente sua reputação. Por isso, precisa atuar como embaixador da estratégia e dos valores da organização. A construção de reputação começa dentro de casa, quando colaboradores compreendem a direção do negócio e reconhecem coerência entre discurso e prática. Alinhar toda a liderança em torno de mensagens consistentes também é fundamental em um ambiente de alta exposição nas redes sociais.

Como você trabalha com equipes multifuncionais e regionais?

Liderar equipes regionais exige equilíbrio entre alinhamento estratégico e sensibilidade cultural. Embora os objetivos sejam comuns, a forma de construir conexão varia de mercado para mercado. Meu trabalho se apoia em três pilares: clareza de objetivos, colaboração e inclusão. Valorizar diferentes perspectivas fortalece as decisões e amplia o impacto das estratégias.

Como abordar diversidade sem cair em discursos vazios?

Diversidade não pode ser tratada como campanha de comunicação, mas como compromisso de negócio, cultura e liderança. As empresas precisam criar oportunidades reais, processos mais justos e ambientes mais inclusivos. A Comunicação tem papel importante, mas deve refletir transformações concretas. Na Nissan, o Comitê de Inclusão reúne mais de 200 voluntários na América Latina, impulsionando iniciativas que promovem inclusão dentro e fora da empresa, como o programa Nissan Mulheres.

Quais são os maiores desafios da Comunicação atualmente?

A inteligência artificial amplia nossa capacidade de produzir informações, mas aumenta a responsabilidade com credibilidade, transparência e verificação de dados. Ao mesmo tempo, a fragmentação das audiências e a atuação global das empresas tornam a comunicação mais complexa. Nesse contexto, a tecnologia é um recurso poderoso, mas a confiança continua sendo construída por pessoas, por meio de relações genuínas e mensagens coerentes.

Onde você se vê no futuro?

Quero continuar contribuindo para a construção de reputação, o desenvolvimento de lideranças e a transformação das organizações. Tenho interesse especial em ambientes multiculturais e na formação de mulheres líderes. Acima de tudo, desejo seguir conectando estratégia e pessoas, porque acredito que uma comunicação relevante tem o poder de ampliar perspectivas, construir pontes e transformar realidades.



Pic/Foto: Acervo pessoal/Personal archive

Luciana alongside executives from Nissan Brazil, Nissan Mexico, and Nissan LATAM, as well as Ivan Espinosa, CEO of Nissan Motor Company (third from the right)
Luciana ao lado de executivos da Nissan do Brasil, do México e da Nissan LATAM, além de Ivan Espinosa, CEO da Nissan Motor Company (terceiro da direita para a esquerda)

Beyond The Brand

From broken to battle-ready

By Millena Machado

Imagine a child facing a serious illness and, instead of being portrayed as someone fragile in a hospital bed waiting for help, being shown as a warrior in a fight. Is this child empowerment or an appeal to responsibility?

The year was 2017, Toronto. Donations to The Hospital for Sick Children had stagnated. Communication based on portraying illness as a weakness was no longer working. The nonprofit pediatric hospital is part of Ontario's (Canada) public healthcare system, with independent administration that relies on government funding and private donations.

Aiming to move donors from the role of spectators and encourage them to take action, Canadian advertising agency Cossette proposed that the hospital stop operating as a charity and start acting as a high-performance brand, modeled on Nike and Under Armour, known for breaking the conventions of their categories and going beyond their relationships with the public.

The SickKids VS Limits campaign replaced tears with the fighting and courageous spirit of patients, exalted the tireless dedication of doctors and nurses, and placed everyone facing limitations and uncertainties in the fight against the disease. The traditional philanthropic discourse, "help us," was replaced by "fund this fight," literally calling on investors. The bold change in institutional appeal led to a nearly 700% increase in online donations and a more than 60% increase in the average donation amount, reaching the goal of C$ 1.5 billion one year ahead of schedule!

The rollout across various platforms, including audiovisual narratives and podcasts, brought the public closer to patients, families, scientists, and medical breakthroughs; it engaged over 1.3 million donors and garnered immense public acclaim, drawing comments such as "spine-tingling," "probably the most intense commercial of all time," and "a gut punch," owing to its sheer power and impact.

The hospital moved beyond asking for compassion to calling for participation in the future of children's health. It was a branding strategy that transcended the conventional goals of recognition and reputation. This is what happens when a brand stops being the protagonist of its own story and makes room for society to take the lead on a cause: it finds people willing to share in that purpose.



Pic/Foto: SickKids Foundation

SickKids VS campaign, created by the agency Cossette for the SickKids children's hospital in Toronto
Campanha SickKids VS, criada pela agência Cossette para o hospital infantil SickKids, em Toronto

Além da Marca

De frágeis a guerreiros

Por Millena Machado

Imagine uma criança enfrentando uma doença grave e que, em vez de ser retratada como alguém frágil num leito à espera de ajuda, é mostrada como a guerreira de uma luta. Seria isso empoderamento infantil ou apelo de responsabilidade?

O ano era 2017, Toronto. As doações para o The Hospital for Sick Children estavam estagnadas. A comunicação baseada na representação da doença como uma fraqueza já não funcionava. O hospital pediátrico sem fins lucrativos integra o sistema público de saúde de Ontário (Canadá) com administração independente que depende de recursos governamentais e doações privadas.

Com o objetivo de tirar doadores da posição de espectadores e incentivá-los a agir, a agência canadense de publicidade Cossette propôs ao hospital parar de operar como instituição de caridade e começar a atuar como marca de alta performance, nos moldes da Nike e da Under Armour, reconhecidas por romper códigos de suas categorias e extrapolar suas relações com o público.

A campanha SickKids VS Limits trocou lágrimas pelo espírito combativo e corajoso dos pacientes, exaltou a dedicação incansável de médicos e enfermeiros e colocou todos enfrentando limitações e incertezas pela vitória contra a doença. O tradicional discurso de filantropia, "ajude-nos", foi substituído pelo "financie essa luta", literalmente chamando investidores. A ousada mudança de apelo institucional fez crescer em quase 700% as doações online e mais de 60%, o valor médio doado, alcançando a meta de C$ 1,5 bilhão de dólares um ano antes do prazo previsto!

O desdobramento em diferentes plataformas, narrativas audiovisuais e podcasts aproximou o público de pacientes, famílias, cientistas e descobertas médicas, engajou mais de 1,3 milhão de doadores e recebeu inúmeros elogios da opinião pública, como "de arrepiar", "provavelmente o comercial mais intenso de todos os tempos" e "um soco no estômago", de tão poderosa e impactante.

O hospital deixou de pedir compaixão para convocar participação no futuro da saúde infantil. Estratégia de branding que ultrapassou o objetivo convencional de reconhecimento e reputação. É o que acontece quando uma marca deixa de ser a protagonista de sua própria história e abre espaço para a sociedade protagonizar uma causa, ela encontra pessoas dispostas a participar do propósito.



Pic/Foto: Samuel Chaves

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

Council Talk

The distance between those who decide and who execute

By Andrea Mansano



Pic/Foto: Adobe Stock

Public sector reforms are based on a mistaken premise: the belief that institutional changes alone produce better results. Constitutions are revised, responsibilities redesigned, and new structures created, yet public policy delivery remains limited when authority is distant from the reality where problems occur.

The quality of public governance depends on the coherence between responsibility, autonomy, and implementation capacity. When local governments are responsible for delivering services but lack the resources, competencies, or freedom to decide, a disconnection emerges that compromises policy effectiveness.

This phenomenon appears in different contexts. In France and Egypt, local leaders operate with reduced financial, political, and administrative autonomy. In both cases, local managers are held accountable for results over which they have only partial control. In contrast, some countries, such as Germany and Rwanda, show how decentralization can strengthen the state when accompanied by coordination and accountability.

The central issue, therefore, is not simply distributing power, but distributing the capacity to govern. Decentralization without coordination generates fragmentation; excessive centralization produces delays, limits adaptability, and distances decisions from those who understand the local reality.

There is also a frequently overlooked effect: the dilution of accountability. When one level of government decides, and another executes, responsibilities become blurred. The result is an environment in which no one is fully responsible for outcomes, and society loses clarity about who should be held accountable.

Public governance, therefore, is not limited to the design of institutions. More effective states are not necessarily those that concentrate more power, but those that align authority, resources, responsibility, and accountability, bringing decisions closer to those who can transform them into concrete results for society.



Pic/Foto: Acervo pessoal/Personal archive

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

A distância entre quem decide e quem executa

Por Andrea Mansano

As reformas do setor público partem de uma premissa equivocada: acreditar que mudanças institucionais, sozinhas, produzem melhores resultados. Constituições são revisadas, competências redesenhadas e novas estruturas criadas, e, ainda assim, a entrega de políticas públicas permanece limitada quando a autoridade está distante da realidade onde os problemas acontecem.

A qualidade da governança pública depende da coerência entre responsabilidade, autonomia e capacidade de execução. Quando governos locais respondem pela entrega de serviços, mas não dispõem de recursos, competências ou liberdade para decidir, instala-se uma desconexão que compromete a efetividade das políticas.

Esse fenômeno aparece em diferentes contextos. Na França e no Egito, líderes locais operam com autonomia financeira, política e administrativa reduzida. Em ambos os casos, gestores locais respondem por resultados sobre os quais exercem controle apenas parcial. Em contraste, alguns países, como Alemanha e Ruanda, mostram como a descentralização pode fortalecer o Estado quando acompanhada de coordenação e accountability.

A questão central, portanto, não é simplesmente distribuir poder, mas distribuir capacidade de governar. Descentralizar sem coordenação gera fragmentação; centralizar em excesso produz lentidão, reduz a adaptação e distancia as decisões de quem conhece a realidade local.

Há ainda um efeito frequentemente negligenciado: a diluição da accountability. Quando um nível de governo decide e outro executa, as responsabilidades tornam-se difusas. O resultado é um ambiente em que ninguém responde integralmente pelos resultados e a sociedade perde clareza sobre quem deve prestar contas.

Governança pública, portanto, não se resume ao desenho das instituições. Estados mais eficazes não são necessariamente os que concentram mais poder, mas os que alinham autoridade, recursos, responsabilidade e prestação de contas, aproximando as decisões de quem pode transformá-las em resultados concretos para a sociedade.



Pic/Foto: Acervo pessoal/Personal archive

Lara Magalhães is a wine specialist, ambassador for Rare Champagne and associated with Wine C
Lara Magalhães é especialista em vinho, embaixadora da Rare Champagne e associada a Wine C

Wine in Full

What fits inside a bottle?

By Lara Magalhães

A bottle of wine never contains just wine. That would be far too simple, and wine, let us be honest, has never had a calling for simplicity.

It holds soil, rain, sun, hands, choices and time. Sometimes, centuries of family history. At other times, the audacity of someone who chose to challenge centuries of tradition. It holds a generous harvest or a year when nature decided to test the winemaker's patience. It holds technique, the whims of terroir, and that dose of unpredictability that no diploma has managed to tame.

Perhaps that is why wine fascinates us. It bottles places. A Pinot Noir from Burgundy and another grown thousands of miles away may share the same grape and almost none of the same personality. Thankfully. It would be terribly monotonous if every Pinot thought alike.

But there is something more intriguing: wine also bottles time. It waits for the harvest, fermentation, maturation and, often, for us. Some bottles spend years in silence until they find the right occasion. Others dispense with ceremony and prove that not every great encounter needs to be planned in advance. And time, too, tells a story.

Then, the bottle is opened. In that everyday gesture, everything held inside begins to move. The aroma escapes, the glass receives its first sip, and the story no longer belongs solely to the producer. It becomes ours.

The story of who planted the vines meets that of who chose to taste it. The wine becomes part of a dinner, a journey, a love story, a celebration, or a Tuesday that simply deserved a good bottle.

Perhaps that is wine's true luxury: turning time into memory. It does not require us to identify every aroma, memorize vintages, or perfectly pronounce the name of a château. We only need to be present. Because, in the end, the best bottle is not always the rarest or the most expensive. It is the one that, even after it is empty, leaves something behind within us. Perhaps that is why some bottles end at the table, yet remain in our memory for a long time.

Because some stories are written in ink. Others, fortunately, come in 750 ml... or more.

Vinho por Inteiro

O que cabe dentro de uma garrafa?

Por Lara Magalhães

Uma garrafa de vinho nunca contém apenas vinho. Seria simples demais e o vinho, convenhamos, nunca teve vocação para a simplicidade.

Ali cabem terra, chuva, sol, mãos, escolhas e tempo. Às vezes, séculos de uma família. Em outras, a ousadia de alguém que decidiu contrariar séculos de tradição. Cabe uma safra generosa ou um ano em que a natureza resolveu testar a paciência do enólogo. Cabem técnica, os caprichos do terroir e aquela dose de imprevisibilidade que nenhum diploma conseguiu domesticar.

Talvez por isso o vinho nos fascine. Ele engarrafa lugares. Um Pinot Noir da Borgonha e outro cultivado há milhares de quilômetros podem compartilhar a uva e quase nada da personalidade. Ainda bem. Seria terrivelmente monótono se todos os Pinots pensassem igual.

Mas há algo ainda mais curioso: o vinho também engarrafa tempo. Espera pela colheita, pela fermentação, pelo amadurecimento e, muitas vezes, por nós. Algumas garrafas atravessam anos em silêncio até encontrarem a ocasião certa. Outras dispensam cerimônias e provam que nem todo grande encontro precisa ser marcado com antecedência. E o tempo também conta.

Então, a garrafa é aberta. Nesse gesto cotidiano, tudo o que estava guardado ganha movimento. O aroma escapa, a taça recebe o primeiro gole e a história deixa de pertencer apenas ao produtor. Passa a ser nossa.

A história de quem plantou encontra a de quem escolheu degustá-la. O vinho passa a pertencer a um jantar, uma viagem, um amor, uma celebração ou a uma terça-feira que simplesmente merecia uma boa garrafa.

Talvez seja esse o verdadeiro luxo do vinho: transformar tempo em memória. Não exige que saibamos identificar cada aroma, decorar safras ou pronunciar perfeitamente o nome de um château. Basta estar presente. Porque no fim, a melhor garrafa nem sempre é a mais rara ou a mais cara. É aquela que, depois de vazia, ainda deixa alguma coisa dentro de nós. Talvez por isso algumas garrafas terminem na mesa, mas permaneçam por muito tempo na nossa memória.

Porque algumas histórias são escritas com tinta. Outras, felizmente, vêm em 750 ml... ou mais.



Pic/Foto: AI-generated image/Imagem gerada por inteligência artificial



We started by opening markets.
Today, we go further.

Same name,
a new dimension.

We take leaders and organizations to explore the world, imagine new possibilities and turn what they have seen into actionable strategy.

A new brand is coming, one that reflects BIG's evolution.

Explore. Imagine. Build.

Your gateway to a new world.

www.bostoninnovation.net

BIG BOSTON INNOVATION GATEWAY

Glocal Insights edition is launched in New York

Edition 8 of Glocal Insights magazine, Hong Kong: Pearl of the Orient, was launched in New York during a lunch held at the University Club of New York, on Fifth Avenue at 54th Street. The event was promoted by Money Report, Pra Elas and Belas Artes and also marked the launch of the graduate program in Women's Financial Autonomy, presented as an initiative that broadens the discussion beyond a niche, positioning it also as an economic issue.

With internationalization as its editorial focus, the magazine's edition is based on the idea that geographic borders do not define the limits of business opportunities. The publication reflects on how connections with different markets and ecosystems can broaden horizons, generate knowledge, and contribute to new local solutions.

The launch in New York reinforces this proposal by bringing two major global centers closer together. On one side, Hong Kong, recognized for its strategic relevance as a bridge between China, Asia and international markets. On the other, New York, one of the world's leading financial, cultural and business hubs. The choice of location symbolizes Glocal Insights' purpose of connecting different regions, perspectives and agendas around the movements redefining global business.

For Eduardo Diogo, editor of Glocal Insights, the launch in New York reinforces the publication's role as a bridge between ecosystems and leaders. "Launching an edition about Hong Kong in New York carries strong symbolism. These are two global centers that show how business, innovation, capital and knowledge circulate in a connected way. Glocal Insights was created to bring these realities closer together and translate international movements into useful insights for leaders, companies and institutions seeking to better understand a changing world," he says.

Female entrepreneurship also gains space in this edition and connects with the context of the launch in New York, held during the same event in which the graduate program in Women's Financial Autonomy was presented. The presence of the topic reinforces the magazine's proposal to address women's participation in business not only as a representation agenda, but as a relevant part of discussions on economic development, leadership and international engagement.



Pic/Foto: Glocal Insights

Launch of the Glocal Insights (Hong Kong) magazine in New York
Lançamento da revista Glocal Insights (Hong Kong) em Nova Iorque

Edição de Glocal Insights é lançada em Nova Iorque



Pic/Foto: Glocal Insights

During the magazine launch event, Eduardo Diogo, publisher of Glocal, accompanied by Walther Pinheiro, Daniella Marques, Carolina Ragazzi, Rodrigo Ragazzi, and Patrícia Cardim
Durante o evento de lançamento da revista, Eduardo Diogo, publisher da Glocal, acompanhado de Walther Pinheiro, Daniella Marques, Carolina Ragazzi, Rodrigo Ragazzi e Patrícia Cardim

A edição 8 da revista Glocal Insights, Hong Kong: Pérola do Oriente, foi lançada em Nova Iorque durante um almoço realizado no University Club of New York, na Quinta Avenida com a 54ª Rua. O encontro foi promovido pelo Money Report, Pra Elas e Belas Artes e também marcou o lançamento da pós-graduação em Autonomia Financeira Feminina, apresentada como uma iniciativa que amplia a discussão sobre o tema para além de um nicho, posicionando-o também como uma pauta econômica.

Com a internacionalização como eixo editorial, a edição da revista parte da ideia de que as fronteiras geográficas não definem os limites das oportunidades de negócios. A publicação propõe uma reflexão sobre como a conexão com diferentes mercados e ecossistemas pode ampliar horizontes, gerar conhecimento e contribuir para novas soluções locais.

O lançamento em Nova Iorque reforça essa proposta ao aproximar dois grandes centros globais. De um lado, Hong Kong, reconhecida por sua relevância estratégica como ponte entre a China, a Ásia e os mercados internacionais. De outro, Nova Iorque, um dos principais polos financeiros, culturais e empresariais do mundo. A escolha do local simboliza o propósito da Glocal Insights de conectar diferentes regiões, perspectivas e agendas em torno dos movimentos que estão redefinindo os negócios globais.

Para Eduardo Diogo, editor da Glocal Insights, o lançamento em Nova Iorque reforça o papel da publicação como ponte entre ecossistemas e lideranças. "Lançar uma edição sobre Hong Kong em Nova Iorque tem forte simbolismo. São dois centros globais que mostram como negócios, inovação, capital e conhecimento circulam de forma conectada. A Glocal Insights nasceu para aproximar essas realidades e traduzir movimentos internacionais em reflexões úteis para líderes, empresas e instituições que querem compreender melhor o mundo em transformação", afirma.

O empreendedorismo feminino também ganha espaço nesta edição e se conecta ao contexto do lançamento em Nova Iorque, realizado no mesmo encontro em que foi apresentada a pós-graduação em Autonomia Financeira Feminina. A presença do tema reforça a proposta da revista de tratar a participação das mulheres nos negócios não apenas como uma agenda de representatividade, mas como parte relevante das discussões sobre desenvolvimento econômico, liderança e inserção internacional.

FIEPE in Boston connects innovation and leadership

Over five intensive days, participants in the Global Executive Education Program, organized by IEL Pernambuco/FIEPE and the Boston Innovation Gateway (BIG), immersed themselves in one of the most innovative ecosystems on the planet. Boston is home to world-class universities, leading research centers, disruptive startups, and companies that are redefining markets. Program participants were invited to engage with this environment, absorbing practices and insights capable of inspiring transformation within their own organizations.

At the Massachusetts Institute of Technology (MIT), the focus was on the major trends reshaping the global economy. Artificial intelligence, digital transformation, and global competition were explored from a practical and strategic perspective, with professors challenging participants to reflect on what lies ahead and how to prepare for this new landscape.

At Hult International Business School, the discussion moved from understanding trends to applying them in business, exploring innovation methods, tools, and techniques capable of turning signals of change into growth. At Harvard, leadership took center stage, with adaptability, decision-making, trust-building, and the ability to mobilize people emerging as essential attributes for leading teams in times of uncertainty.

The program's greatest strength lies precisely in this combination, as well as in the exchange of experiences, where business leaders, association executives, and corporate executives shared diverse perspectives, seeking solutions through a plurality of viewpoints and a commitment to continuous learning.

"We know that artificial intelligence has been evolving over the years, but it has accelerated significantly only recently. As a result, it is changing the behavior of both people and companies. If we are not aligned with and updated on what is happening, we cannot continue leading our companies and institutions in the right direction," says Bruno Veloso, President of FIEPE.

By bringing together Brazilian leaders in one of the world's leading hubs of knowledge, EPIC Boston reaffirms its purpose of preparing leaders to understand the future before it arrives. In a world transformed by innovation and artificial intelligence, continuous learning has become a prerequisite for leadership.



Pic/Foto: Fábio Amador

Bruno Veloso is the President of the Federation of Industries of Pernambuco (FIEPE)
Bruno Veloso é Presidente da Federação das Indústrias de Pernambuco (FIEPE)

FIEPE em Boston conecta inovação e liderança

Ao longo de cinco dias intensos, os participantes do Programa de Educação Executiva Global, realizado pelo IEL Pernambuco/FIEPE e o Boston Innovation Gateway (BIG), mergulharam em um dos ecossistemas mais inovadores do planeta. Boston abriga universidades de excelência, centros de pesquisa mundiais, startups disruptivas e empresas que redefinem mercados. Os integrantes do programa foram convidados a interagir com esse ambiente, absorvendo práticas e reflexões capazes de inspirar transformações em suas próprias organizações.

No Massachusetts Institute of Technology (MIT), o foco esteve nas grandes tendências que estão redesenhando a economia global. Inteligência artificial, transformação digital e a competição global foram abordadas sob uma perspectiva prática e estratégica, onde os professores provocaram todos a refletir sobre o que vem pela frente e como se preparar para esse novo cenário.

Na Hult International Business School, o debate avançou do entendimento para a aplicação das tendências nos negócios, explorando métodos, ferramentas e técnicas de inovação capazes de transformar sinais de mudança em crescimento. Já em Harvard, a liderança ocupou o centro das discussões, com a adaptabilidade, tomada de decisão, construção de confiança e capacidade de mobilizar pessoas emergindo como atributos indispensáveis para conduzir equipes em tempos de incerteza.

O grande mérito do programa está justamente nessa combinação, assim como na troca de experiências, em que empresários, dirigentes de entidades e executivos compartilharam perspectivas diversas, buscando soluções por meio da pluralidade de visões e da disposição para aprender continuamente.

"Sabemos que a inteligência artificial foi crescendo ao longo dos anos, mas foi impulsionada há muito pouco tempo, então ela está modificando o comportamento das pessoas e das empresas. Se não estivermos afinados e atualizados com as coisas que estão acontecendo, não podemos continuar com as nossas empresas e instituições mostrando o verdadeiro direcionamento", afirma Bruno Veloso, presidente da FIEPE.

Ao reunir líderes brasileiros em um dos principais polos globais de conhecimento, o EPIC Boston reafirma seu propósito de preparar líderes para compreender o futuro antes que ele se imponha. Em um mundo transformado pela inovação e pela inteligência artificial, aprender continuamente tornou-se uma condição para liderar.



Pic/Foto: Fábio Amador

Group of Brazilian leaders during the Global Executive Education Program in Boston, USA
Grupo de líderes brasileiros durante o Programa de Educação Executiva Global, em Boston, EUA

Money Report's Brazilian Week brings Brazil closer to global business

The Brazilian Week, a MONEY REPORT project, is more than a schedule of events: it is a platform for connecting Brazilian businesspeople, investors, and leaders with the United States' leading business hubs. In its 7th edition, held in New York, the initiative went beyond a series of corporate gatherings, creating opportunities for knowledge exchange, relationship-building among leaders, and discussions on issues that influence business and investment decisions in an increasingly interdependent world.

The goal is to bring Brazilian business leaders closer to discussions and opportunities that transcend borders. Throughout the week, topics such as artificial intelligence, innovation, geopolitics, investments, and economic outlooks were at the center of the debates, alongside gatherings that foster strategic relationships and the exchange of experiences across different sectors.

The program began at Amazon's headquarters with the event "The Multiplication of Results," held with the support of AWS. It then continued at Restaurant Daniel, which hosted the III New York Gallery, bringing guests together to honor leaders such as José Auriemo Neto, Alexandre Baldy, Ana Fontes, Davide Marcovitch, Diego Barreto, Diogo Corona, Edgard Corona, Junia Hermont, Luiza Helena Trajano, Maurílio Biagi Filho, Renan Chieppe, and Simoni Morato, in an evening dedicated to recognition, networking, and connections across different sectors. The following day, BlackRock hosted the session "The Effects of the New Geopolitics on Brazil and the World," dedicated to international transformations and their impact on markets, investments, and business decisions.

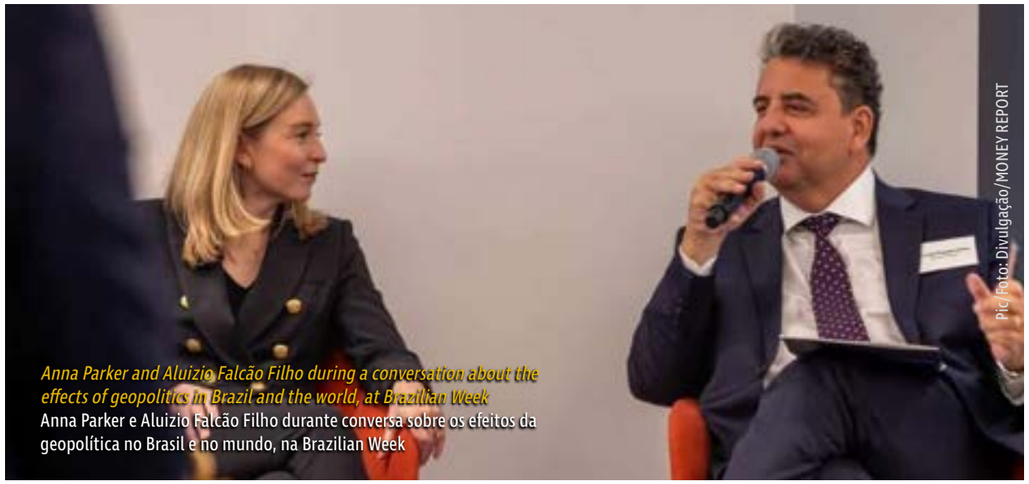
The week also made room for discussions on women's participation in the investment world. At The University Club, guests took part in conversations about women's growing role in the sector and the launch of a postgraduate program focused on women's financial autonomy.

By including this topic in its international agenda, the initiative creates space to reflect on the role of knowledge and education in building more autonomous professional and financial paths. The postgraduate program adds a practical dimension to this discussion, highlighting education as a tool for developing skills and supporting more informed decisions.



Participating group of Brazilian Week, during the closing of the week
Grupo participante da Brazilian Week, durante o encerramento da semana

Pic/Foto: Divulgação/MONEY REPORT



Anna Parker and Aluizio Falcão Filho during a conversation about the effects of geopolitics in Brazil and the world, at Brazilian Week
Anna Parker e Aluizio Falcão Filho durante conversa sobre os efeitos da geopolítica no Brasil e no mundo, na Brazilian Week

Pic/Foto: Divulgação/MONEY REPORT

The program also included exclusive moments, such as the cocktail reception at Tiffany & Co., which honored José Auriemo Neto, chairman of JHSF and Brazilian Person of the Year 2026 by the Brazilian-American Chamber of Commerce. Another highlight was the participation in the Person of the Year Awards Gala Dinner, held at the American Museum of Natural History, which also recognized Cristiano Amon, president and CEO of Qualcomm, as American Person of the Year 2026, in a celebration of the relations between Brazil and the United States.

The week concluded at Fasano Restaurant with a private lunch featuring presentations, discussions, and networking. Led by Cristina Falcão, CEO of MONEY REPORT, and Aluizio Falcão Filho, the group's publisher, the program reinforced the importance of creating spaces for dialogue and bringing leaders from different markets closer together.

In a city that brings together global leaders and leading institutions, the Brazilian Week highlights the value of internationalization as a practical endeavor. The initiative seeks to broaden perspectives, strengthen relationships, and turn meetings into opportunities for business and cooperation. By connecting strategic topics with relationship-building experiences, MONEY REPORT brings Brazilian business leaders closer to the discussions and opportunities shaping the global landscape.

Brazilian Week do Money Report aproxima o Brasil dos negócios globais

A Brazilian Week, projeto do MONEY REPORT, é mais do que uma agenda de encontros: é uma plataforma de conexões entre empresários, investidores e lideranças brasileiras e os principais ambientes de negócios dos Estados Unidos. Em sua 7ª edição, realizada em Nova Iorque, a iniciativa foi além de uma sequência de encontros corporativos: criou oportunidades para a troca de conhecimento, o relacionamento entre lideranças e a discussão de temas que influenciam as decisões de empresas e investidores em um cenário cada vez mais interdependente.

A proposta é aproximar o empresariado brasileiro de discussões e oportunidades que atravessam fronteiras. Ao longo da semana, temas como inteligência artificial, inovação,



Pic/Foto: Divulgação/MONEY REPORT

Honorees of the III New York Gallery, alongside event leaders and guests
Homenageados do III New York Gallery, ao lado de lideranças e convidados do evento

geopolítica, investimentos e cenários econômicos estiveram no centro dos debates, ao lado de encontros que valorizam a construção de relacionamentos estratégicos e a troca de experiências entre diferentes setores.

A programação começou na sede da Amazon, com o evento "A Multiplicação de Resultados", realizado com o apoio da AWS. Em seguida, o Restaurant Daniel recebeu o III New York Gallery, que reuniu convidados para homenagear lideranças como José Auriemo Neto, Alexandre Baldy, Ana Fontes, Davide Marcovitch, Diego Barreto, Diogo Corona, Edgard Corona, Junia Hermont, Luiza Helena Trajano, Maurílio Biagi Filho, Renan Chieppe e Simoni Morato, em uma noite dedicada ao reconhecimento, ao networking e à aproximação entre diferentes setores. No dia seguinte, a BlackRock sediou o encontro "Os efeitos da nova geopolítica no Brasil e no mundo", dedicado às transformações internacionais e seus reflexos sobre mercados, investimentos e decisões empresariais.

A semana reservou também espaço para o debate sobre a participação feminina no universo dos investimentos. No The University Club, convidados acompanharam discussões sobre o protagonismo das mulheres nesse mercado e o lançamento de uma pós-graduação voltada à autonomia financeira feminina.

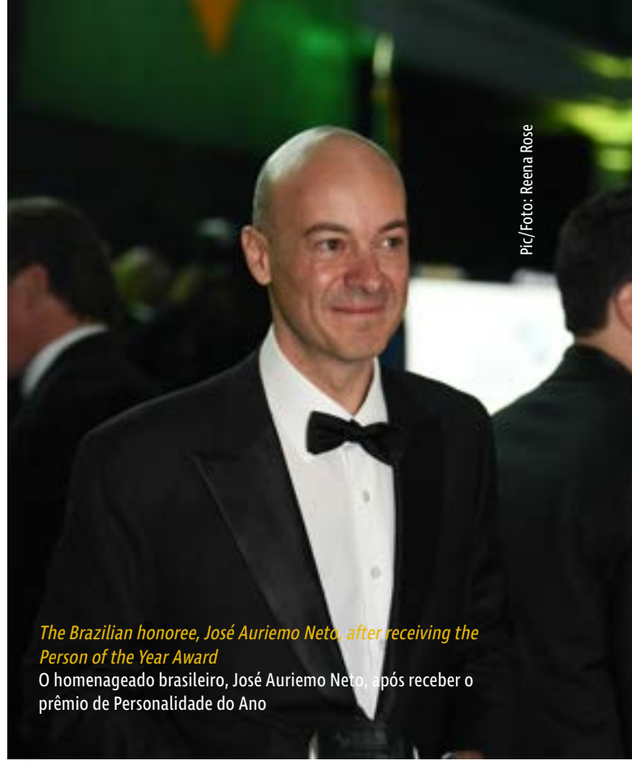
Ao incluir essa pauta na agenda internacional, a iniciativa cria espaço para refletir sobre o papel do conhecimento e da educação na construção de trajetórias profissionais e financeiras mais autônomas. O lançamento da pós-graduação acrescenta uma dimensão prática a essa discussão, ao destacar a formação como instrumento para ampliar competências e apoiar decisões mais conscientes.

A programação contou ainda com momentos exclusivos, como o coquetel na Tiffany & Co., que homenageou José Auriemo Neto, chairman da JHSF e Brazilian Person of the Year 2026 pela Brazilian-American Chamber of Commerce. Outro destaque foi a participação no Person of the Year Awards Gala Dinner, realizado no American Museum of Natural History, que também reconheceu Cristiano Amon, presidente e CEO da Qualcomm, como American Person of the Year 2026, em uma celebração das relações entre Brasil e Estados Unidos.

O encerramento ocorreu no Fasano Restaurant, com um almoço privado que reuniu palestras, debates e confraternização. Conduzida por Cristina Falcão, CEO de MONEY REPORT, e Aluizio Falcão Filho, publisher do grupo, a programação reforçou a importância de criar espaços de diálogo e aproximar lideranças de diferentes mercados.

Em uma cidade que concentra referências globais, a Brazilian Week evidencia o valor da internacionalização como prática concreta. A iniciativa busca ampliar repertórios, fortalecer relacionamentos e transformar encontros em possibilidades de negócios e cooperação. Ao conectar temas estratégicos a experiências de relacionamento, MONEY REPORT aproxima o empresariado brasileiro dos debates e das oportunidades que moldam o cenário global.

Person of the Year celebrates connections between Brazil and the US



Pic/Foto: Reena Rose

The Brazilian honoree, José Auriemo Neto, after receiving the Person of the Year Award
O homenageado brasileiro, José Auriemo Neto, após receber o prêmio de Personalidade do Ano

The American Museum of Natural History in New York City hosted a celebration of the enduring partnership between the United States and Brazil. In May 2026, the venue welcomed nearly 1,000 guests to the 2026 Person of the Year Awards Gala Dinner, organized by the Brazilian-American Chamber of Commerce (BrazilCham). Held annually since 1970, the event recognizes one Brazilian and one American leader for their contributions to relations between the two countries, bringing together representatives from the business, institutional, and diplomatic communities around a shared agenda of cooperation and opportunity.

More than an awards ceremony, the gathering provides an opportunity to bring together leaders from different sectors who help strengthen economic and professional ties between the two markets. By assembling individuals with diverse backgrounds and career paths, Person of the Year highlights how private enterprise, innovation, and the exchange of knowledge can expand opportunities for international collaboration.

This year, the Brazilian honoree was José Auriemo Neto, chairman of the board of JHSF, whose career has been closely associated with the transformation of several segments of Brazil's high-end market. Auriemo played a role in expanding a business model that brings together real estate development, shopping centers, hospitality, gastronomy, and executive aviation. The company's presence across these different sectors reflects a strategy of diversification and the creation of experiences that connect services, investment, and consumer markets.

According to BrazilCham, Auriemo was selected for his role in developing projects that meet international standards and for his work in sectors that bring business, hospitality, and investment together. His career also illustrates the ability of Brazilian companies to build sophisticated operations and establish benchmarks in competitive markets, expanding Brazil's presence in high-value-added segments.

The evening also recognized three social organizations: Américas Amigas, Rede Mulher Empreendedora (RME), and Civics Educação. The awardees work in different areas, including healthcare, women's leadership, and leadership development. Their inclusion broadens the scope of the tribute, underscoring that stronger international relations also depend on a commitment to social development, expanded

opportunities, and the education of individuals capable of contributing to their communities.

The American honoree was Cristiano Amon, President and CEO of Qualcomm. Born in Brazil and leading one of the world's major technology companies, Amon represents another dimension of the connection between the two countries: innovation and technological development. Under his leadership, Qualcomm expanded its activities into areas such as artificial intelligence, automotive, and the Internet of Things.

The ceremony is part of Brazil Week, an agenda that brings together executives, investors, and institutions in New York to discuss business, innovation, and opportunities for collaboration between Brazil and the United States. The Person of the Year also connects to the development of new leaders. Part of the dinner's proceeds funds the Person of the Year Fellowship Program, which provides scholarships to young Brazilian professionals accepted into graduate programs in the United States.

In 2026, the recognition of José Auriemo Neto highlighted a Brazilian business career built across different sectors and markets, as part of an agenda that brings leaders, businesses, and opportunities on both sides of the Atlantic closer together.



Pic/Foto: Luiz Ribeiro

American Museum of Natural History, decorated for the 2026 Person of the Year Award dinner
Museu Americano de História Natural, decorado para jantar do Person of the Year Award 2026

Person of the Year celebra conexões entre Brasil e EUA

O Museu Americano de História Natural, em Nova York, foi palco de uma celebração da parceria duradoura entre os Estados Unidos e o Brasil. Em maio de 2026, o espaço recebeu quase mil convidados para o Person of the Year Awards Gala Dinner 2026, promovido pela Brazilian-American Chamber of Commerce (BrazilCham). Realizado desde 1970, o evento reconhece anualmente um líder brasileiro e um americano por suas contribuições às relações entre os dois países, reunindo representantes do mundo empresarial, institucional e diplomático em torno de uma agenda comum de cooperação e oportunidades.

Mais do que uma premiação, o encontro é uma oportunidade de aproximar lideranças que atuam em diferentes setores e contribuem para fortalecer os vínculos econômicos e profissionais entre os dois mercados. Ao reunir personalidades com trajetórias distintas, o Person of the Year evidencia como a iniciativa privada, a inovação e o intercâmbio de conhecimentos podem ampliar as possibilidades de colaboração internacional.

Neste ano, o homenageado brasileiro foi José Auriemo Neto, presidente do conselho de administração da JHSF, cuja trajetória está ligada à transformação de diferentes segmentos do mercado brasileiro de alto padrão. Auriemo participou da expansão de um modelo de negócios que integra desenvolvimento imobiliário, shopping centers, hospitalidade, gastronomia e aviação executiva. A atuação da companhia nesses diferentes segmentos reflete uma estratégia de diversificação e de construção de experiências que conectam serviços, investimentos e consumo.

Segundo a BrazilCham, Auriemo foi escolhido por seu papel no desenvolvimento de projetos de padrão internacional e por sua atuação em setores que aproximam negócios, hospitalidade e investimentos. Sua trajetória também ilustra a capacidade de empresas brasileiras de desenvolver operações sofisticadas e estabelecer referências em mercados competitivos, ampliando a presença do país em segmentos de alto valor agregado.

A noite também reconheceu três organizações sociais: Américas Amigas, Rede Mulher Empreendedora (RME) e Civics Educação. As iniciativas premiadas atuam em áreas distintas, como saúde, liderança feminina e desenvolvimento de lideranças. A inclusão dessas organizações amplia o alcance da homenagem, ao destacar que o fortalecimento das relações entre países também passa pelo compromisso com o desenvolvimento social, a ampliação de oportunidades e a formação de pessoas capazes de contribuir para suas comunidades.

O homenageado americano foi Cristiano Amon, presidente e CEO da Qualcomm. De origem brasileira e líder de uma das principais empresas globais de tecnologia, Amon representa outra dimensão da conexão entre os dois países: inovação e desenvolvimento tecnológico. Sob sua liderança, a Qualcomm ampliou sua atuação para áreas como inteligência artificial, automóveis e Internet das Coisas.

A cerimônia integra a Brazil Week, agenda que reúne executivos, investidores e instituições em Nova York para discutir negócios, inovação e oportunidades de colaboração entre Brasil e Estados Unidos. O Person of the Year também se conecta à formação de novos líderes. Parte da receita do jantar financia o Person of the Year Fellowship Program, que oferece bolsas a jovens profissionais brasileiros aceitos em programas de pós-graduação nos Estados Unidos.

Em 2026, a homenagem a José Auriemo Neto colocou em evidência uma trajetória empresarial brasileira construída entre diferentes setores e mercados, em uma agenda que aproxima lideranças, negócios e oportunidades dos dois lados do Atlântico.



Pic/Foto: Dione Lopes

José Auriemo, Chairman of JHSF, and Augusto Martins, CEO of JHSF, during the 2026 Person of the Year Awards Gala Dinner
José Auriemo, Chairman da JHSF, e Augusto Martins, CEO da JHSF, durante o 2026 Person of the Year Awards Gala Dinner



Pic/Foto: Reena Rose

Cristiano Amon, the American honoree, was unable to attend the event but sent a video expressing his gratitude
Cristiano Amon, homenageado americano, não pôde comparecer ao evento, mas enviou um vídeo de agradecimento

Barcelona inspires Brazilian leaders in digital health

Digital transformation is redefining how healthcare systems are planned, managed, and delivered to the population. In this context of rapid technological change, gaining exposure to international experiences has become a competitive advantage. It was with this purpose that the Executive Program for Digital Health Connection was created, a collaboration between the Social Service of Industry (SESI), the SESI Council, and the Ministry of Health, bringing Brazilian executives to Barcelona.

Recognized for integrating technology, innovation, management, and people-centered care, Barcelona has established itself as an international benchmark in digital health. Its ecosystem brings together leading universities, research centers, hospitals, public organizations, startups, and companies that work collaboratively to develop solutions aimed at expanding access and increasing the efficiency of healthcare services.

Throughout the program, participants explored topics that are shaping the digitalization of healthcare across different countries. Discussions covered data interoperability and integration, digital platforms designed for workers, phygital care pathways applied to industry, integrated governance, the sustainability of healthcare systems, and collaboration between the public and private sectors to accelerate innovation and improve the quality of services.

The agenda combined academic activities with technical visits to institutions that are part of Catalonia's health innovation ecosystem. Organizations visited included ESADE, TIC Salut Social, Biocat, Barcelona Health Hub, and other entities working at the intersection of technology, research, and healthcare services.

The group also engaged with internationally recognized experts, including Josep Lluís Cano, professor at ESADE; Joan Guanyabens, director of TIC Salut Social; Frederic Llordachs, CEO of Llamalítica; and Manel Peiró, director of the Institute for Healthcare Management at ESADE. Throughout the sessions, participants discussed data integration, applications of artificial intelligence in healthcare, and other relevant topics.

The program allowed participants to learn about initiatives already implemented within Barcelona's healthcare ecosystem and to understand how governments, universities, companies, and research centers work together to develop solutions focused on promoting health and improving the well-being of the population.



Pic/Foto:Nahuel Beade

Paulo Mól, Superintendent Director of SESI Nacional, during an activity of the Executive Program for Digital Health Connection in Barcelona
Paulo Mól, diretor-superintendente do SESI Nacional, durante atividade do Programa Executivo de Conexão em Saúde Digital, em Barcelona



Pic/Foto: Nahuel Beade

Brazilian executives taking part in the program in Barcelona, Spain
Executivos brasileiros participando do programa em Barcelona, na Espanha

Barcelona inspira líderes brasileiros para a saúde digital

A transformação digital está redefinindo a forma como sistemas de saúde são planejados, geridos e entregues à população, e, nesse cenário de rápidas mudanças tecnológicas, conhecer experiências internacionais tornou-se um diferencial. Foi com esse propósito que nasceu o Programa Executivo de Conexão em Saúde Digital, uma cooperação entre o Serviço Social da Indústria (SESI), o Conselho do SESI e o Ministério da Saúde, que levou executivos brasileiros a Barcelona.

Reconhecida por integrar tecnologia, inovação, gestão e cuidado centrado nas pessoas, Barcelona consolidou-se como referência internacional em saúde digital. Seu ecossistema reúne universidades de excelência, centros de pesquisa, hospitais, organizações públicas, startups e empresas que atuam juntas para desenvolver soluções para ampliar o acesso e aumentar a eficiência dos serviços de saúde.

Ao longo da programação, foram abordados temas que vêm orientando a digitalização da saúde em diferentes países. As discussões trataram temas como a interoperabilidade e integração de dados, as plataformas digitais voltadas ao trabalhador, as linhas de cuidados phygital aplicadas à indústria, a governança integrada, a sustentabilidade dos sistemas de saúde e a articulação entre os setores público e privado para acelerar a inovação e ampliar a qualidade dos serviços.

A agenda combinou atividades acadêmicas e visitas técnicas a instituições que fazem parte do ecossistema catalão de inovação em saúde. Entre as organizações visitadas estiveram a ESADE, a TIC Salut Social, a Biocat, o Barcelona Health Hub e outras entidades que atuam na conexão entre tecnologia, pesquisa e serviços de saúde.

O grupo também conversou com especialistas de referência internacional, como Josep Lluís Cano, professor da ESADE; Joan Guanyabens, diretor da TIC Salut Social; Frederic Llordachs, CEO da Llamalítica; e Manel Peiró, diretor do Institute for Healthcare Management da ESADE. Ao longo dos encontros, os participantes discutiram sobre a integração de dados, aplicações da inteligência artificial na saúde, entre outros temas importantes.

O programa permitiu que os participantes conhecessem iniciativas já implementadas na saúde de Barcelona. Além de compreenderem como governos, universidades, empresas e centros de pesquisa atuam de forma integrada para desenvolver soluções voltadas à promoção da saúde e ao bem-estar da população.

CASA BRASIL
Innovation Hub

O ponto de encontro entre a gestão pública e o futuro

5 MANEIRAS DE SE TORNAR DA CASA 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.

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**

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.

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

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):

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**

LIDERANÇA

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)

ESTRATÉGIA

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**
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
13. **Descontos** e **Benefícios** exclusivos para contratação de serviços do Marktplace 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

GESTÃO

INOVAÇÃO

GOVERNANÇA & CULTURA

VISIBILIDADE

LEGADO



"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 thank (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

IEL MG and FIEMG: global knowledge to transform business

In a landscape of accelerated change, the key differentiator lies in turning innovation, leadership, and strategy into productivity, competitiveness, and growth. This perspective guided the IEL Global Executive Education Program, promoted by the Euvaldo Lodi Institute of Minas Gerais (IEL MG) and the Federation of Industries of the State of Minas Gerais (FIEMG), in partnership with the Boston Innovation Gateway.

In Boston, two groups of Brazilian entrepreneurs, executives, and leaders took part in the program in consecutive weeks. Each group experienced an immersion combining academic learning, practical activities, and benchmarking visits. The program included institutions such as MIT, Harvard, and Hult International Business School, as well as companies and hubs that connect universities, startups, and industry.

More than presenting international references, the experience encouraged a shift in perspective. At MIT, technology, artificial intelligence, automation, and sustainability were examined in connection with business. At Hult, the focus was on applied innovation, business models, and internationalization. At Harvard, leadership, management, and entrepreneurship broadened the discussion around the challenges organizations face in highly complex environments.

The benchmark visits complemented the learning experience by showing how different organizations transform knowledge and technology into solutions. Robotics, artificial intelligence, sustainability, and new business models were part of an agenda that highlighted innovation as a strategic driver.

In this context, artificial intelligence was no longer viewed solely as a trend, but also through the lens of its application to processes, efficiency, and the creation of new opportunities. The challenge lies not only in adopting technologies, but in identifying where they can generate value.

According to Guilherme Abrantes, President-elect of FIEMG, the experience reinforces the importance of maintaining a forward-looking perspective and remaining open to new possibilities. "There are many lessons we take away from the program, but the most important one is to always think ahead. We must always keep an open mind and seek new challenges. Innovation is what opens the most doors and teaches us how to navigate this moment."

The key lesson from Boston is that global competitiveness depends not only on keeping pace with the future, but on developing the ability to shape it. Every transformation begins when an organization decides to view its challenges through the lens of new possibilities.



Pic/Foto:Gonzalo Veloz

Guilherme Abrantes, President-elect of FIEMG, receives his certificate of participation in the IEL Global Executive Education Program

Guilherme Abrantes, presidente eleito da FIEMG, recebe o certificado de participação no Programa IEL Educação Executiva Global



Pic/Foto: Gonzalo Veloz

Group of Brazilian businesspeople, executives, and leaders participating in the program in Boston

Grupo de empresários, executivos e lideranças brasileiras no programa em Boston

IEL MG e FIEMG: conhecimento global para transformar negócios

Em um cenário de mudanças aceleradas, o diferencial está em transformar inovação, liderança e estratégia em produtividade, competitividade e crescimento. É essa perspectiva que orientou o Programa IEL Educação Executiva Global, promovido pelo Instituto Euvaldo Lodi de Minas Gerais (IEL MG) e pela Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG), em parceria com o Boston Innovation Gateway.

Em Boston, dois grupos de empresários, executivos e lideranças brasileiras participaram do programa em semanas consecutivas. Cada grupo viveu uma imersão com formação acadêmica, experiências práticas e visitas de benchmark, que incluiu instituições como MIT, Harvard e Hult International Business School, além de empresas e hubs que conectam universidades, startups e indústria.

Mais do que apresentar referências internacionais, a experiência propôs uma mudança de perspectiva. No MIT, tecnologia, inteligência artificial, automação e sustentabilidade foram analisadas em conexão com os negócios. Na Hult, o foco esteve na inovação aplicada, nos modelos de negócio e na internacionalização. Em Harvard, liderança, gestão e empreendedorismo ampliaram a reflexão sobre os desafios das organizações em ambientes de alta complexidade.

As visitas de benchmark complementaram a formação ao mostrar como diferentes organizações transformam conhecimento e tecnologia em soluções. Robótica, inteligência artificial, sustentabilidade e novos modelos de negócio fizeram parte de uma agenda que evidenciou a inovação como elemento estratégico.

Nesse contexto, a inteligência artificial deixou de ser apenas uma tendência e passou a ser considerada também sob a perspectiva de sua aplicação aos processos, à eficiência e à criação de novas oportunidades. O desafio não está somente em adotar tecnologias, mas em identificar onde elas podem gerar valor.

Para Guilherme Abrantes, presidente eleito da FIEMG, a experiência reforça a importância de manter uma visão de futuro e estar aberto a novas possibilidades. "São vários os aprendizados que a gente tem no programa, mas o principal é sempre pensar à frente. A gente tem que estar sempre com a mente aberta para buscar novos desafios. Inovar é o que mais abre caminhos e nos ensina a lidar com esse momento".

A grande lição de Boston é que competitividade global não depende apenas de acompanhar o futuro, mas de desenvolver a capacidade de construí-lo. Toda transformação começa quando uma organização decide enxergar seus desafios a partir de novas possibilidades.

Big Apple Networking

Why a woman? Why not? The election to make history at the United Nations

By Carla Greeb

In its 80 years, the United Nations (UN) has had nine Secretaries-General. In 2027, the world may see a woman take the post. The first Secretary-General, Trygve Lie, understood its burden. When he handed the office to Dag Hammarskjöld, he reportedly said: "You are about to take over the most impossible job on Earth."

Today, the UN has 193 Member States and responsibilities spanning conflict, humanitarian relief, climate change, migration and human rights. Yet the five permanent Security Council members — the United States, China, Russia, France and the United Kingdom — can veto a candidate. The General Assembly appoints the Secretary-General on the Council's recommendation.

Could a woman lead the UN for the first time? Not just because it's a woman but because equal opportunity should apply to an institution that champions equality. The successful candidate must show integrity, diplomatic skill and an ability to unite nations.

The choice comes amid deadlock over Ukraine, Gaza and Sudan, financial pressures and doubts about multilateral cooperation. The next Secretary-General must make diplomacy work when political interests obstruct progress. As António Guterres said: "I don't think miracles are possible. I think politics is the art of trying to make what is necessary possible."

Candidates in the 2026 race include Ivonne A-Baki, María Fernanda Espinosa Garcés, Rafael Mariano Grossi, Rebeca Grynspan, Olara Otunnu, Carolyn Rodrigues Birkett and Macky Sall. Michelle Bachelet and Virginia Gamba have withdrawn.

In 1954, Dag Hammarskjöld recalled: "The United Nations was not created to take mankind to heaven, but to save humanity from hell". The UN cannot create a perfect world, but it can help prevent catastrophe and keep the path to peace open.

I would welcome this historic change. No leader can guarantee peace, but a qualified woman with vision, courage, and integrity could help guide the world toward peace and equality in leadership.



Secretary-General Opens 81st Session of General Assembly Debate
Secretário-Geral abre o debate da 81ª sessão da Assembleia Geral

Pic/Foto: UN Photo/Loey Felipe

Big Apple Networking

Por que uma mulher? Por que não? A eleição para fazer história nas Nações Unidas

Por Carla Greeb

Em seus 80 anos, as Nações Unidas (ONU) tiveram nove secretários-gerais. Em 2027, o mundo poderá ver uma mulher assumir o cargo. O primeiro secretário-geral, Trygve Lie, compreendia o peso dessa responsabilidade. Ao passar o cargo a Dag Hammarskjöld, ele teria dito: "Você está prestes a assumir o trabalho mais impossível da Terra."

Hoje, a ONU tem 193 Estados-membros e responsabilidades que abrangem conflitos, ajuda humanitária, mudanças climáticas, migração e direitos humanos. No entanto, os cinco membros permanentes do Conselho de Segurança — Estados Unidos, China, Rússia, França e Reino Unido — podem vetar um candidato. A Assembleia Geral nomeia o secretário-geral com base na recomendação do Conselho.

Uma mulher poderia liderar a ONU pela primeira vez? Não apenas por ser mulher, mas porque a igualdade de oportunidades deve se aplicar a uma instituição que defende a igualdade. A candidata escolhida deverá demonstrar integridade, habilidade diplomática e capacidade de unir nações.

A escolha ocorre em meio a impasses sobre Ucrânia, Gaza e Sudão, pressões financeiras e dúvidas sobre a cooperação multilateral. O próximo secretário-geral deverá fazer a diplomacia funcionar quando interesses políticos impedirem o progresso. Como disse António Guterres: "Não acho que milagres sejam possíveis. Acho que a política é a arte de tentar tornar possível o que é necessário."

Os candidatos de 2026 incluem Ivonne A-Baki, María Fernanda Espinosa Garcés, Rafael Mariano Grossi, Rebeca Grynspan, Olara Otunnu, Carolyn Rodrigues Birkett e Macky Sall. Michelle Bachelet e Virginia Gamba retiraram suas candidaturas.

Em 1954, Dag Hammarskjöld lembrou: "As Nações Unidas não foram criadas para levar a humanidade ao céu, mas para salvar a humanidade do inferno." A ONU não pode criar um mundo perfeito, mas pode ajudar a evitar catástrofes e manter aberto o caminho para a paz.

Eu saudaria essa mudança histórica. Nenhum líder pode garantir a paz, mas uma mulher qualificada, com visão, coragem e integridade, poderia ajudar a conduzir o mundo rumo à paz e à igualdade na liderança.



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

Pic/Foto: Acervo pessoal / Personal archive



Pic/Foto: Gonzalo Veloz

Mike Grandinetti, Entrepreneur, Professor at Hult International Business School and international authority on innovation and artificial intelligence, during an EPIC Boston for Construction class
Mike Grandinetti, empreendedor, professor da Hult International Business School e referência internacional em inovação e inteligência artificial, durante uma aula do EPIC Boston for Construction

New perspectives on the future of the construction industry

The construction industry is in need of change. Under pressure to increase productivity, reduce carbon emissions, and incorporate new technologies, the industry requires a new way of thinking, leading, and building. This transformation was precisely what guided the EPIC Boston for Construction program. This immersive experience brought together executives, business leaders, and international experts to discuss the future of the sector from different perspectives: artificial intelligence, leadership, sustainability, innovation, and new business models.

The program included activities at Hult International Business School, sessions at academic institutions such as Harvard, visits to innovation hubs in Cambridge and Boston, as well as meetings with public-sector representatives and initiatives focused on urban and housing development. The program demonstrated to participants, in practice, how universities, companies, government, and entrepreneurs work together to accelerate innovation.

Participants also attended classes and workshops led by internationally recognized experts, including Mike Grandinetti, James Fitchett, Hitendra Patel, and Admir Masic. The sessions provided an integrated perspective on the key challenges and trends shaping the construction industry, bringing together insights on innovation, leadership, artificial intelligence, sustainability, and technological development, always connected to the practices of the world's most advanced innovation ecosystems.

Mike Grandinetti, professor at Hult International Business School, emphasizes the importance of seeking insights from the world's leading innovation ecosystems: "If you have not yet felt the motivation to transcend geographical boundaries and explore the world's leading hubs at the forefront of innovation, consider this an invitation to make such an immersion a strategic priority. The long-term sustainability of your organization and the prosperity of your local community are at stake."

The program demonstrated that the future of construction depends on the ability to connect technology, people, and knowledge. In an environment of increasingly rapid transformation, competitiveness requires continuous learning, collaboration across organizations, and a willingness to innovate.

Novas perspectivas para o futuro do setor da construção

O setor da construção vive uma necessidade de mudança. Pressionada para elevar a produtividade, reduzir emissões de carbono e incorporar novas tecnologias, a indústria pede uma nova forma de pensar, liderar e construir. Foi justamente essa transformação que norteou a programação do EPIC Boston for Construction, uma imersão que reuniu executivos, empresários e especialistas internacionais para discutir o futuro do setor sob diferentes perspectivas: inteligência artificial, liderança, sustentabilidade, inovação e novos modelos de negócios.

O cronograma integrou atividades na Hult International Business School, encontros em instituições acadêmicas como Harvard, visitas a espaços de inovação em Cambridge e Boston, além de agendas com representantes do setor público e iniciativas voltadas ao desenvolvimento urbano e habitacional. A programação demonstrou aos participantes, na prática, como universidades, empresas, governo e empreendedores atuam de forma integrada para acelerar a inovação.

Os participantes também acompanharam aulas e workshops conduzidos por especialistas de reconhecimento internacional, entre eles Mike Grandinetti, James Fitchett, Hitendra Patel e Admir Masic. Os encontros promoveram uma visão integrada sobre os principais desafios e tendências da construção civil, reunindo conhecimentos em inovação, liderança, inteligência artificial, sustentabilidade e desenvolvimento tecnológico, sempre conectados às práticas dos mais avançados ecossistemas de inovação do mundo.

Mike Grandinetti, professor da Hult International Business School, reforça a importância de buscar referências nos principais ecossistemas globais de inovação: "Caso ainda não tenha sentido a motivação necessária para transcender fronteiras geográficas e explorar os epicentros globais de vanguarda, fica aqui o convite para que torne essa imersão uma prioridade estratégica. A sustentabilidade de sua organização a longo prazo e a prosperidade de sua comunidade local estão em jogo."

O programa demonstrou que o futuro da construção depende da capacidade de conectar tecnologia, pessoas e conhecimento. Em um cenário de transformações cada vez mais rápidas, a competitividade passa a significar aprendizado contínuo, colaboração entre organizações e disposição para inovar.



Pic/Foto: Gonzalo Veloz

Business owners and executives participants of the EPIC Boston for Construction
Empresários e executivos participantes do EPIC Boston for Construction

FIRJAN expands the industry's global outlook

How can an international experience be transformed into new opportunities for Brazilian industry? This question guided the journey of the IEL Global Executive Education Program, which brought together 31 leaders for an immersion in Boston's innovation ecosystem.

The program's purpose is to develop a global mindset, new skills, connections, opportunities, and ideas capable of generating results. Throughout the experience, theory and practice came together in an agenda that combined executive education, action-learning, benchmarking, and networking.

The choice of Boston reinforces this purpose. Considered one of the world's leading innovation ecosystems, the city brings together universities, startups, corporate innovation centers, and investors. Boston is home to more than 4,000 startups and over 50 innovation centers operated by Fortune 500 companies, creating an environment conducive to observing how knowledge, technology, and entrepreneurship connect to drive growth.

At MIT, participants engaged with experts in leadership, artificial intelligence, digital transformation, strategy, innovation, and product development. Benchmarking visits and experiences broadened this perspective, bringing the group closer to organizations and environments such as MIT CSAIL, Harvard, Amazon, and technology startups, as well as spaces dedicated to connecting entrepreneurs and different ecosystem stakeholders.

Artificial intelligence was among the key topics, but within a broader discussion about transformation. The question is not only what technology can do, but how organizations can develop the capabilities needed to use it strategically, create new market categories, and transform business models.

In the end, the challenge becomes bringing Boston home. The closing workshop was designed precisely to organize the learnings and turn ideas into applicable results. Alexandre dos Reis, Executive Director of the Firjan System, notes that "we have a major challenge of developing companies. However, to achieve this, we, the executives participating in the program, need to advance our knowledge."

It is through this transfer that the program connects Brazilian leaders with global references so that new ideas, skills, and connections do not end with the international experience, but continue to generate transformation within organizations and across the Brazilian industrial ecosystem.



Pic/Foto: Fábio Amador

Firjan group participants in the executive education program
Participantes do grupo Firjan no programa de educação executiva



Pic/Foto: Fábio Amador

Alexandre dos Reis is Executive Director of the Firjan system and one of those responsible for the program
Alexandre dos Reis é Diretor Executivo do Sistema Firjan e um dos responsáveis pelo programa

FIRJAN amplia visão global da indústria

Como transformar uma experiência internacional em novas oportunidades para a indústria brasileira? Essa pergunta orientou a jornada do Programa IEL de Educação Executiva Global, que reuniu 31 líderes para uma imersão no ecossistema de inovação de Boston.

A proposta do programa é desenvolver um mindset global, novas competências, conexões, oportunidades e ideias capazes de gerar resultados. Ao longo da experiência, teoria e prática se encontraram em uma agenda que reuniu educação executiva, action-learning, benchmarking e networking.

A escolha de Boston reforça esse propósito. Considerada um dos principais ecossistemas globais, a cidade reúne universidades, startups, centros de inovação corporativa e investidores. Boston abriga mais de 4 mil startups e mais de 50 centros de inovação de empresas Fortune 500, criando um ambiente propício para observar como conhecimento, tecnologia e empreendedorismo se conectam para gerar crescimento.

No MIT, os participantes tiveram contato com especialistas em liderança, inteligência artificial, transformação digital, estratégia, inovação e desenvolvimento de produtos. As visitas e experiências de benchmarking ampliaram essa perspectiva, aproximando o grupo de organizações e ambientes como MIT CSAIL, Harvard, Amazon e startups de tecnologia, além de espaços dedicados à conexão entre empreendedores e diferentes atores do ecossistema.

A inteligência artificial esteve entre os temas de destaque, mas dentro de uma discussão mais ampla sobre transformação. A questão não é apenas o que a tecnologia pode fazer, mas como as organizações podem desenvolver as capacidades necessárias para utilizá-la estrategicamente, criar novas categorias de mercado e transformar modelos de negócio.

Ao final, o desafio passa a ser levar Boston para casa. O workshop de encerramento foi desenhado justamente para organizar os aprendizados e converter ideias em resultados aplicáveis. Alexandre dos Reis, Diretor Executivo do Sistema Firjan, cita que "nós temos um grande desafio de desenvolver as empresas. Porém, para conseguir fazer isso, nós, executivos que estamos aqui no programa, precisamos evoluir no conhecimento".

É nessa transferência que o programa conecta líderes brasileiros a referências globais para que novas ideias, competências e conexões não terminem na experiência internacional, mas continuem gerando transformação dentro das organizações e no ecossistema industrial brasileiro.



















Glocal Insights

BUSINESS · INNOVATION · GLOBAL LEADERSHIP

Your story, alongside those shaping the future

Sua história ao lado de quem move o futuro.

Ideas that transcend borders.
Connections that create opportunities.

Ideias que atravessam fronteiras.
Conexões que viram oportunidades.

BE PART OF THE NEXT EDITION
Faça parte da próxima edição.

contato@glocal-insights.com
www.glocal-insights.com

Universidade do Contestado takes its academic mission to New York and Boston

New York and Boston, two of the world's leading hubs for education, knowledge, and innovation, served as the setting for the EPIC EDGE Program for innovation in education. Organized by the University of Contestado (UNC), the program brought together the best of both worlds, providing an immersive experience in different practices, cultures, and perspectives on teaching, research, community engagement, and innovation.

The program was designed to broaden horizons, develop new competencies, and connect participants with internationally renowned institutions. In New York, the agenda included visits to New York University (NYU) and Columbia University, offering the opportunity to observe different perspectives on teaching, research, community engagement, and innovation in a city shaped by cultural diversity and the connection between knowledge, technology, and social impact.

The experience then continued in Boston, where participants visited institutions such as Hult International Business School, Harvard Business School, Harvard Medical School, the University of Massachusetts Lowell, and MIT. The agenda also included sessions on strategy, capabilities, and innovation, as well as moments dedicated to reflection and relationship-building.

For Luciano Bendlin, Dean of UNC and PhD in Business Administration, the mission provided an opportunity to look at the educational institution and the future of education, seeking to ensure that what is being done today makes a difference in people's lives. "The most important thing is being able to look at an educational institution that works with people, that works with education, and look to the future, thinking about how we can further improve education," he says.

His statement summarizes one of the key meanings of the experience: internationalization is not only about discovering new places, but also about creating connections capable of generating new perspectives on challenges and opportunities. By engaging with different academic cultures and innovation models, Brazilian institutions broaden their repertoire and strengthen their ability to transform knowledge into new practices.

Across universities, laboratories, innovation centers, and networking spaces, the mission showed that the future of education is also shaped by the ability to engage with the world. This is where experiences such as the EPIC EDGE Program reveal their greatest potential: bringing new references back home and transforming them into concrete possibilities for innovation.



Pic/Foto: Boston Innovation Gateway

Luciano Bendlin is the Dean of the University of Contestado and a doctor in Administration
Luciano Bendlin é reitor da Universidade do Contestado e doutor em Administração

Universidade do Contestado leva sua missão acadêmica a Nova Iorque e Boston

Nova Iorque e Boston, dois dos maiores polos globais de educação, conhecimento e inovação, foram o cenário do Programa EPIC EDGE para inovação em educação. Realizado pela Universidade do Contestado (UNC), o programa conseguiu reunir o melhor dos dois mundos, proporcionando uma imersão em diferentes práticas, culturas e perspectivas sobre ensino, pesquisa, extensão e inovação.

O programa foi estruturado para ampliar horizontes, desenvolver novas competências e aproximar os participantes de instituições reconhecidas mundialmente. Em Nova Iorque, a programação passou pela New York University (NYU) e pela Columbia University, o que permitiu observar diferentes perspectivas sobre ensino, pesquisa, extensão e inovação, em uma cidade marcada pela diversidade cultural e pela conexão entre conhecimento, tecnologia e impacto social.

A experiência seguiu para Boston, onde os participantes estiveram em instituições como Hult International Business School, Harvard Business School, Harvard Medical School, University of Massachusetts Lowell e MIT. A agenda também contemplou sessões sobre estratégias, capacidades e inovação, além de momentos destinados à reflexão e à construção de conexões.

Para Luciano Bendlin, reitor da UNC e doutor em Administração, a missão possibilitou olhar para a instituição de ensino e para o futuro da educação, buscando que o que se faz agora tenha um diferencial na vida das pessoas. "O mais importante é você poder olhar para a instituição de ensino que trabalha com pessoas, que trabalha com a educação, e olhar para o futuro, pensando em como se pode melhorar ainda mais a educação", afirma.

A declaração sintetiza um dos principais sentidos da experiência: internacionalizar não significa apenas conhecer outros lugares, mas criar conexões capazes de gerar novos olhares sobre desafios e possibilidades. Ao entrar em contato com diferentes culturas acadêmicas e modelos de inovação, instituições brasileiras ampliam seu repertório e fortalecem a capacidade de transformar conhecimento em novas práticas.

Entre universidades, laboratórios, centros de inovação e espaços de networking, a missão mostrou que o futuro da educação é construído também pela capacidade de dialogar com o mundo. E é aí que experiências como o Programa EPIC EDGE encontram seu maior potencial: trazer novas referências para casa e transformá-las em possibilidades concretas de inovação.



Pic/Foto:Gonzalo Veloz

Faculty members from the University of Contestado during the EPIC EDGE program
Docentes da Universidade do Contestado durante o programa EPIC EDGE

LIDE
New York-DC

LIDE Future Cities Summit brings Brazil and U.S. together

By Fernanda Baggio

On December 1 and 2, 2026, Washington, D.C., will host the LIDE Future Cities Summit, an international mission designed for Brazilian mayors, deputy mayors and public administration leaders. The initiative aims to connect local governments with leading global centers for financing, innovation, artificial intelligence and urban development.

Organized by LIDE Washington, the program will include strategic activities at the Inter-American Development Bank (IDB) and the United States Congress, creating opportunities for dialogue with international experts, multilateral organizations and leaders shaping the future of cities.

Throughout the mission, participants will explore issues directly connected to the challenges facing municipal governments. Key areas include access to international financing for urban infrastructure, structuring bankable projects, public-private partnerships and concessions, and the application of artificial intelligence and digital transformation in public administration.

The IDB program will address the institution's role in the development of Latin American cities, strategies for affordable and resilient housing, urban revitalization and heritage preservation. Another key discussion will focus on public management supported by artificial intelligence, digitalization and smart city solutions.

On the second day, an executive panel will examine the future of cities, with a focus on innovation, artificial intelligence and competitiveness. The mission will conclude with a visit to the United States Congress and meetings with experts and institutional representatives.

More than an international agenda, the LIDE Future Cities Summit offers a strategic immersion into experiences, solutions and models that can contribute to more innovative, efficient and future-ready public management. The program also seeks to strengthen institutional cooperation between Brazil and the United States and expand networking between Brazilian public leaders and the global ecosystem of financing, innovation and public policy.



Pic/Foto: Acervo pessoal / Personal archive

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



Pic/Foto: Adobe Stock/SeanPavonePhoto

Urban landscape of Washington, D.C., the capital of the United States
Paisagem urbana de Washington, D.C., capital dos Estados Unidos

LIDE
New York-DC

LIDE Future Cities Summit conecta Brasil e EUA em Washington

Por Fernanda Baggio

Nos dias 1º e 2 de dezembro de 2026, Washington, D.C., será palco do LIDE Future Cities Summit, uma missão internacional voltada a prefeitos, vice-prefeitos e líderes da administração pública brasileira. A iniciativa foi concebida para aproximar governos locais dos principais centros globais de financiamento, inovação, inteligência artificial e desenvolvimento urbano.

Promovido pelo LIDE Washington, o encontro terá uma programação estratégica no Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e no Congresso dos Estados Unidos, criando oportunidades de diálogo com especialistas internacionais, organismos multilaterais e lideranças envolvidas na construção das cidades do futuro.

Os participantes poderão aprofundar conhecimentos e criar conexões em temas diretamente ligados aos desafios da gestão municipal. Entre os eixos estão o acesso a financiamento internacional para infraestrutura urbana, a estruturação de projetos financiáveis, parcerias público-privadas e concessões, além da aplicação de inteligência artificial e da transformação digital na administração pública.

A agenda no BID também abordará o papel do organismo no desenvolvimento das cidades latino-americanas, estratégias para habitação acessível e resiliente, revitalização urbana e valorização do patrimônio. Outro destaque será o debate sobre gestão pública aliada à inteligência artificial, digitalização e cidades inteligentes.

No segundo dia, a programação prevê um painel executivo sobre o futuro das cidades, com foco em inovação, inteligência artificial e competitividade. A missão será concluída com uma visita ao Congresso dos Estados Unidos e encontros com especialistas e representantes institucionais.

Mais do que uma agenda internacional, o Summit propõe uma imersão estratégica em soluções e modelos para uma gestão pública mais inovadora e eficiente. O programa também busca fortalecer a cooperação entre Brasil e Estados Unidos e ampliar o networking com atores globais de financiamento, inovação e políticas públicas.

IEL CE in Toronto turns AI into industrial strategy



Pic/Foto: Fábio Amador

Ricardo Cavalcante, President of FIEC and IEL CE, during the executive education program in Toronto
Ricardo Cavalcante, presidente da FIEC e do IEL CE, durante o programa de educação executiva em Toronto

Toronto Minds Beyond brought together, in Toronto, participants from Instituto Euvaldo Lodi (IEL) of Ceará for an executive education experience focused on developing strategic knowledge and leadership capabilities for the use of artificial intelligence (AI) in industrial organizations. Held in partnership with the University of Toronto's Rotman School of Management, the program connected academic content, companies, and reflection on the challenges facing an industry in transformation.

Throughout the program, participants were invited to rethink how companies compete in a landscape where innovation, productivity, talent, and adaptability are gaining ground. One of the key insights explored was that competition has shifted from taking place solely between companies to involving ecosystems, making connections, capabilities, and learning speed strategic elements.

Strategy and artificial intelligence were part of the discussion. Roger Martin, co-creator of the "Playing to Win" framework, showed that competing requires clear choices about where to play, how to win, and which capabilities to develop. Adopting AI, in turn, requires AI literacy, governance, and human oversight. The challenge is to turn these choices into a competitive advantage.

The agenda was complemented by a visit to Bombardier, where participants experienced up close the advancements in manufacturing within the aviation sector. Immersive visits to ATS Automation, Rockwell Automation, and Cohere also allowed participants to observe different dimensions of this transformative environment. Debriefing sessions created space to relate the learnings to the challenges of the organizations.

More than accumulating information, the aim is to turn knowledge into action. Ricardo Cavalcante, president of FIEC, stated: "All the knowledge we are gaining here, we will take back to Ceará so that we can change the lives of the people there.

And that is the main goal and the work we have been doing at the federation." This idea captures the purpose of the experience: to ensure that international learning extends beyond the classroom and contributes to tangible change.

Rotman's certification recognizes the completion of the program, but the next challenge lies in the return. Sharing insights, fostering new practices, and transforming knowledge into decisions and initiatives capable of generating impact in Ceará are essential parts of this journey.

IEL CE em Toronto traduz IA em estratégia industrial

O Toronto Minds Beyond reuniu, em Toronto, participantes do Instituto Euvaldo Lodi (IEL) do Ceará em uma experiência de educação executiva voltada ao desenvolvimento de conhecimentos estratégicos e capacidades de liderança para o uso da inteligência artificial (IA) em organizações industriais. Realizado em parceria com a Rotman School of Management, da University of Toronto, o programa conectou conteúdo acadêmico, empresas e reflexão sobre os desafios da indústria em transformação.

Ao longo da programação, os participantes foram convidados a repensar como empresas competem em um cenário em que inovação, produtividade, talentos e adaptação ganham espaço. Um dos insights trabalhados foi o de que a competição deixou de acontecer apenas entre empresas e passou a envolver ecossistemas, tornando conexões, capacidades e velocidade de aprendizado elementos estratégicos.

Estratégia e inteligência artificial integraram a discussão. Roger Martin, coautor do framework "Playing to Win", mostrou que competir exige escolher onde atuar, como vencer e quais capacidades desenvolver. Já a adoção da IA exige letramento, governança e responsabilidade humana. O desafio é transformar essas escolhas em vantagem competitiva.

A agenda foi complementada por uma visita à Bombardier, onde os participantes vivenciam de perto os avanços em manufatura no setor de aviação. As imersões na ATS Automation, Rockwell Automation e Cohere também permitiram observar diferentes dimensões desse ambiente de transformação. Momentos de "debriefing" criaram espaço para relacionar os aprendizados aos desafios das organizações.

Mais do que acumular informações, a proposta está em transformar repertório em ação. Ricardo Cavalcante, presidente da FIEC, afirmou: "Todo o conhecimento que estamos ganhando aqui vamos levar para o Ceará, para que possamos mudar a vida das pessoas que estão lá. E esse é o grande objetivo e o trabalho que a gente tem feito na federação." A ideia sintetiza o propósito da experiência: fazer com que o aprendizado internacional ultrapasse a sala de aula e contribua para mudanças concretas.

A certificação da Rotman reconhece a conclusão da experiência, mas o desafio seguinte está no retorno. Compartilhar aprendizados, estimular novas práticas e transformar conhecimento em decisões e iniciativas capazes de gerar impacto no Ceará é parte essencial dessa jornada.



Pic/Foto: Fábio Amador

Participants of IEL Ceará during Toronto Minds Beyond
Participantes do IEL Ceará, durante o Toronto Minds Beyond

New Delhi inspires IEL to rethink industrial competitiveness



Group of Brazilian entrepreneurs and executives during the IEL Experience immersion
Grupo de empresários e executivos brasileiros durante imersão do IEL Experience

Pic/Foto: Boston Innovation Gateway

Industrial competitiveness is built when knowledge, talent, innovation, and execution come together. This perspective guides IEL Experience New Delhi, an initiative by Instituto Euvaldo Lodi (IEL) that connects Brazilian leaders with one of India's most relevant ecosystems for engineering, technology, and manufacturing.

Focused on industrial competitiveness, the experience structures its learnings across three layers: capability, innovation, and execution. The first focuses on developing engineers, researchers, and technical talent. The second turns knowledge into technologies, startups, pilots, and knowledge transfer. The third brings these solutions to industry, where processes, suppliers, quality, and scale determine results.

At the Indian Institute of Technology Delhi (IIT Delhi) and IHFC, participants engage with professors, executives, and entrepreneurs to understand how engineering and digital technologies are redefining manufacturing. Executive sessions, startup experiences, and a visit to the advanced manufacturing lab bring concepts closer to concrete applications and show pathways between research and the market.

The journey then moves to the factory floor. At Dixon Technologies, industrial benchmarking places participants in contact with automation, quality, operational excellence, and technology production at scale. The executive interaction and factory experience reinforce a central point: innovation is not only about developing technology, but also about creating the conditions for it to be incorporated, replicated, and translated into productivity.

The experience presents India as a relevant reference for understanding how scale, engineering talent, technology, supplier ecosystems, and innovation can come together to build industrial competitiveness. It is in this connection between universities, startups, companies, and industry that the journey gains relevance, broadening the repertoire of Brazilian leaders and creating opportunities to reinterpret global learnings through local challenges, turning knowledge into application, technology into productivity, and innovation into scale.

In New Delhi, what emerged was an industry that brings engineering, innovation, and execution closer together. For Brazil, the provocation remains: what connections do we need to build today so that the industry of the future can truly be produced?



Brazilian entrepreneurs and executives during the industrial immersion at the IEL Experience in India
Empresários e executivos brasileiros em imersão industrial durante o IEL Experience na Índia

Pic/Foto: Boston Innovation Gateway

Nova Delhi inspira IEL a repensar a competitividade industrial

A competitividade industrial é construída quando conhecimento, talento, inovação e execução se conectam. É essa perspectiva que orienta o IEL Experience Nova Delhi, iniciativa do Instituto Euvaldo Lodi (IEL) que aproxima líderes brasileiros de um dos ecossistemas mais relevantes de engenharia, tecnologia e manufatura da Índia.

Com foco em competitividade industrial, a experiência estrutura seus aprendizados em três camadas: capacidade, inovação e execução. A primeira envolve formação de engenheiros, pesquisadores e talentos técnicos. A segunda transforma conhecimento em tecnologias, startups, pilotos e transferência de conhecimento. A terceira leva essas soluções à indústria, onde processos, fornecedores, qualidade e escala determinam resultados.

No Instituto Indiano de Tecnologia de Délhi (IIT Delhi) e no IHFC, os participantes entram em contato com professores, executivos e empreendedores para compreender como engenharia e tecnologias digitais estão redefinindo a manufatura. Sessões executivas, experiências com startups e a visita ao laboratório de manufatura avançada aproximam conceitos de aplicações concretas e mostram caminhos entre pesquisa e mercado.

A jornada avança para o chão de fábrica. Na Dixon Technologies, o benchmarking industrial coloca os participantes diante de processos de automação, qualidade, excelência operacional e produção tecnológica em escala. A interação executiva e a experiência na fábrica reforçam uma questão central: inovar não significa apenas desenvolver uma tecnologia, mas criar condições para que ela seja incorporada, reproduzida e gere produtividade.

A experiência apresenta a Índia como uma referência relevante para compreender como escala, talento em engenharia, tecnologia, ecossistemas de fornecedores e inovação podem se combinar na construção de competitividade industrial. É nessa conexão entre universidade, startups, empresas e indústria que a jornada ganha relevância, ampliando o repertório de líderes brasileiros e criando oportunidades para reinterpretar aprendizados globais a partir dos desafios locais, transformando conhecimento em aplicação, tecnologia em produtividade e inovação em escala.

Em Nova Delhi, o que se viu foi uma indústria que aproxima engenharia, inovação e execução. Para o Brasil, fica a provocação: quais conexões precisamos construir hoje para que a indústria do futuro seja efetivamente produzida?

São Paulo Negócios prepares companies to cross borders

Internationalization begins before a company crosses borders. It requires preparation, strategy, and, above all, an understanding of how different markets work. With this perspective in mind, São Paulo Negócios structured a journey in two stages: first, Go Global, focused on preparing companies for internationalization; then, EPIC Miami, an immersion experience in the U.S. business environment for five selected companies.

Go Global was the starting point, creating the foundation for companies to reflect on their objectives, capabilities, target markets, value proposition, and international entry paths. From this process, five companies advanced to an in-person experience in Miami, where they were able to confront their strategies with professionals, organizations, and specialists who operate daily within the American ecosystem. In this way, the initiative led by São Paulo Negócios connected preparation and experience: first, thinking strategically about internationalization; then, experiencing it in the environment where it is intended to happen.

In Miami, strategy met reality. Because of its strategic position between the United States, Latin America, and the Caribbean, the city offers a particularly relevant environment for Brazilian companies seeking to expand their international connections. The program's agenda brought participants closer to specialists, entrepreneurs, institutions, and different actors in the American business ecosystem, allowing them to observe other ways of doing business up close.

One of the central learnings was precisely the difference between business cultures. During his lecture on the American professional and personal landscape, Bruno Marsilli discussed his professional experience between Brazil and the United States and drew attention to the importance of preparation and efficiency in the American environment. Comparing the two business cultures, he summarized: "What Brazilians may perceive as creativity is, in my view, 90% laziness or lack of preparation." The provocation helps translate one of the challenges of internationalization: in a new market, creativity must be accompanied by preparation, objectivity, and execution capacity.



Pic/Foto: Boston Innovation Gateway

Program participants during an immersive class in Miami
Participantes do programa durante aula imersiva em Miami



Pic/Foto: Boston Innovation Gateway

Representatives of the five participating companies with their certificates upon completion of the EPIC Miami program
Representantes das cinco empresas participantes com seus certificados após a conclusão do programa EPIC Miami

This is where the initiative gains relevance: by connecting Go Global's preparation with a concrete international experience, it created a more structured path for companies from São Paulo to expand their reach. In this context, the project is no longer just a business trip and becomes a practical extension of the internationalization process previously initiated.

The experience also shows that each meeting, conversation, and visit can reveal new ways to build relationships, present solutions, and identify opportunities. The participation of specialized partners in this process reinforces the importance of building bridges between Brazilian companies and international markets.

For the selected companies, the movement was from local to global, but through a path built step by step. First came strategy and preparation through Go Global; then, the experience and immersion in EPIC Miami. By making this connection, São Paulo Negócios strengthens São Paulo's business ecosystem and shows that internationalization can be a planned, accessible journey based on knowledge, connections, and new possibilities. After all, internationalizing means building bridges between markets, cultures, people, and opportunities.

São Paulo Negócios prepara empresas para cruzar fronteiras

A internacionalização começa antes de uma empresa cruzar fronteiras. Exige preparação, estratégia e, principalmente, compreensão sobre como diferentes mercados funcionam. Foi com essa perspectiva em mente que a São Paulo Negócios estruturou uma jornada em duas etapas: primeiro, o Go Global, voltado à preparação das empresas para a internacionalização; depois, o EPIC Miami, uma experiência de imersão no ambiente de negócios dos Estados Unidos para cinco empresas selecionadas.

O Go Global foi o ponto de partida, criando a base para que as empresas refletissem sobre seus objetivos, capacidades, mercados-alvo, proposta de valor e caminhos de entrada internacional. A partir desse processo, cinco empresas avançaram para uma experiência presencial em Miami, onde puderam confrontar suas estratégias com profissionais, organizações



During the program, participants visited ApexBrasil
Durante o programa, participantes conheceram a ApexBrasil

Pic/Foto: Boston Innovation Gateway

e especialistas que atuam diariamente no ecossistema americano. Assim, a iniciativa liderada pela São Paulo Negócios conectou preparação e experiência: primeiro, pensar estrategicamente sobre a internacionalização; depois, vivenciá-la no ambiente em que ela pretende acontecer.

Em Miami, a estratégia encontrou a realidade. A cidade, pela posição estratégica entre Estados Unidos, América Latina e Caribe, oferece um ambiente particularmente relevante para empresas brasileiras que desejam ampliar suas conexões internacionais. A agenda do programa aproximou os participantes de especialistas, empreendedores, instituições e diferentes atores do ecossistema empresarial americano, permitindo observar de perto outras formas de fazer negócios.

Um dos aprendizados centrais esteve justamente nas diferenças entre as culturas empresariais. Durante sua palestra sobre a jornada pelo cenário profissional e pessoal americano, Bruno Marsilli debateu sua experiência profissional entre Brasil e Estados Unidos, e chamou atenção para a importância da preparação e da eficiência no ambiente americano. Ao comparar as duas culturas de negócios, resumiu que "o que os brasileiros podem perceber como criatividade é, na minha visão, 90% preguiça ou falta de preparo". A provocação ajuda a traduzir um dos desafios da internacionalização: em um novo mercado, criatividade precisa estar acompanhada de preparo, objetividade e capacidade de execução.

É aí que a iniciativa ganha relevância: ao conectar a preparação do Go Global com uma experiência internacional concreta, criou-se um caminho mais estruturado para que empresas paulistanas ampliem sua atuação. Nesse contexto, o projeto deixa de ser apenas uma viagem de negócios e passa a funcionar como uma extensão prática do processo de internacionalização iniciado anteriormente.

A experiência também mostra que cada encontro, conversa e visita pode revelar novas formas de construir relacionamentos, apresentar soluções e identificar oportunidades. A participação de parceiros especializados nesse processo reforça a importância de criar pontes entre empresas brasileiras e mercados internacionais.

Para as empresas selecionadas, o movimento foi do local para o global, mas com um caminho construído passo a passo. Primeiro, a estratégia e a preparação no Go Global; depois, a experiência e a imersão no EPIC Miami. A São Paulo Negócios, ao fazer essa conexão, fortalece o ecossistema empresarial paulistano e mostra que a internacionalização pode ser uma jornada planejada, acessível e baseada em conhecimento, conexões e novas possibilidades. Afinal, internacionalizar é construir pontes entre mercados, culturas, pessoas e oportunidades.



Um programa de classe mundial destinado a líderes e gestores públicos e privados que desejam ampliar suas capacidades de liderança, adaptar-se a cenários incertos e gerar impacto positivo em suas cidades e regiões.

Além da certificação da Shanghai University of Engineering Science (SUES), o programa contará com sessões de:

BENCHMARKING em empresas e organizações de referência

CONEXÃO com líderes e especialistas internacionais

NOVOS INSIGHTS, oportunidades e projetos

NETWORKING estratégico com executivas e empresárias

PRINCIPAIS TEMAS
- Liderança
- Estratégia e Crescimento
- Inovação e Tecnologia
- Internacionalização
- Ecossistemas de Inovação

PROGRAMA
DATA: 09 - 13 NOVEMBRO
LOCAL: China: Xangai, Suzhou e Hangzhou
+55 (11) 4200-1272

CERTIFICAÇÃO
上海工程技术大学
SHANGHAI UNIVERSITY OF ENGINEERING SCIENCE
Certificação internacional emitida pela SUES - Shanghai University of Engineering Science

Realizador: Boston Innovation Gateway

Parceiros Globais: U.S. Commercial Service · GIMInstitute · IXL CENTER

Parceiros Nacionais/Apoiadores: iter · Glocal Insights · CASA BRASIL Innovation Hub · SÃO PAULO NEGÓCIOS

The diversity that shapes Toronto

On the shores of Lake Ontario, Toronto brings together characteristics that help explain the dynamism of today's major cities. Canada's largest city, it is also an important center for business, finance, technology, culture, and entertainment. Its identity, however, is not limited to the economy. It is deeply connected to the diversity of people, ideas, and experiences that shape the city.

Toronto is one of the most multicultural cities in the world. In the 2021 census, 46.6% of residents were immigrants. People from Asia, Europe, Africa, and the Americas have created communities, businesses, and cultural expressions. This diversity can be found in neighborhoods, cuisine, the arts, and everyday life. More than a demographic figure, it has become part of the city's identity.

The city also stands out for its ability to bring knowledge and the market closer together. Toronto is home to universities, research centers, companies, and organizations working in strategic areas for a knowledge-based economy. The presence of a highly skilled population contributes to an environment where education, entrepreneurship, and innovation can come together.

In technology, Toronto is home to Canada's largest technology hub and one of the largest in North America. The city brings together a specialized workforce and applied research in areas such as artificial intelligence. The Vector Institute is part of this environment of innovation and connection between knowledge and business.

Its economy also has a strong presence in financial services. With nearly 210,000 workers in the sector, Toronto is Canada's largest financial center and the headquarters of its leading institutions. The region attracts investment in AI, semiconductors, and health technologies, combining capital and research to create new businesses.

This position is tested by external changes. Following tariffs imposed by the United States, the city government launched a plan in 2025 to protect jobs and support local businesses. Competitiveness requires adaptation to international shocks.

Growth also brings internal challenges. Affordable housing and efficient transportation are among the priorities of the city's economic plan for 2025–2035. How Toronto responds to these pressures will influence its ability to attract talent and turn diversity and knowledge into opportunities for its residents.



Panoramic aerial view of the Toronto skyline, waterfront, and Lake Ontario
Vista aérea panorâmica do skyline de Toronto, sua orla e o Lago Ontário

Pic/Foto: Unsplash/Maarten van den Heuvel (@mvdheuvel)

A diversidade que constrói Toronto



Illuminated Toronto City Hall and the iconic Toronto sign at Nathan Phillips Square
Prefeitura de Toronto iluminada e o icônico letreiro da cidade na Nathan Phillips Square

Pic/Foto: Unsplash/Conor Samuel (@csphotography)

Às margens do Lago Ontário, Toronto reúne características que ajudam a compreender o dinamismo das grandes cidades contemporâneas. Maior cidade do Canadá, é também um importante centro de negócios, finanças, tecnologia, cultura e entretenimento. Sua identidade, porém, não se resume à economia. Ela está profundamente ligada à diversidade de pessoas, ideias e experiências que formam a cidade.

Toronto é uma das cidades mais multiculturais do mundo. No censo de 2021, 46,6% dos moradores eram imigrantes. Pessoas da Ásia, Europa, África e Américas criaram comunidades, negócios e expressões culturais. Essa diversidade está nos bairros, na gastronomia, nas artes e no cotidiano. Mais do que um dado demográfico, tornou-se parte da identidade urbana.

A cidade também se destaca pela capacidade de aproximar conhecimento e mercado. Toronto concentra universidades, centros de pesquisa, empresas e organizações que atuam em áreas estratégicas para uma economia baseada em conhecimento. A presença de uma população altamente qualificada contribui para um ambiente no qualeducação, empreendedorismo e inovação podem se encontrar.

No campo da tecnologia, Toronto abriga o maior hub tecnológico do Canadá e um dos maiores da América do Norte. A cidade reúne força de trabalho especializada e pesquisa aplicada em áreas como inteligência artificial. O Vector Institute integra esse ambiente de inovação e conexão entre conhecimento e negócios.

Sua economia também apresenta forte presença nos serviços financeiros. Com quase 210 mil trabalhadores no setor, Toronto é o maior centro financeiro do Canadá e sede de suas principais instituições. A região atrai investimentos em IA, semicondutores e tecnologias de saúde, combinando capital e pesquisa para criar novos negócios.

Essa posição é testada por mudanças externas. Após as tarifas dos Estados Unidos, a prefeitura lançou, em 2025, um plano para proteger empregos e apoiar empresas locais. A competitividade exige adaptação a choques internacionais.

O crescimento traz desafios internos. Moradia acessível e transporte eficiente estão entre as prioridades do plano econômico da cidade para 2025–2035. A forma como Toronto responder a essas pressões influenciará sua capacidade de atrair talentos e transformar diversidade e conhecimento em oportunidades para seus moradores.

Brazil and Canada: new business opportunities

By Carolina Lopes



Pic/Foto: Acervo pessoal/Personal archive

From left to right: Carolina Lopes (BIG), Jamille Alencar (IEL-CE), Stephanie Hodnett (University of Toronto), Dana Nunes (IEL-CE), and Manuel Mendes (BIG)
Da esquerda para a direita: Carolina Lopes (BIG), Jamille Alencar (IEL-CE), Stephanie Hodnett (University of Toronto), Dana Nunes (IEL-CE) e Manuel Mendes (BIG)

Brazil and Canada have more in common than many people might think. Both countries have strong industries, abundant natural resources, and companies looking to expand beyond their borders. This combination creates opportunities that go far beyond buying and selling goods.

In 2024, trade between the two countries reached a record CAD 12.7 billion. But this relationship is about more than the numbers suggest. There is room to share knowledge, develop new technologies, and help businesses reach new markets.

For Brazilian business leaders, Canada offers a chance to firsthand explore universities, research centers, and companies at the forefront of artificial intelligence, industrial automation, mining, and agricultural technology. Cities like Toronto, Waterloo, and Montreal show how research, innovation, and business can come together.

This exchange makes sense because both countries have much to learn from each other. Brazil brings extensive experience in agribusiness, manufacturing, and energy, while Canada has developed valuable expertise in automation, artificial intelligence, and mining technologies. Bringing these strengths together can open doors to collaboration, new investments, and solutions to shared challenges.

And the interest goes both ways. Canadian companies are also exploring opportunities in Brazil, particularly in technology, healthcare, agriculture, and mining. Business missions organized by Canadian institutions show that these connections are already taking shape.

But doing business in another country takes more than finding the right opportunity. It requires understanding the market, navigating cultural differences, building trust, and preparing teams for new challenges.

This is where executive education and internationalization programs can make a real difference. Experiencing different business environments, learning from experts, and seeing how other companies tackle challenges can help leaders make better decisions and find new ways to grow.

Brazil and Canada offer each other much. The challenge now is to turn this growing interest into concrete initiatives, lasting partnerships, and opportunities that deliver real results for businesses on both sides.

Brasil e Canadá: novas oportunidades de negócios

Por Carolina Lopes

Brasil e Canadá têm mais em comum do que muita gente imagina. Os dois países possuem indústrias importantes, recursos naturais e empresas que buscam expandir-se para além de suas fronteiras. Essa combinação cria oportunidades que vão muito além da compra e venda de produtos.

Em 2024, o comércio entre os dois países atingiu CAD 12,7 bilhões, o maior valor já registrado. Mas essa relação não se resume aos números. Há espaço para compartilhar experiências, desenvolver tecnologias e ajudar empresas a conquistar novos mercados.

Para os empresários brasileiros, o Canadá oferece a oportunidade de conhecer de perto universidades, centros de pesquisa e empresas que se destacam em inteligência artificial, automação industrial, mineração e tecnologia agrícola. Cidades como Toronto, Waterloo e Montreal reúnem exemplos de como aproximar pesquisa, inovação e negócios.

Essa troca faz sentido porque os dois países têm muito a aprender um com o outro. O Brasil possui grande experiência no agronegócio, na indústria e no setor de energia. O Canadá, por sua vez, desenvolveu conhecimentos importantes em automação, inteligência artificial e tecnologias de mineração. Quando essas experiências se encontram, surgem possibilidades de colaboração, novos investimentos e soluções para desafios comuns.

E esse interesse não parte apenas do Brasil. Empresas canadenses também estão buscando oportunidades no mercado brasileiro, especialmente nas áreas de tecnologia, saúde, agricultura e mineração. As missões empresariais promovidas por instituições canadenses mostram que essa aproximação já está acontecendo.

Mas fazer negócios em outro país não depende apenas de encontrar uma boa oportunidade. É preciso conhecer o mercado, entender as diferenças culturais, construir relações de confiança e preparar as equipes para novos desafios.

É nesse ponto que a educação executiva e os programas de internacionalização ganham importância. Conhecer outras realidades, conversar com especialistas e observar como empresas enfrentam seus desafios podem ajudar líderes a tomar melhores decisões e a encontrar caminhos para crescer.

Brasil e Canadá têm muito a oferecer um ao outro. O desafio agora é transformar esse interesse em iniciativas concretas, parcerias duradouras e oportunidades que gerem resultados para as empresas de ambos os lados.



Pic/Foto: Acervo pessoal/Personal archive

Carolina Lopes is an international business developer at Boston Innovation Gateway in Canada
Carolina Lopes é desenvolvedora de negócios internacionais na Boston Innovation Gateway no Canadá

What if AI stopped responding and started taking action?



Pic/Foto: Divulgação/University of Toronto

Matt Ratto is a professor and Associate Dean of Research at the Faculty of Information at the University of Toronto
Matt Ratto é professor e vice-decano de Pesquisa na Faculty of Information da Universidade de Toronto

For years, artificial intelligence has been presented as a tool for analyzing information, predicting scenarios, and supporting decision-making. But what happens when it begins executing actions to achieve specific goals?

This was the central question raised during a class led by Professor Matt Ratto, from the University of Toronto, as part of Toronto Minds Beyond, an executive education experience. The program focused on developing strategic knowledge and leadership capabilities for the use of artificial intelligence (AI) in industrial organizations.

During the class, attended by the Glocal Insights team, Ratto explained that so-called agentic AI represents a significant shift. Rather than simply responding to commands, systems can plan steps, use tools, evaluate results, and adjust their actions as conditions change.

In industry, the possibilities are particularly relevant. Imagine a factory where intelligent systems not only identify maintenance risks but also propose interventions, check parts availability, and coordinate adjustments to production schedules.

The difference lies in moving from analysis to action. But perhaps the most interesting reflection is not technological. It is organizational.

Ratto highlighted that manufacturing has been using agents and automated systems for decades. The novelty lies in the possibility of combining artificial intelligence models with more flexible procedures, expanding their ability to interpret situations and coordinate activities across different departments.

This development also increases complexity. The more autonomy we grant to systems, the more important governance, data quality, and the definition of human responsibilities become.

For business leaders, a fundamental question then emerges. Are we using artificial intelligence merely to accelerate existing tasks, or are we prepared to redesign the way our organizations operate?

The true potential of agentic AI may lie less in replacing individual activities and more in transforming how people, processes and technologies work together. If AI begins to take action, which decisions should we continue making — and which do we need to learn to delegate?

E se a IA deixasse de responder e começasse a agir?

Durante anos, a inteligência artificial foi apresentada como uma ferramenta para analisar informações, prever cenários e apoiar decisões. Mas o que acontece quando ela passa a executar ações para alcançar objetivos?

Essa foi a provocação central da aula do professor Matt Ratto, da Universidade de Toronto, durante o Toronto Minds Beyond, uma experiência de educação executiva. A imersão teve como foco o desenvolvimento de conhecimentos estratégicos e capacidades de liderança para o uso da inteligência artificial (IA) em organizações industriais.

Durante a aula, acompanhada pela equipe da Glocal Insights, Ratto explicou que a chamada IA agêntica representa uma mudança importante. Em vez de simplesmente responder a comandos, os sistemas podem planejar etapas, utilizar ferramentas, avaliar resultados e ajustar suas ações conforme as condições mudam.

Na indústria, as possibilidades são particularmente relevantes. Imagine uma fábrica na qual sistemas inteligentes não apenas identificam riscos de manutenção, mas também propõem intervenções, verificam a disponibilidade de peças e coordenam ajustes na programação da produção.

A diferença está em passar da análise para a ação. Mas a reflexão mais interessante talvez não seja tecnológica. É organizacional.

Ratto destacou que a manufatura já utiliza agentes e sistemas automatizados há décadas. A novidade está na possibilidade de combinar modelos de inteligência artificial com procedimentos mais flexíveis, ampliando sua capacidade de interpretar situações e coordenar atividades entre diferentes áreas.

Essa novidade também aumenta a complexidade. Quanto mais autonomia concedemos aos sistemas, mais importantes se tornam a governança, a qualidade dos dados e a definição das responsabilidades humanas.

Para os líderes empresariais, surge então uma questão fundamental. Estamos utilizando inteligência artificial apenas para acelerar tarefas existentes ou estamos preparados para redesenhar a maneira como nossas organizações funcionam?

O verdadeiro potencial da IA agêntica pode estar menos na substituição de atividades individuais e mais na transformação da forma como pessoas, processos e tecnologias trabalham juntos. Se a IA começa a agir, quais decisões devemos continuar tomando — e quais precisamos aprender a delegar?



Pic/Foto: Fábio Amador

Matt Ratto during one of the Toronto Minds Beyond program's sessions
Matt Ratto durante uma das aulas do programa Toronto Minds Beyond

Capital Frontiers

Toronto: the balance of capital in North America

By Raquel Rocha

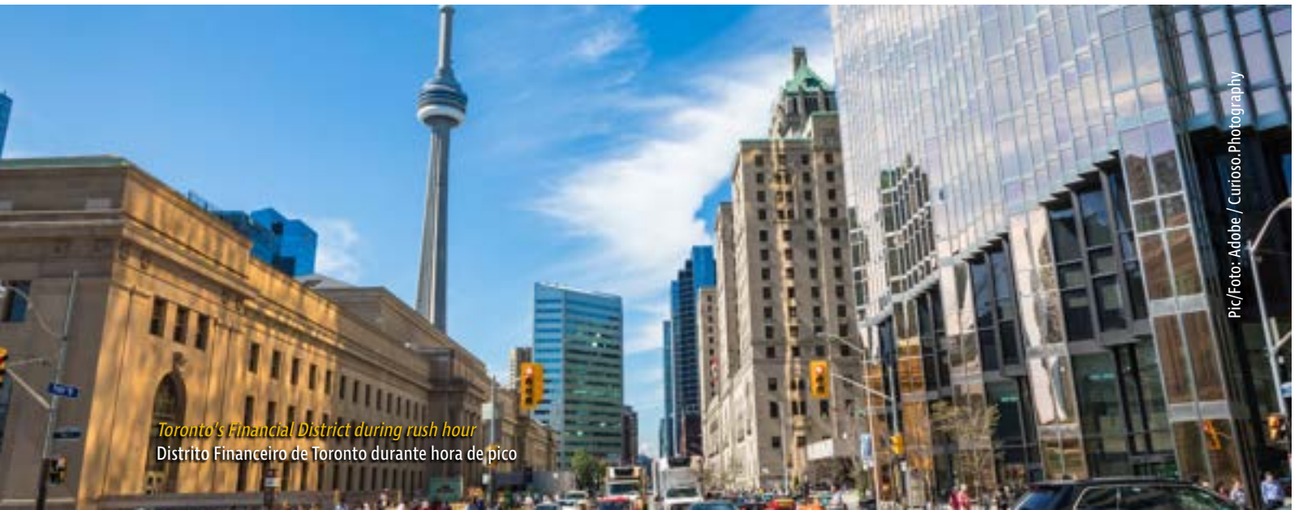
For those who decide with capital, Toronto is rewriting its narrative. In a global cycle of tariffs, high interest rates, and reordered capital flows, Canada's financial capital has completed the hardest phase of its correction and returns among North America's most liquid and predictable markets.

The numbers from the Toronto Regional Real Estate Board (TRREB) support this reading. In August 2026, the average price in the Greater Toronto Area closed at C$993,410, an annual decline of just 2.7%, the year's smallest, while new listings fell 14.1% and active listings dropped 11.3%. Supply is contracting, demand is stabilizing, and TRREB projects an average price between C$1 million and C$1.03 million for 2026. In June, sales rose 9.4% while new listings fell 12.9%, a sign of inflection. This is the classic profile of a market closing its corrective phase and preparing a new cycle.

In the luxury segment, resilience is even greater. On the Bridle Path, the city's most emblematic address, the average price on its three main streets jumped from C$11.5 million to C$16.2 million, according to Mansion Global. Luxury detached homes are projected to average C$5.85 million in 2026, up 5.2%, according to HouseIndex. High-end properties continue to act as a capital refuge, driven by US$6 trillion in global inherited wealth, according to Sotheby's International Realty, and by buyers who see Toronto as a long-term platform.

Toronto ranks among the top ten financial centres in North America, according to the Global Financial Centres Index, alongside New York and San Francisco. In a record year for global millionaire migration, 165,000, Toronto benefits from this capital mobility, according to Henley & Partners. A diversified economy, stable banking and skilled immigration sustain structural demand for quality assets.

For those who think about capital strategically, Toronto combines what few markets offer: a completed correction, solid fundamentals and continental liquidity. It is not a conventional refuge, but a point of balance between security and growth. The moment calls for a decision.



Pic/Foto: Adobe / Curioso.Photography

Toronto's Financial District during rush hour
Distrito Financeiro de Toronto durante hora de pico

Fronteiras do Capital

Toronto: o equilíbrio do capital na América do Norte

Por Raquel Rocha



Pic/Foto: Acervo pessoal/Personal archive

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

Para quem decide com capital, Toronto reescreve sua narrativa. Em um ciclo de tarifas, juros elevados e reordenamento de fluxos, a capital financeira do Canadá concluiu a fase mais dura da correção e volta a figurar entre os mercados mais líquidos e previsíveis da América do Norte.

Os números da Toronto Regional Real Estate Board (TRREB) sustentam a leitura. Em agosto de 2026, o preço médio no Grande Toronto (GTA) fechou em C$ 993.410, retração anual de apenas 2,7%, a menor do ano, enquanto novas listagens recuaram 14,1% e estoques ativos caíram 11,3%. A oferta se retrai, a demanda se estabiliza, e a TRREB projeta preço médio entre C$ 1 milhão e C$ 1,03 milhão para 2026. Em junho, as vendas subiram 9,4% e as novas listagens caíram 12,9%, sinal de inflexão. É o desenho clássico de um mercado que encerra a correção e prepara novo ciclo.

No segmento de luxo, a resiliência é ainda maior. No Bridle Path, o endereço mais emblemático, o preço médio nas três principais ruas saltou de C$ 11,5 milhões para C$ 16,2 milhões, segundo a Mansion Global. Casas de luxo desanexadas projetam média de C$ 5,85 milhões em 2026, alta de 5,2%, segundo o HouseIndex. Imóveis de alto padrão seguem como refúgio de capital, impulsionados por US$ 6 trilhões em heranças globais, conforme a Sotheby's International Realty, e por compradores que veem Toronto como plataforma de longo prazo.

Toronto reforça sua posição entre os dez principais centros financeiros da América do Norte, segundo o Índice Global de Centros Financeiros, ao lado de Nova York e São Francisco. Em um ano de recorde na migração global de milionários, 165 mil, segundo a Henley & Partners, Toronto se beneficia dessa mobilidade de capital. Economia diversificada, sistema bancário estável e imigração qualificada sustentam a demanda estrutural por ativos de qualidade.

Para quem pensa capital com visão estratégica, Toronto combina o que poucos mercados oferecem: correção concluída, fundamentos sólidos e liquidez continental. Não é refúgio convencional, é ponto de equilíbrio entre segurança e crescimento. O momento pede decisão.



Pic/Foto: Divulgação/Rotman School of Management

Walid Hejazi is a professor of Economic Analysis and Policy at the Rotman School of Management, at the University of Toronto
Walid Hejazi é professor de Análise Econômica e Política na Rotman School of Management, na Universidade de Toronto

What defines who wins now

During Toronto Minds Beyond, an immersion program promoted by Boston Innovation Gateway and attended by the Glocal Insights team, one reflection stood out. In his lecture, Professor Walid Hejazi, from the University of Toronto's Rotman School of Management, challenged participants to reflect on what differentiates companies that thrive from those that fall behind, even when both have access to similar technologies and resources.

The Canadian experience reveals an important shift in this landscape. Competitive advantage increasingly depends on the ability to combine knowledge, innovation, talent, and execution.

Bombardier, a leading business aviation company, illustrates this approach. Its competitiveness is not limited to aircraft manufacturing; it also involves sophisticated engineering, reliability, and capabilities developed over decades, all of which are difficult to replicate.

Another fundamental aspect is that companies do not compete in isolation. Universities, suppliers, research centers, and public institutions form ecosystems that expand or limit their innovation potential. An organization's strength depends, in part, on the quality of the connections it is able to build.

Artificial intelligence adds a new dimension to this challenge. As similar technologies become accessible to everyone, simply having the tools is no longer enough to provide a competitive advantage. The real differentiator lies in how they are used to transform processes, business models, and value propositions.

This perspective aligns with one of the central principles of strategy: winning requires clear choices about where to compete, how to differentiate, and which capabilities to develop. For Brazil, the challenge is even more relevant: are we focusing our efforts on improving what we already do, or are we also building the capabilities needed to seize opportunities that have yet to emerge?

The next competitive advantage may not belong to those with the most resources or technologies, but to those who can learn, connect capabilities, and turn knowledge into value more quickly. The question is not simply how to compete more effectively today, but what we need to develop to keep winning tomorrow.

O que define quem vence agora

Durante a Toronto Minds Beyond, imersão promovida pelo Boston Innovation Gateway e acompanhada pela equipe da Glocal Insights, uma reflexão ganhou destaque. Em sua aula, o professor Walid Hejazi, da Rotman School of Management, da Universidade de Toronto, provocou os participantes a refletirem sobre o que diferencia empresas que prosperam daquelas que ficam para trás, mesmo quando ambas têm acesso a tecnologias e recursos semelhantes.

A experiência canadense revela uma mudança importante nesse cenário. A vantagem competitiva depende, cada vez mais, da capacidade de combinar conhecimento, inovação, talentos e execução.

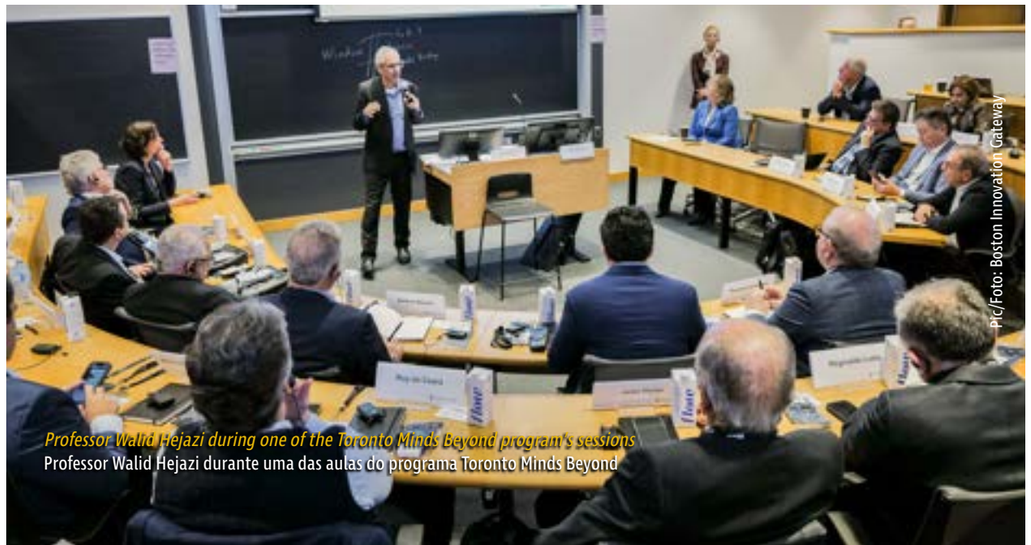
A Bombardier, empresa líder na aviação de negócios, ilustra essa lógica. Sua competitividade não se resume à fabricação de aeronaves, mas envolve engenharia sofisticada, confiabilidade e competências desenvolvidas ao longo de décadas, todas capacidades difíceis de reproduzir.

Outro aspecto fundamental é que as empresas não competem isoladamente. Universidades, fornecedores, centros de pesquisa e instituições públicas formam ecossistemas que ampliam ou limitam seu potencial de inovação. A força de uma organização depende, em parte, da qualidade das conexões que consegue construir.

A inteligência artificial acrescenta uma nova dimensão a esse desafio. À medida que tecnologias semelhantes se tornam acessíveis a todos, possuir ferramentas deixa de representar uma vantagem suficiente. O grande diferencial está em como utilizá-las para transformar processos, modelos de negócios e propostas de valor.

Essa perspectiva dialoga com um dos princípios centrais da estratégia: vencer exige escolhas claras sobre onde competir, como se diferenciar e quais capacidades desenvolver. Para o Brasil, a provocação é ainda mais relevante: estamos concentrando nossos esforços em melhorar o que já fazemos ou também em construir as capacidades necessárias para explorar oportunidades que ainda estão por vir?

A próxima vantagem competitiva talvez não pertença a quem possui mais recursos ou tecnologias, mas a quem consegue aprender, conectar competências e transformar conhecimento em valor mais rapidamente. A questão não é apenas como competir melhor hoje, mas o que precisamos desenvolver para continuar vencendo amanhã.



Pic/Foto: Boston Innovation Gateway

Professor Walid Hejazi during one of the Toronto Minds Beyond program's sessions
Professor Walid Hejazi durante uma das aulas do programa Toronto Minds Beyond

Infinite Routes

Toronto beyond the obvious: sophistication, culture and new experiences

By Ane Kiefer

Toronto surprises visitors with its unique combination of sophistication, cultural diversity and quality of life. Cosmopolitan and contemporary, Canada's largest city brings together architecture, gastronomy, art, shopping and nature in a destination worth exploring beyond its famous landmarks.

The CN Tower offers one of the city's most iconic views, while Yorkville is home to elegant hotels, restaurants, galleries and leading international brands. In the Distillery District, historic brick buildings have been transformed into boutiques, cafés and spaces dedicated to art and design.

Each neighborhood has its own personality. Kensington Market reflects Toronto's multicultural and relaxed spirit, while Queen Street West brings together fashion and creativity. Along Lake Ontario, the Harbourfront invites visitors to enjoy leisurely walks and beautiful views of the skyline.

Gastronomy is another highlight. Toronto's remarkable cultural diversity has made it an important culinary destination, with acclaimed restaurants and cuisines from around the world. The traditional St. Lawrence Market offers an opportunity to discover local flavors and experience a glimpse of everyday city life.

Toronto also offers memorable experiences for travelers seeking something more exclusive, from sophisticated hotels and signature restaurants to major performances and excellent shopping. The city is also a gateway to Niagara, where the famous falls can be combined with wineries and the charming landscapes of Niagara-on-the-Lake.

Each season transforms the experience: blooming parks in spring, lively terraces in summer, iconic Canadian colors in autumn, and snow, seasonal markets and ice-skating rinks in winter.

Discovering Toronto means experiencing a diverse and elegant city where cultures coexist naturally. Through gastronomy, art, shopping and nature, Toronto reveals a distinctive personality and proves there is much more to discover beyond its best-known addresses.



Pic/Foto: Acervo pessoal/Personal archive

Ane Kiefer is the founder and owner of 4 Travel Itaim, a travel agency based in São Paulo, Brazil
Ane Kiefer é fundadora e proprietária da 4 Travel Itaim, agência de viagens sediada em São Paulo, Brasil



Pic/Foto: Unsplash/Anil Baki Durmus

Skyline of Toronto, with the CN Tower and the Rogers Centre
Skyline de Toronto, com a CN Tower e o Rogers Centre

Rotas Infinitas

Toronto além do óbvio: sofisticação, cultura e novas experiências

Por Ane Kiefer

Toronto surpreende pela combinação entre sofisticação, diversidade cultural e qualidade de vida. Cosmopolita e contemporânea, a maior cidade do Canadá reúne arquitetura, gastronomia, arte, compras e natureza em um destino que merece ser explorado além dos cartões-postais.

A CN Tower proporciona uma das vistas mais emblemáticas da cidade, enquanto Yorkville concentra hotéis elegantes, restaurantes, galerias e grandes marcas internacionais. No Distillery District, edifícios históricos de tijolos abrigam boutiques, cafés e espaços dedicados à arte e ao design.

Cada bairro revela uma personalidade. Kensington Market traduz o lado multicultural e descontraído de Toronto, enquanto Queen Street West reúne moda e criatividade. Às margens do Lago Ontário, o Harbourfront convida a caminhadas com belas perspectivas do skyline.

A gastronomia é outro destaque. A diversidade de nacionalidades transformou Toronto em um importante polo gastronômico, com restaurantes premiados e cozinhas de diferentes partes do mundo. O tradicional St. Lawrence Market permite experimentar sabores locais e observar um pouco do cotidiano da cidade.

Toronto também reserva experiências para quem procura uma viagem mais exclusiva, com hotéis sofisticados, restaurantes autorais, grandes espetáculos e excelentes compras. A cidade ainda é ponto de partida para conhecer Niagara, onde as famosas cataratas podem ser combinadas com vinícolas e as charmosas paisagens de Niagara-on-the-Lake.

As estações transformam a experiência: parques floridos na primavera, terraços movimentados no verão, os emblemáticos tons canadenses no outono e neve, mercados sazonais e pistas de patinação no inverno.

Conhecer Toronto é descobrir uma cidade plural e elegante, onde culturas convivem naturalmente. Entre gastronomia, arte, compras e natureza, o destino revela uma personalidade própria e mostra que há muito mais para explorar além de seus endereços mais conhecidos.

Toronto *tips* By Ane Kiefer



Hotels / Hotéis

- The Hazelton
  @hazeltonto
- Four Seasons Hotel Toronto
  @fstoronto
- The Ritz-Carlton
  @ritzcarltontoronto
- 1 Hotel Toronto
  @1hotel.toronto



Museums / Museus

- Royal Ontario Museum (ROM)
  @romtoronto
- Art Gallery of Ontario (AGO)
  @agotoronto
- Aga Khan Museum
  @agakhanmuseum



Luxury shopping
Compras de luxo

- Bloor Street – Mink Mile
  @blooryyorkville
- Yorkdale Shopping Centre
  @yorkdaleshoppingcentre



Restaurants
Restaurantes

- Alo Restaurant
  @alorestaurant
- Don Alfonso 1890
  @donalfonsoto
- Edulis
  @edulisrestaurant
- Quetzal
  @quetzaltoronto
- MIMI Chinese
  @mimichinese

- Canoe Restaurant & Bar
  @canoerestaurant



Not to miss
Para não perder

- CN Tower Distillery
  @cntower
- Historic District St.
  @distilleryto
- Lawrence Market Casa
  @stlawrencemarket
- Casa Loma
  @casalomatoronto
- Toronto Islands
  @toronto.islands
- Harbourfront Centre
  @harbourfrontcentre
- Kensington Market
  @kensingtonmarketbia
- Queen Street West
  @queenstreetwest
- High Park
  @highpark_official
- Niagara Falls (Cataratas do Niágara)
  @niagrafallstourismcanada



Curiosities Curiosidades



An underground city

Toronto's PATH is a true underground city. With more than 30 kilometers of walkways, it connects buildings, shops, restaurants, services and transit stations across downtown. The network is used by more than 200,000 people on business days, creating a sheltered alternative to the city's harsh winter weather and turning the underground into an active part of everyday urban life, especially during the coldest months.

Uma cidade subterrânea

O PATH é uma verdadeira cidade subterrânea de Toronto. Com mais de 30 quilômetros de passagens, conecta edifícios, lojas, restaurantes, serviços e estações de transporte no centro da cidade. O sistema é usado por mais de 200 mil pessoas em dias úteis, criando uma alternativa protegida do frio intenso do inverno e transformando o subsolo em parte ativa da vida urbana, especialmente nos meses mais frios.

An innovation hub

The MaRS Discovery District is one of Toronto's leading innovation hubs. The hub supports more than 1,200 technology and science startups, connecting companies, investors, universities, and applied research centers. This network strengthens the city's innovation ecosystem and brings together knowledge, capital, and entrepreneurship, establishing Toronto as an important center for the development of new technologies and businesses.

Um polo de inovação

O MaRS Discovery District é um dos principais polos de inovação de Toronto. O hub apoia mais de 1.200 startups de tecnologia e ciência, conectando empresas, investidores, universidades e centros de pesquisa aplicada. Essa rede fortalece o ecossistema de inovação da cidade e aproxima conhecimento, capital e empreendedorismo, consolidando Toronto como um importante centro para o desenvolvimento de novas tecnologias e negócios.





A strategic stock exchange for natural resources

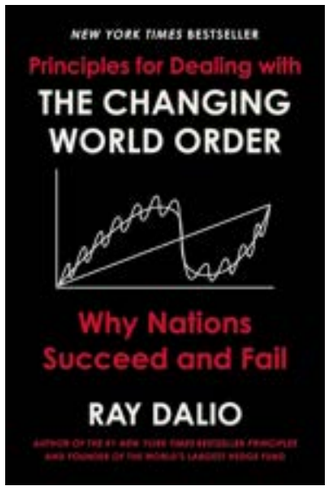
The Toronto Stock Exchange (TSX) has a strong global presence in the mining, oil, and gas sectors. The exchange lists more companies in these industries than any other in the world, making Toronto a strategic hub for businesses connected to natural resources, commodities, and global capital. This specialization reinforces the city's role in connecting financial markets with the natural resources economy.

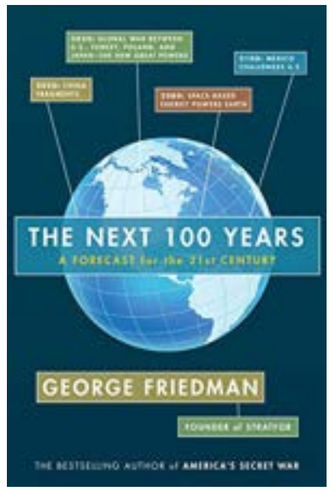
Bolsa estratégica para recursos naturais

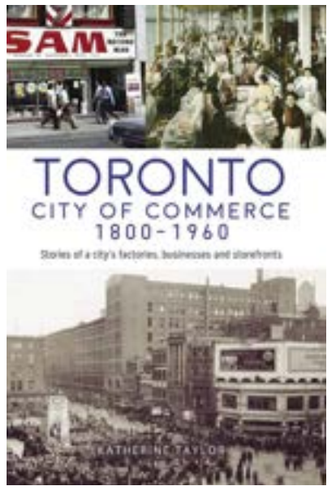
A Toronto Stock Exchange (TSX) tem forte presença global nos setores de mineração, óleo e gás. A bolsa reúne mais empresas desses segmentos listadas do que qualquer outra no mundo, fazendo de Toronto uma praça estratégica para negócios ligados a recursos naturais, commodities e capital global. Essa especialização reforça o papel da cidade nas conexões entre mercados financeiros e a economia de recursos naturais.

Glocal Reading

Leitura Glocal







Principles for Dealing with the Changing World Order — Ray Dalio

The author analyzes historical cycles of economic and political power, how debt, internal conflicts, and rising global powers reshape the international order. Dalio identifies patterns, offering insights into the challenges and opportunities of the world.

O autor analisa ciclos históricos de poder econômico e político, e como dívida, conflitos internos e ascensão de potências globais transformam a ordem internacional. Dalio identifica padrões que oferecem perspectivas sobre os desafios e as oportunidades do mundo.

The Next 100 Years — George Friedman

Friedman presents a forward-looking perspective on potential geopolitical transformations in the 21st century, considering the roles of major powers, alliances, conflicts, and demographic shifts. It is a book designed to prompt reflection on future scenarios.

Friedman apresenta uma visão prospectiva sobre possíveis transformações geopolíticas do século XXI, considerando o papel de grandes potências, alianças, conflitos e mudanças demográficas. É uma leitura voltada para pensar cenários futuros.

City of Commerce 1800-1960 — Katherine Taylor

The book explores Toronto's commercial history through the stories of its former businesses, from factories and shops to entertainment venues. With archival photographs and historical records, the work reveals how the city's identity was shaped.

O livro explora a história comercial de Toronto por meio das trajetórias de seus antigos estabelecimentos, desde fábricas e lojas até locais de entretenimento. Com fotografias de arquivo e registros históricos, a obra revela como a identidade da cidade foi moldada.

What is coming next

O que vem por aí

DECEMBER

01-03
Apidays Paris
Sector: Technology, artificial intelligence and digital transformation
Paris, France
www.apidays.global

07-10
Abu Dhabi Finance Week 2026
Sector: Finance, investments and global markets
Abu Dhabi, United Arab Emirates
www.adfw.com

09-11
SEMICON Japan 2026
Sector: Semiconductors, industry and advanced technologies
Tokyo, Japan
www.semiconjapan.org

JANUARY

06-09
CES 2027
Sector: Technology, innovation and business
Las Vegas, United States
www.ces.tech

12-14
World Future Energy Summit 2027
Sector: Energy, sustainability and clean technologies
Abu Dhabi, United Arab Emirates
www.worldfutureenergysummit.com

17-20
Fertilizer Latino Americano 2027
Sector: Agribusiness, fertilizers and international trade
Rio de Janeiro, Brazil
https://fertilizerlatinoamericano.events.crugroup.com

FEBRUARY

01-03
World Government Summit 2027
Sector: Governance, public policy and innovation
Dubai, United Arab Emirates
www.worldgovernmentssummit.org

10-11
Africa Tech Summit Nairobi 2027
Sector: Technology, entrepreneurship and investments
Nairobi, Kenya
www.africatechsummit.com

12-21
Canadian International AutoShow 2027
Sector: Automotive industry, electric mobility and innovation
Toronto, Canada
www.autoshow.ca

DEZEMBRO

01-03
Apidays Paris
Setor: Tecnologia, inteligência artificial e transformação digital
Paris, França
www.apidays.global

07-10
Abu Dhabi Finance Week 2026
Setor: Finanças, investimentos e mercados globais
Abu Dhabi, Emirados Árabes Unidos
www.adfw.com

09-11
SEMICON Japan 2026
Setor: Semicondutores, indústria e tecnologias avançadas
Tóquio, Japão
www.semiconjapan.org

JANEIRO

06-09
CES 2027
Setor: Tecnologia, inovação e negócios
Las Vegas, Estados Unidos
www.ces.tech

12-14
World Future Energy Summit 2027
Setor: Energia, sustentabilidade e tecnologias limpas
Abu Dhabi, Emirados Árabes Unidos
www.worldfutureenergysummit.com

17-20
Fertilizer Latino Americano 2027
Setor: Agronegócio, fertilizantes e comércio internacional
Rio de Janeiro, Brasil
https://fertilizerlatinoamericano.events.crugroup.com

FEVEREIRO

01-03
World Government Summit 2027
Setor: Governança, políticas públicas e inovação
Dubai, Emirados Árabes Unidos
www.worldgovernmentssummit.org

10-11
Africa Tech Summit Nairobi 2027
Setor: Tecnologia, empreendedorismo e investimentos
Nairóbi, Quênia
www.africatechsummit.com

12-21
Canadian International AutoShow 2027
Setor: Indústria automotiva, mobilidade elétrica e inovação
Toronto, Canadá
www.autoshow.ca



U.S. DEPARTMENT OF COMMERCE

Helping to increase businesses between Brazil and US

https://www.commerce.gov/