



Três dias para conhecer a indústria do futuro que já chegou a Goiás

Centro de Convenções recebe a segunda edição da Expoind, Feira de Fornecedores de Tecnologia e Soluções para Indústria de Goiás, de 29/10 a 1º/11. Evento reúne entrega de prêmios de inovação e sustentabilidade, rodadas de negócios internacionais, entre outros destaques

Acompanhe Inovação e Sustentabilidade na Indústria: Transformando Goiás no Polo do Futuro. Com esse tema, a Federação das Indústrias do Estado de Goiás (Fieg) e parceiros realizam a Expoind 2025 - Feira de Fornecedores de Tecnologia e Soluções para Indústria de Goiás, que este ano vai reunir a cadeia produtiva goiana e fornecedores de todo o país entre os dias 29 de outubro e 1º de novembro, no Centro de Convenções de Goiânia. O evento terá entrada gratuita e será aberto ao público em geral.

Em sua primeira edição realizada no ano passado, a feira mobilizou mais de 70 expositores, movimentou em três dias R\$ 70 milhões de negócios, outros R\$ 200 milhões em negócios futuros e recebeu um público de 6.500 pessoas. Para esta segunda edição, a meta é superar todos esses números, conforme explica o presidente da Fieg, André Rocha. "Ainda restando quase dois meses para a realização da feira, felizmente já estamos com 80% dos estandes comercializados, e quase metade desses expositores estava presente no ano passado, o que demonstra que a Expoind se consolidou como um importante evento do calendário industrial já em sua primeira edição", salienta.

Ele sublinha que a ideia principal do evento é mais uma vez conectar empresários, gestores e profissionais da indústria goiana com grandes fornecedores vindos de todo o Brasil, trazendo as mais inovadoras soluções para as principais dores dos industriais goianos, seja nas áreas de automação, logística, insumos, segurança, serviços digitais, capacitação de mão de obra e outros. "Queremos trazer para esse evento, além é claro, das indústrias e fornecedores, acadêmicos, investidores, estudantes de várias áreas afins, trabalhadores da indústria, para que o máximo de pessoas conheçam o que de mais novo e tecnológico está sendo feito para tornar a nossa indústria mais competitiva", afirma o presidente da Fieg.

O dirigente avalia que a mudança da realização da Expoind para o Centro de Convenções será um grande diferencial para a feira. "Com a excelente infraestrutura do nosso Centro de Convenções e sua localização central, tenho certeza de que conseguiremos atrair um público ainda maior e fornecer uma vitrine de qualidade para os nossos expositores."

Comércio exterior e rodadas de negócios

Além dos estandes com as mais variadas e inovadoras soluções para a indústria, a Expoind 2025 irá trazer uma ampla programação com objetivo de fomentar conhecimento e negócios. Uma das atrações esperadas pelos industriais é mais uma edição do Encontro Internacional de Comércio Exterior (Eice), agendado para os dias 30 e 31 de outubro.

Organizado pelo Centro Internacional de Negócios (CIN) da Fieg, o evento colocará frente a frente indústrias goianas e compradores internacionais para rodadas de negócios. "Temos a previsão de reunir 15 compradores internacionais da América Latina e este ano temos uma novidade, com a ampliação da participação dos segmentos", informa Juliana Tormin, gerente do CIN-Fieg.



Três dias para conhecer a indústria.

As rodadas serão voltadas para os segmentos de alimentos e bebidas; de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos (HPPC); e indústrias químicas, de fármacos, de tecnologia, de maquinário e de softwares, que poderão oferecer seus produtos e serviços para o mercado internacional.

A participação é gratuita para as indústrias goianas e, para estimular o fechamento de negócios, a Fieg dá assessoria para aquelas que ainda não têm experiência com exportação. As vagas são limitadas, com atendimento a 60 empresas. Para participar da Rodada Internacional de Negócios, é preciso fazer uma inscrição prévia até 30 de setembro, por meio do endereço eletrônico <https://forms.gle/ouuaBN3nKcqf9K3A>. Já a sessão nacional de negócios será exclusiva para expositores da Expoind.

Além da programação com foco no intercâmbio comercial, a 12ª edição do Eice mantém a tradição de fomentar o relacionamento com embaixadas e consulados sediados no Brasil. Nesse sentido, foram convidadas representações diplomáticas de países da América Latina, Europa, Ásia e África, além dos Estados Unidos e do Canadá. O objetivo é reforçar o diálogo, sobretudo no atual momento, marcado por tarifação e busca por novos mercados para a produção goiana e nacional.

Em sua primeira edição realizada no ano passado, a feira mobilizou mais de 70 expositores, movimentou em três dias R\$ 70 milhões de negócios, outros R\$ 200 milhões em negócios futuros e recebeu um público de 6.500 pessoas

Prêmios e reconhecimento

Alinhado às grandes temáticas do evento – inovação e sustentabilidade –, outro ponto alto da Expoind será a entrega de duas importantes premiações. Em uma cerimônia conjunta, serão realizados o 2º Prêmio Fieg de Sustentabilidade da Indústria Goiana e o 2º Prêmio de Inovação Fieg, que inclusive segue com inscrições abertas para indústrias goianas até dia 9 de setembro, pelo link <https://www.fieg.com.br/noticias/fieg-lanca-premio-de-inovacao-com-foco-em-solucoes-tecnologicas-para-a-industria-goiana>.

Rankings e Prêmios: diferenciais competitivos ou apenas vaidade?

Elis Rosa

Em um mundo corporativo obcecado por rankings, prêmios e selos de excelência, uma pergunta se faz cada vez mais necessária: será que todo esse brilho realmente se traduz em um diferencial competitivo? Essa narrativa esconde uma complexidade importante: qual a metodologia aplicada por trás desses reconhecimentos? Qual sua relevância ao mercado e segmento de atuação? Embora possam, de fato, gerar prestígio e visibilidade, todo esse propósito também deve ser levado em consideração, avaliando se vale a pena investir tempo e esforços nessas inscrições.

A candidatura a prêmios e rankings acontece por diferentes razões estratégicas, como a busca por vantagem competitiva. Afinal, a conquista desses selos diferencia a empresa da concorrência e, quando uma marca é reconhecida como "a melhor" em seu setor, ela ganha credibilidade e atrai a atenção de clientes, colaboradores, parceiros e investidores.

Esse impacto vai além da visibilidade. Pesquisas da Weber Shandwick apontam que a reputação corporativa é responsável por 63% do valor de mercado de uma empresa. Ou seja, reputação e reconhecimento caminham juntos como ativos financeiros reais.

Isso se traduz em uma marca mais reconhecida e consolidada, melhorando sua imagem e, consequentemente, a influência na decisão de compra de muitos consumidores.

Segundo o Edelman Trust Barometer 2024, como prova disso, 71% dos clientes escolhem comprar de empresas em que confiam, além de 69% que recomendam essas marcas e 42% que chegam a defendê-las publicamente em situações de crise.

Prêmios e rankings, quando sérios e bem estruturados, funcionam como catalisadores dessa confiança. Sem falar, ainda, em seu enorme poder como ferramenta de marketing, se utilizando dessa conquista para gerar conteúdo, aumentar a visibilidade e construir uma narrativa vitoriosa que ressalte o compromisso da empresa com a excelência.

Pesquisas de consultorias como a Great Place to Work (GPTW), por exemplo, relatam que empresas que se destacam em rankings de gestão de pessoas têm vantagens claras em termos de redução de turnover, maior atração de talentos e aumento da produtividade.

Todos esses benefícios impulsionaram um crescimento exponencial de rankings e prêmios que temos hoje no mercado – mas, será que todos podem trazer essas vantagens?

Em uma análise mais aprofundada, percebe-se que os prêmios e rankings com maior visibilidade e valor no mercado são aqueles que possuem uma metodologia de avaliação robusta por trás de seu desenvolvimento. Não se trata de conceder selos apenas por imagem, mas de reconhecer empresas que passam por um processo rigoroso de verificação, baseado em critérios sólidos que comprovam a relevância e o impacto real de seus projetos.

Nesse sentido, muitos prêmios envolvem a participação de instituições renomadas na área, como forma de elevar ainda mais essa credibilidade e confiança na certificação, criando um processo robusto que os tornam conquistas realmente valiosas de serem investidas pelas empresas. Mas, nem todos seguem essa premissa, dispensando metodologias rigorosas de avaliação e se tornando prêmios ricos e sem valor estratégico ao segmento de atuação.

Então, antes de se aplicar a algum desses reconhecimentos, é crucial avaliar alguns pontos que devem pesar nessa decisão. Qual o propósito deste ranking: meramente comercial, ou tem algum objetivo maior? Seu propósito se conecta ao do seu negócio? Sua conquista trará algum tipo de visibilidade para a marca? E, principalmente, qual legado será deixado?

Quando essas respostas são positivas perante cada objetivo, por mais que a empresa não seja a grande vencedora, o simples fato de participar pode trazer insights valiosos que possam transformar em geração de valor – além de fomentar um networking estratégico com instituições ou profissionais que estejam colaborando com o processo de avaliação.

E, para que as organizações usufruam desses selos visando seu crescimento, é fundamental que sejam comunicados de maneira inteligente. Destaque a vitória no site corporativo, divulgue nas redes sociais e fortaleça a cultura interna disseminando aos times tudo que isso significa para cada um dos profissionais e seus esforços.

Não há dúvida de que prêmios e rankings têm relevância no mercado. O ponto central é enxergá-los não como um fim em si, mas como ativos estratégicos capazes de fortalecer a marca, ampliar o capital reputacional das lideranças e posicionar a empresa como protagonista em seu segmento. É assim que o reconhecimento deixa de ser simbólico e se converte em vantagem competitiva real.

(*) Gestora do Prêmio Inovativos.