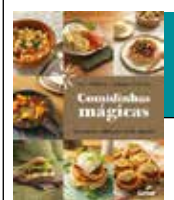




## Livros em Revista

Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



### Comidinhas Mágicas: Aventuras culinárias pelo mundo

**Manu Buffara e Juliana Dieterich** – Senac – É inegável que a cozinha é um dos lugares mais gostosos e aconchegantes da casa, ao menos familiarmente falando. Difícilmente um adulto lembrará de momentos inesquecíveis em outra parte de sua casa, no período infantil, que não seja na cozinha. Momentos de lazer, aprendizado, algumas broncas, cobranças, avisos, etc. As mestras e mui lidimas representantes da gastronomia em todos seus segmentos, elencaram receitas, pelo visto, fantásticas, para fazer com que crianças possam aprender a nobre arte. Cada receita vem acompanhada de foto, que nos fazem suspirar. Boa parte do mundo foi contemplada com sua menção em receitas típicas. Uma apresentação ímpar. Parabéns à editora! Um belíssimo presente que deverá ganhar destaque em bibliotecas e cozinhas de bom gosto.



### O Jardineiro

**Heitor de Moraes** – Clube de Autores – O mestre da literatura policial e também de outros temas, novamente brinda seu leitor público com uma narrativa impactante e muito bem urdida. Um cipóal de acontecimentos tem lugar após o falecimento do chefe de uma gangue envolvida em tráfico de drogas. Um interessante drama no qual singelos personagens dão um especial colorido a esta que é sua vigésima terceira obra. Tem-se a impressão que o Heitor, pela sua fluidez e para nosso gaúdio, respira literatura. O final, como de hábito, é surpreendente. Naturalmente, sem “esforço”, prende o leitor da primeira à última página. Um estiloso roteirista. Entretenimento garantido!!



### Copiar e Colar Não é Inovação

**Fabio Basilone** - Fabio é um especialista profissional do mercado securitário. Do alto de mais de quatro décadas de militância, sentiu-se habilitado a trazer ao mundo, seus conhecimentos, convicções e bastante maestria. Escreve posicionando-se dos dois lados da mesa, ou seja, vendedor e comprador ao mesmo tempo. Os problemas de um e de outro, são elencados com bastante respeito e profundidade. De fato, um assunto pouco falado contrastando com seu cunho de salvaguarda, seja pessoal ou patrimonial. Não é um livro didático, antes, mesmo quem não é do ramo poderá obter necessárias e valiosas informações. Extremamente útil!



### O Macacão Amarelo

**Ricardo Mituti** – Fernanda Bondan (Ilustr.) – Consultor – O autor é jornalista, escritor, produtor literário e demais atividades afins. Sempre atrelado às letras, desta feita resolveu emocionar corações. Idealizou e romantizou um evento por demais humano, com sabor e teor realista. Um garoto negro adotado por família de brancos é o ângulo da obra. O leitor (a) poderá imaginar o quão difícil é a tarefa sócio educativa desses pais. Cenas eivadas de preconceitos, outras até com certo bom humor, são retratadas pelo garoto adotado. Este escriba, que também foi salvo pela adoção, deixou-se emocionar. Com certeza o mesmo acontecerá com quem ler suas páginas, poucas, todavia, de profunda conexão humana, com espírito elevado, desprendido. Sente-se uma união verdadeira, entrelaçamento familiar, vibração muito positiva. Com certeza, se merecem!! Que as forças benéficas do universo assim os mantenham. Tocante!!

www.bcctelevision.com.br

Assista ao programa Livros em Revista. Um canal repleto de novidades do universo literário. Entretenimento garantido!



Com apresentação de Ralph Peter.



# Conhecimento sem estrutura trava crescimento e impede profissionais de escalar seus resultados

Mesmo com alta qualificação, profissionais enfrentam dificuldade para monetizar expertise e escalar resultados em um mercado que exige mais do que domínio técnico

Apesar do avanço da economia baseada em conhecimento, a conversão de expertise em negócio ainda é um desafio para a maioria dos profissionais. Levantamento da Fundação Getúlio Vargas (FGV), com base em mais de 4 mil negócios, mostra que apenas 12% dos empreendedores conseguem transformar presença e conteúdo em autoridade com resultado financeiro consistente.

Ao mesmo tempo, dados do Edelman Trust Barometer indicam que 68% dos brasileiros confiam mais em especialistas com reputação consolidada do que em empresas, reforçando o peso da autoridade na decisão de compra.

Fernanda Tochetto, psicóloga, empresária e fundadora do Titanium Club, afirma que o principal entrave está na ausência de estrutura para transformar conhecimento em modelo de negócio. “O problema não está no quanto a pessoa sabe, mas no quanto ela consegue organizar isso em produto, posicionamento e entrega. Conhecimento, sozinho, não gera faturamento”, diz.

Segundo a especialista, o mercado passou a exigir uma mudança de postura. Profissionais que antes eram reconhecidos apenas pela execução técnica agora precisam dominar também comunicação, posicionamento e estratégia. “Existe uma diferença clara entre dominar uma habilidade e conseguir transformá-la em negócio. O técnico executa, o empreendedor estrutura, posiciona e escala”, afirma.

Esse movimento ocorre em um ambiente econômico mais exigente. Projeções do Boletim Focus indicam crescimento moderado do PIB brasileiro, o que aumenta a pressão por eficiência, diferenciação e geração de valor percebido. Na prática, isso reduz espaço para modelos baseados apenas em prestação de serviço e amplia a necessidade de novas fontes de receita.

Na avaliação da especialista, um dos erros mais comuns é confundir acúmulo de informação com avanço real. “Muitos profis-



sionais estudam, consomem conteúdo e se preparam constantemente, mas não organizam a execução. O crescimento acontece quando o conhecimento vira ação estruturada e validada no mercado”, afirma.

Entre os principais obstáculos está a dificuldade em organizar a oferta. Profissionais dominam o conteúdo, mas não conseguem transformá-lo em produto claro, com proposta definida e modelo de entrega estruturado. Isso impacta diretamente a capacidade de gerar receita e escalar.

Outro ponto é a ausência de posicionamento. Sem comunicação estratégica, o mercado não reconhece o valor do especialista, o que reduz autoridade e dificulta a conversão em clientes. “Não basta saber muito. É preciso ser percebido como alguém que resolve um problema específico”, diz.

A falta de ambiente também aparece como fator crítico. Segundo a especialista, a convivência com outros empresários e a validação prática aceleram decisões e reduzem erros. “O ambiente certo encurta caminho. Quando o profissional está sozinho, ele tende a repetir padrões que não geram resultado”, afirma.

Impacto direto nos negócios - Quando estruturado, o conhecimento se torna ativo

estratégico. Isso permite ampliar margem, criar novas linhas de receita e reduzir a dependência do tempo operacional. Modelos baseados em educação, mentorias e produtos escaláveis também aumentam previsibilidade e alcance.

Além disso, a construção de autoridade passa a atuar como canal de aquisição. A reputação, nesse caso, deixa de ser apenas percepção e se transforma em mecanismo direto de geração de demanda. “Autoridade não é sobre exposição. É sobre coerência entre o que se fala, o que se entrega e o resultado que o cliente percebe. Quando isso está alinhado, o crescimento deixa de depender apenas de esforço”, afirma.

Por onde começar e o que observar - O primeiro passo é organizar o conhecimento em uma proposta clara, com público definido e problema específico a ser resolvido. A partir disso, é necessário estruturar formato, entrega e modelo de monetização.

Na escolha de mentorias ou consultorias, o critério central deve ser a aplicação prática. Programas que oferecem acompanhamento, plano de ação e ambiente de troca tendem a gerar mais resultado do que conteúdos exclusivamente teóricos. Entre os principais cuidados estão evitar a dependência de redes sociais sem estraté-

gia, replicar modelos prontos sem adaptação e negligenciar o processo comercial. “Sem venda estruturada, não existe negócio. Existe apenas tentativa”, afirma.

A especialista aponta cinco estratégias para transformar conhecimento em negócio - Para sair da lógica técnica e estruturar crescimento, a especialista destaca cinco práticas que devem ser aplicadas de forma integrada:

Antes de listar, ela ressalta que o avanço não vem de ações isoladas. “Crescimento é consequência de método, decisão e consistência. Quando isso não está organizado, o profissional trava”, diz.

**1. Estruturar o conhecimento como produto** - Transformar a expertise em uma oferta clara, com formato definido, entrega padronizada e resultado mensurável.

**2. Definir posicionamento estratégico** - Comunicar de forma objetiva para quem se fala e qual problema se resolve, reduzindo ruído e aumentando conversão.

**3. Construir autoridade com prova real** - Utilizar resultados, depoimentos e casos práticos para validar a entrega e reforçar credibilidade.

**4. Criar um processo de vendas estruturado** - Organizar a jornada do cliente com etapas claras, focadas em diagnóstico e solução, e não apenas em discurso.

**5. Inserir-se em ambientes de execução** - Participar de ecossistemas com outros empresários para acelerar decisões, validar estratégias e ampliar conexões.

Para Tochetto, a tendência é que a economia do conhecimento continue avançando, mas com maior nível de exigência. “O mercado não remunera quem sabe mais, mas quem consegue transformar esse conhecimento em solução, resultado e valor percebido. É isso que diferencia quem cresce de quem permanece estagnado”, conclui.

“O problema não está no quanto a pessoa sabe, mas no quanto ela consegue organizar isso em produto, posicionamento e entrega. Conhecimento, sozinho, não gera faturamento”

## O papel da liderança na Globalização 5.0

Laurent Delache (\*)

“Tu te tornas eternamente responsável por aquilo que cativas”. A frase pode parecer comum e já pouco original, levando em consideração que ganhou amplo reconhecimento por conta da popularidade do livro O Pequeno Príncipe. Apesar de ser uma obra com mais de 80 anos, seus trechos e ensinamentos práticos permanecem presentes no cotidiano da vida pessoal e, até mesmo, no ambiente corporativo.

Indo direto ao ponto, assim como um protagonista que “cativa” ao assumir o papel de líder seu próprio território corporativo, o líder é o autor responsável por semear os sentimentos e as ações

que definem a experiência, a união e o fortalecimento dos colaboradores e de todo o ecossistema ao qual pertencem. E, claro, quando olhamos para uma liderança sustentável em meio às novas etapas da globalização, essa sensibilidade torna-se indispensável.

Na Globalização 5.0, a tecnologia atua como alicerce dos negócios, mas o verdadeiro diferencial competitivo reside na responsabilidade socioambiental e em uma liderança capaz de compreender que o sucesso da marca é fruto de uma governança centrada na confiança e na valorização do ser humano. Exercer esse papel exige o compromisso de garantir que a inovação caminhe lado a lado com a ética, asse-

gurando que o legado construído hoje floresça como um ambiente de trabalho conectado às demandas da sociedade e ao aprendizado contínuo.

### O líder que unifica todo o ecossistema

Ao “cativar” a integração tecnológica no ambiente corporativo, a liderança assume o compromisso ético de supervisionar e garantir que o uso da inteligência artificial não resulte em degradação ambiental, exclusão de minorias ou problemas de conduta. Essa governança mais sólida pressupõe que o conselho monitore de perto a neutralidade e a responsabilidade dos sistemas, assegurando que a inovação caminhe lado a lado com a preservação dos valores humanos e a confiança de todos os stakeholders.

Essa nova governança precisa transcender o discurso da alta liderança para ser sentida na base da operação, especialmente em um cenário no qual a tecnologia dita as regras do jogo. Estudos recentes sobre a força de trabalho no Brasil, divulgados pela consultoria global de gestão organizacional Korn Ferry, mostram que a inteligência artificial já representa 74% de relevância para profissionais que desejam ingressar ou permanecer em uma empresa, sinalizando que o talento brasileiro está fortemente sintonizado com a inovação.

Nesse contexto, o líder que busca “cativar” seu time na era 5.0 deve encerrar o investimento em capacitação não como um luxo, mas como uma das únicas estratégias realistas para evitar abismos de conhecimento e garantir

que a evolução tecnológica promova união — e não exclusão interna.

No fim das contas, com a Globalização 5.0, o cenário exige que a conexão entre todos os níveis da empresa, do estagiário ao CEO, seja genuína e se torne uma pauta obrigatória, presente desde as reuniões de conselho até as interações mais informais do cotidiano. Por isso, a cultura organizacional deve ser fortalecida para garantir que, apesar do avanço tecnológico constante, todos saibam operar e “cativar” as novas ferramentas, incluir aqueles que enfrentam dificuldades e adotar práticas que minimizem, de forma efetiva, os impactos ambientais.

(\*) CEO Brasil da líder global de experiência do consumidor.