

MAGAZINE Enjoy

#01 • ABRIL 2026

ACESSO
INTELIGÊNCIA
CRESCIMENTO



DISRUPTION 21

O AMBIENTE ONDE LÍDERES SE ENCONTRAM, DECISÕES ACONTECEM
E O JOGO DOS NEGÓCIOS MUDA DE NÍVEL

NESTA EDIÇÃO, COM ALFREDO SOARES, WANDER MIRANDA E DIEGO RIBAS

NOVA SEDE

Com investimento de R\$ 8,5 milhões, Enjoy está prestes a inaugurar espaço inédito no ES

MUITO ALÉM DE NETWORKING

Enjoy promove relacionamento, estratégia e crescimento num mesmo ambiente



A V I D A

Há 50 anos lapidamos o nosso melhor para que você tenha peças incomparáveis.

Joias fabricadas no calor da paixão pelo que fazemos, precisas como as melhores memórias devem ser e com design que serve à missão de unir você ao que tem valor real na sua vida.

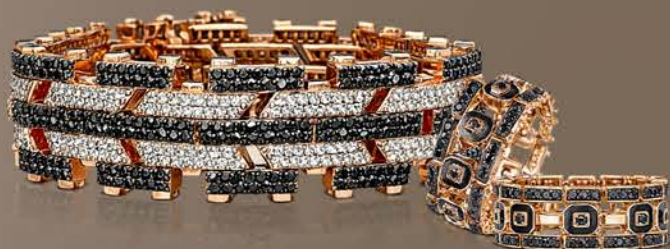
Acreditamos que a autenticidade vai muito além da pureza dos materiais.

É aceitar a responsabilidade de representar perfeitamente os momentos que são grandes demais para serem medidos.



BAUTZ

É R A R A



© bautzfabrica



bautz.com.br

Enjoy



**JOSEIR
BOGHI
VICTOR
JUNIOR**
CEO GRANVIC
E SÓCIO ENJOY

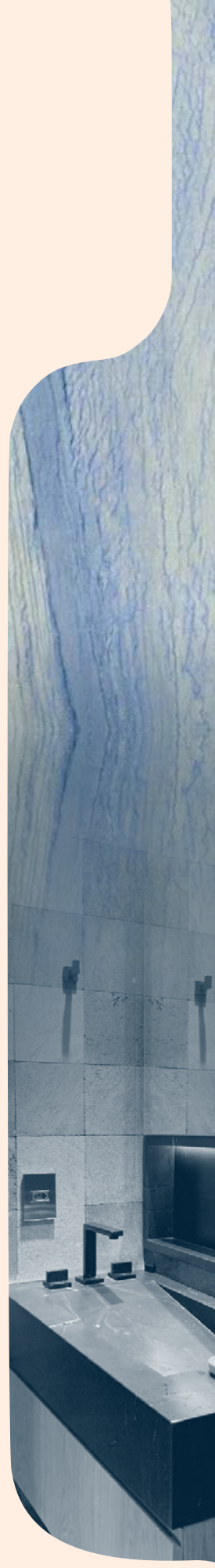


GRANVIC
G R A N I T O S

**NEM TODA ROCHA É ESCOLHA.
ALGUMAS SÃO POSICIONAMENTO.**

QUANDO O PADRÃO É ALTO,
A ESCOLHA DEIXA DE SER COMUM.
FOI ASSIM NA NOVA SEDE ENJOY.

GRANVIC
NOBRE POR NATUREZA.







SACA
CONSTRUTORA E SERVIÇOS

Oportunidade de investimento.

Seu capital em casas de alto padrão, a preço de custo, com alta rentabilidade.

- ◆ Casas em condomínios fechados de alto padrão;
- ◆ Investimento a preço de custo - rentabilidade acima do mercado;
- ◆ Prazo curto de construção e entrega;
- ◆ 10 anos de mercado capixaba.

Conheça o projeto e entre para o grupo de investidores.

Aponte a câmera e saiba mais:



SUMÁRIO



42

DISRUPTION 21

O encontro onde conteúdo, curadoria e decisão se encontram

50

CASE ENJOY

Histórias de sucesso que ganharam escala dentro da Enjoy

58 NEGÓCIOS INOVADORES

MODELOS QUE ESTÃO REDESENHANDO A FORMA DE EMPREENDER

72 ARTIGOS

IDEIAS QUE AJUDAM A TOMAR MELHORES DECISÕES

30 A FORÇA DA COMUNIDADE

RELACIONAMENTO, ESTRATÉGIA E RESULTADO NO MESMO LUGAR

46

NOVA SEDE DA ENJOY

Um espaço pensado para conexões que viram negócio



16

ECOSSISTEMA DE NEGÓCIOS

Mais do que uma comunidade, um ambiente de crescimento real



MAGAZINE Enjoy

CEO

Wander Miranda

COO

Marcelah Caetano

DIRETOR DE EXPANSÃO DE NEGÓCIOS

Giuliano Giberni

MENTOR DE POSICIONAMENTO DE MARCAS

Arthur Galvão

COORDENADOR DE MARKETING

Arthur Paiva

DESIGNER GRÁFICO

Cyndi Oliya
Eliezer Medina

enjoywork.com.br



@enjoyeducacao



Realiza
CONTEÚDO

DIRETOR
Eder Mota

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Ariani Caetano
MTB-ES 2420

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO
Link Editoração

IMPRESSÃO
GSA Gráfica e Editora

A Enjoy Magazine é a materialização de um movimento

A Enjoy nasceu com um propósito claro: reunir empresários que decidiram ir além. Pessoas que entenderam que crescer exige visão, ambiente e decisões melhores. Ao longo do tempo, construímos um ecossistema onde conexões deixam de ser superficiais e passam a ser estratégicas, onde conversas geram negócios, e onde o desenvolvimento se dá através da troca de experiências com quem faz de verdade.

A Enjoy Magazine surge como extensão natural desse movimento. Mais do que um canal de comunicação, ela é um registro do que está sendo construído aqui dentro. Um espaço onde as histórias dos membros ganham profundidade, onde movimentos empresariais são apresentados com clareza e refletem posicionamento. A cada edição, você acompanhará a jornada dos membros mais engajados, tomará conhecimento dos negócios mais relevantes realizados, além de conhecer as melhores oportunidades de investimentos.

Esta revista nasce com um compromisso: ser uma fonte de atualização constante do nosso ecossistema. A cada três meses, acompanhando os principais encontros do Disruption, ela irá consolidar aprendizados, destacar membros, evidenciar oportunidades e, principalmente, elevar o nível das discussões. Porque quem está aqui não busca apenas informação. Busca direção.

O que você encontrará nas próximas páginas é o reflexo de um ambiente que valoriza crescimento com consistência, liderança com responsabilidade e ambição com propósito. Um ambiente onde empresários não competem por espaço, mas constroem juntos novas possibilidades.

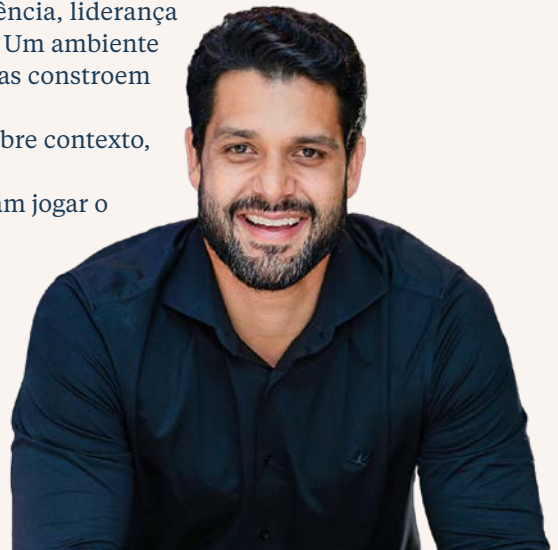
A Enjoy Magazine não é sobre conteúdo. É sobre contexto, conexão e evolução.

E, acima de tudo, é sobre pessoas que decidiram jogar o jogo no mais alto nível profissional.

Seja bem-vindo à primeira edição.

Acesse o próximo nível da visão empresarial.

Wander Miranda
CEO da Enjoy





Enjoy: um ecossistema empresarial onde conexões qualificadas se transformam em negócios, reputação e crescimento real

E SE O MAIOR ATIVO DE UM EMPRESÁRIO NÃO FOSSE O CONHECIMENTO QUE ELE ACUMULA, MAS AS CONEXÕES QUE ELE CONSTRÓI?

Essa provocação ajuda a entender o que a Enjoy se tornou ao longo dos últimos anos. Mais do que uma escola de negócios, a empresa se consolidou como um ecossistema empresarial, onde a educação atua como meio – e não como fim – para gerar relações estratégicas, parcerias, negócios e crescimento sustentável.

Durante muito tempo, o desenvolvimento empresarial esteve associado principalmente à busca por conhecimento: cursos, livros, palestras e formações em gestão. Mas, à medida que empresas amadurecem e decisões se tornam mais complexas, muitos empresários percebem que informação, por si só, já não resolve tudo.

Para a Enjoy, eventos não são apenas agenda – são estratégia para gerar conexões reais, acelerar negócios e fortalecer a comunidade.



É nesse ponto que surge a proposta da Enjoy, criada como Enjoy Educação, mas que deixou de ser apenas uma empresa de educação empresarial para assumir um posicionamento mais amplo: o de ecossistema de conexões entre empresários.

Hoje, a empresa reúne mais de 200 empresários em sua principal comunidade de negócios – a Comunidade Disruption –, promove encontros estratégicos ao longo do ano, conduz programas de desenvolvimento empresarial e mantém um ambiente estruturado para que relações profissionais se transformem em oportunidades concretas de parceria, investimento e crescimento.

O Disruption é um espaço onde empresários de diferentes setores se encontram regularmente para compartilhar experiências, discutir desafios reais de gestão e ampliar suas redes de relacionamento.

A dinâmica vai além do networking tradicional: dentro da comunidade, empresários passam a construir relações de confiança, trocar conhecimento prático e, em muitos casos, desenvolver projetos e negócios em conjunto. Esse movimento acabou redefinindo

HUB EMPRESARIAL COMPLETO

Na Enjoy,
educação é meio
e conexão é o fim

1. DO COWORKING AO ECOSISTEMA

O que começou como um espaço físico de trabalho evoluiu para um hub empresarial onde empresários constroem relações estratégicas, reputação e negócios de alto valor.

2. EMPRESÁRIOS CRECEM MAIS RÁPIDO QUANDO DEIXAM DE CAMINHAR SOZINHOS.

3. A ENJOY É UM ECOSISTEMA DE NEGÓCIOS BASEADO EM DESENVOLVIMENTO E CONEXÕES QUALIFICADAS.

Por isso, seus produtos educacionais existem para:

- elevar o nível dos empresários
- criar linguagem comum
- gerar confiança entre membros

Mas o verdadeiro valor entregue pela Enjoy é:

- relacionamento estratégico
- geração de negócios
- reputação
- pertencimento a uma comunidade de alto nível.

o próprio posicionamento da empresa, que, além de continuar desempenhando um papel relevante em educação, passou a assumir uma nova função: qualificar empresários para participar de um ecossistema mais exigente, onde conhecimento, experiência e relacionamento caminham juntos.

“A Enjoy decidiu assumir o posicionamento de ecossistema em função de observar a quantidade de negócios que surgia entre os membros e a quantidade de membros interessados em ter a Enjoy como sócia em seus empreendimentos. A sinergia entre negócios, observada pela entrada de membros com segmentos sinérgicos ou complementares, robustecia toda a rede e fazia com que aumentassem as oportunidades de negócio. Então nós entendemos

que deveríamos ser mais ecossistema do que uma entidade educacional”, explica o CEO da Enjoy, **Wander Miranda**.

O START

A história da Enjoy começou em 2017, de forma tímida, como um coworking na Serra, Espírito Santo. À época, o modelo de economia compartilhada ganhava força no mundo, impulsionado por negócios como Uber e Airbnb. No mercado capixaba, o conceito ainda engatinhava, e a Enjoy foi pioneira ao oferecer um espaço de trabalho compartilhado na região.

Mais do que um espaço de compartilhamento de mesas e salas, o lugar rapidamente se tornou um ponto de encontro entre empresários. Para ampliar a visibilidade e atrair público qualificado, o fundador da Enjoy, Wander Miranda, passou a promover eventos dentro do próprio coworking. A iniciativa revelou algo importante: havia uma demanda reprimida por troca, conexão e desenvolvimento entre empresários que falavam a mesma língua.

O Enjoy Cast, podcast criado para contar histórias de empreendedores, surgiu nesse contexto e ganhou relevância rapidamente. Em pouco tempo, tornou-se o podcast de empreendedorismo mais relevante do Espírito Santo, reforçando o papel da Enjoy como catalisadora de reputação e relacionamento. Os eventos cresceram, o público se ampliou e ficou claro que o coworking, por si só, já não era suficiente para sustentar o movimento que se formava.

Foi nesse momento que a Enjoy passou a estruturar um braço de mentorias, palestras e eventos, dando início a uma transição importante: a educação deixava de ser produto final e passava a ser instrumento de conexão e qualificação das relações.

O ponto de virada veio em setembro de 2023, com o lançamento do livro “Máquina de Resultados”, de Wander Miranda, durante a primeira edição da Imersão Máquina de Resultados. O evento reuniu 279 empresários em dois dias de imersão e marcou um novo patamar para a Enjoy. Ao final daquele ano, uma rodada de benchmarking em São Paulo, junto às principais instituições de educação empresarial do país, consolidou uma decisão estratégica: separar definitivamente o coworking e reposicionar a Enjoy como escola de negócios e, mais do que isso, como ecossistema.



Última edição do evento Disruption, em 2024

Foi nesse contexto que nasceu o Disruption. A primeira reunião aconteceu em janeiro de 2024, reunindo apenas 16 empresários em uma imersão de um dia. O que surpreendeu não foi o conteúdo, mas o efeito do encontro. Mais do que aprender sobre visão empresarial, gestão, processos ou liderança, os participantes relataram algo em comum: não se sentiam mais sozinhos.

Ali estavam empresários com propósitos semelhantes, que tiveram coragem de empreender sem garantias, que amam o que fazem, têm humildade para aprender e evoluir, mas que sentiam falta de um ambiente onde pudessem se conectar com pares do mesmo nível, falar a mesma língua e construir juntos.

Wander Miranda destaca que o Disruption revelou para o mercado empresarial capixaba que é possível fazer, no Espírito Santo, coisas jamais imaginadas. “O capixaba valoriza, sim, o que é daqui, desde que alguém acredite fortemente nisso e trabalhe para que seja respeitado e reconhecido. Foi o que fizemos, persistindo mesmo contra essa crença de que no Espírito Santo não se valoriza quem é da própria terra, de que aqui não dá certo esse tipo de negócio, de que as pessoas preferem ir para fora, para São Paulo, pagar caro porque buscam algumas estrelas.”

Desde então, o Disruption cresceu de forma consistente, hoje soma mais de 200 membros e promoveu o que parecia improvável no Espírito Santo: empresários passaram a valorizar os negócios locais, fortalecer relações de ganha-ganha e enxergar a conexão como ativo estratégico.



Os números ajudam a explicar esse reposicionamento. Em uma recente apresentação de resultados aos sócios, a Enjoy identificou que 77% da receita da empresa já era proveniente da Comunidade Disruption. A pergunta, então, surgiu naturalmente: afinal, a Enjoy era uma escola de negócios ou uma comunidade de empresários? A resposta foi unânime.

O caráter educacional da Enjoy, no entanto, não desapareceu; ao contrário, se fortaleceu dentro do ecossistema. Ele passou a qualificar pessoas para fazer parte de um ambiente mais exigente, onde conexões geram negócios, reputação, parcerias, novos projetos e crescimento real. A partir dessa decisão, a Enjoy se reposicionou oficialmente como um business club, agregando empresários que entendem que o fortalecimento do coletivo potencializa o individual.

“O business club em si nasce porque refletimos sobre o impacto da nossa comunidade de empresários na nossa receita. As pessoas buscavam por interação, conexão, acesso, por um tipo de aprendizado vivo, contínuo. Porque a informação é importante, mas as pessoas são informação viva, ambulante, e o aprendizado se dá pela experiência, pela troca, de uma maneira muito mais profunda”, ressalta Wander Miranda.

A inauguração da sede própria, em maio de 2026, marca esse novo momento. Mais do que um espaço físico, ela se torna o ponto de encontro do ecossistema, uma espécie de quartel-general de um movimento empresarial que já

QUEM FAZ A ENJOY

A Enjoy não opera como uma empresa de um único produto, mas como um ecossistema empresarial em camadas, no qual:

- Conexões entre empresários são o produto final
- Educação é o vetor que gera essas conexões
- Comunidade é o motor de recorrência e receita

Para isso, a Enjoy é formada por sócios-investidores com forte atuação no ambiente empresarial, responsáveis por sustentar governança, expansão e perenidade do ecossistema.

SÓCIOS ELITE

Wander Miranda	Israel Feriane	Vicente Rosa
Alessandro Dadalto	Leonardo Amaral	Vitor Escocard
Brener Rodrigues	Leonardo Freitas	Yago Santos
Diego Callegari	Marral Lage	
Felipe Lomeu	Marcelo Mamari	

SÓCIOS ACIONISTAS

Anderson Andrade	Gustavo Fonseca	Wagner Dadalto
André de Alencar	Henrique Gasparini	Henrique Arruda
Alexandre Bittencourt	Joseir Junior	Leon Sayegh
Arthur Bautz	Isaac Pandolfi	Marcio Lameri
Aurélio Pretti	Júnior Lopes	Marco Barcelos
Anderson Sier	Marcelah Caetano	Wester Cardozo
Dyego Frasson	Sandro Rua	
Giuliano Giberni	Tatiano Gomes	

impacta o Espírito Santo e mira novos territórios. A expansão para outros estados já está no radar, começando por Minas Gerais, onde a Enjoy articula investidores e sócios-operadores para abrir uma nova unidade, que também funcionará como ponte de relacionamento entre os mercados capixaba e mineiro.

A Enjoy segue evoluindo com uma convicção clara: conhecimento abre portas, mas são as conexões certas que sustentam o crescimento. É nesse ambiente estruturado, exigente e colaborativo que empresários encontram o próximo nível.



CONHECENDO OS NEGÓCIOS ENJOY



NEGÓCIO CENTRAL

DISRUPTION

Coração do ecossistema Enjoy, é uma comunidade empresarial formada por empresários que se desenvolvem juntos e fazem negócios entre si. Em termos de modelo de negócios, o Disruption funciona na dinâmica de membership, ou seja, um clube empresarial.

Nessa comunidade de empresários, eles trocam experiências, participam de encontros estratégicos, acessam conteúdos de gestão e constroem reputação e parcerias. O Disruption gera negócios entre membros, networking qualificado, oportunidades de investimento, parcerias estratégicas e expansão de mercado.



NEGÓCIO EDUCACIONAL ESTRUTURANTE

JOURNEY

O Journey é um programa educacional de gestão empresarial, capaz de desenvolver áreas essenciais das empresas, como estratégia, marketing, vendas, finanças, liderança e gestão empresarial.

Seus módulos são formação de gestão do empresário, preparando-o para melhorar a gestão, elevar o nível das decisões e qualificar sua participação na comunidade. Em outras palavras, o Journey forma empresários melhores para participar do ecossistema.



Mais do que um espaço, a nova sede da Enjoy é um ambiente pensado para conexões que geram negócios e impulsionam crescimento



DESENVOLVIMENTO DE LIDERANÇA

MENTORIA APOGEU

O Apogeu é um programa voltado ao desenvolvimento do líder, atendendo empresários que já possuem estrutura empresarial, já aprenderam a gerir, mas precisam aprender a liderar pessoas e a si mesmos.

Seu foco é o desenvolvimento e aprimoramento da autoliderança, maturidade emocional, liderança de equipes, cultura organizacional e decisões estratégicas. Assim, o Apogeu atua como um programa de evolução do empresário dentro do ecossistema, elevando-o a um nível mais alto de liderança e influência dentro da comunidade.



EVENTOS E EXPERIÊNCIAS

IMERSÃO MÁQUINA DE RESULTADOS

Eventos como a Imersão Máquina de Resultados funcionam como experiências intensivas, geração de autoridade, recrutamento de novos membros e fortalecimento da comunidade.

Eles são aceleradores de relacionamento e aproximam empresários e geram novos membros para a comunidade.

Sede da Space
Contabilidade, uma das
empresas que integram
a Enjoy Participações



Enjoy Participações: quando conexões empresariais se transformam em novos negócios

A PARTIR DA FORÇA DO ECOSISTEMA CONSTRUÍDO PELA ENJOY, NASCE UMA ESTRUTURA DE GOVERNANÇA E INVESTIMENTOS VOLTADA A ACELERAR EMPRESAS COM SINERGIA ESTRATÉGICA, COMBINANDO CAPITAL FINANCEIRO E INTELIGÊNCIA EMPRESARIAL

A medida que o ecossistema Enjoy cresceu e passou a reunir empresários cada vez mais conectados entre si, um novo movimento começou a surgir de forma natural: oportunidades de investimento e de criação de novos negócios dentro da própria comunidade.

Esse movimento já se materializa em negócios concretos dentro do ecossistema, como a atuação da consultoria O Mundo Clínico no setor da saúde, a estruturação da Aport Seguros

no mercado corporativo e a expansão da Space e da frente de Real Estate.

Foi desse contexto que nasceu a Enjoy Participações, a estrutura que organiza os investimentos e a governança das empresas que fazem parte do grupo. Mais do que um braço financeiro, ela representa uma estratégia de crescimento baseada na sinergia entre empresas e no conceito de smart money, em que capital financeiro se combina com

INVESTIMENTOS QUE REFLETEM A EXPANSÃO DO ECOSISTEMA

Os investimentos realizados pela Enjoy Participações refletem o momento de expansão vivido pelo grupo nos últimos anos. Na Aport Seguros, por exemplo, o modelo se conecta diretamente à base empresarial da comunidade, permitindo atuação mais próxima das dores dos empresários. Já no Mundo Clínico, a presença no ecossistema acelerou a validação do modelo e ampliou a rede de parcerias estratégicas.

Esse modelo reforça a lógica da Enjoy Participações: investir em empresas que possuam sinergia com o ecossistema e potencial de crescimento conjunto.

A estratégia da Enjoy Participações, na verdade, não se limita a investir em empresas já existentes. Esse movimento inclui também a criação de novas frentes

de atuação, como a Enjoy Real Estate, que estrutura projetos imobiliários de alto padrão com participação de investidores da própria comunidade.

A proposta é atuar tanto no desenvolvimento de novas empresas quanto no investimento em iniciativas já em operação, sempre buscando negócios que compartilhem valores, cultura e visão de crescimento.

Dessa forma, a Enjoy consolida um modelo em que comunidade, negócios e investimentos se retroalimentam, criando um ambiente onde empresários podem crescer não apenas individualmente, mas também de forma coletiva.

conhecimento empresarial, rede de contatos e experiência de gestão.

Hoje, a Enjoy Participações reúne empresas que atuam em diferentes frentes, mas que mantêm conexão direta com o ecossistema construído ao redor da comunidade empresarial. Cada uma dessas empresas se conecta ao ecossistema de maneira complementar, ampliando as possibilidades de serviços, oportunidades e negócios para os empresários que fazem parte da comunidade.

Essa complementaridade se traduz, por exemplo, na atuação da Space, que integra contabilidade, gestão e crédito, ou na Aport Seguros, que estrutura proteção e benefícios empresariais dentro de uma lógica consultiva.

GOVERNANÇA PARA SUSTENTAR O CRESCIMENTO

Com a expansão do grupo e o aumento do número de negócios conectados ao ecossistema, a Enjoy estruturou também um modelo formal de governança para orientar as decisões estratégicas da holding.

O conselho da Enjoy Participações é formado por empresários que participam diretamente da construção do ecossistema e acompanham as diretrizes de crescimento do grupo. São eles: Wander Miranda (presidente do conselho), Leonardo Freitas, Marral Lage, Felipe Lomeu, Vitor Escocard e Leonardo Amaral.

A criação dessa estrutura permite que os novos investimentos e iniciativas

empresariais sejam conduzidos com maior organização, alinhamento estratégico e visão de longo prazo.

SMART MONEY: CAPITAL QUE ACELERA NEGÓCIOS

Dentro do modelo da Enjoy Participações, o grupo não atua apenas como investidor financeiro. Em muitos casos, a contribuição mais relevante está no conhecimento acumulado pelo ecossistema e na capacidade de conectar empresários, ideias e oportunidades.

Esse modelo pode ser observado no desenvolvimento de negócios como O Mundo Clínico, em que o principal diferencial não foi o aporte financeiro, mas a aceleração por meio de conexões, validação estratégica e acesso a um ambiente empresarial ativo.

Em outros casos, essa relação evolui para participação societária, como aconteceu com a Space, que passou de membro do ecossistema a empresa integrada à estrutura da Enjoy Participações.

Esse modelo permite que empresas que entram no ecossistema tenham acesso não apenas a investimento, mas também a orientação estratégica, networking qualificado e apoio no desenvolvimento de seus negócios.

O QUE É SMART MONEY

Smart money é um modelo de investimento em que o capital financeiro vem acompanhado de conhecimento, experiência de gestão e acesso a redes estratégicas de relacionamento. Em vez de apenas investir recursos, o investidor também contribui para acelerar o crescimento da empresa.

O Mundo Clínico: estratégia que transforma profissionais da saúde em empresários de alta performance

CONSULTORIA ATUA NA ESTRUTURAÇÃO DE CLÍNICAS MAIS LUCRATIVAS, PREVISÍVEIS E ORGANIZADAS, CONECTANDO CONHECIMENTO TÉCNICO À INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS

O setor da saúde no Brasil reúne profissionais altamente qualificados do ponto de vista técnico, mas que, muitas vezes, enfrentam desafios quando o assunto é gestão, posicionamento e crescimento estruturado. Foi a partir dessa lacuna que surgiu a O Mundo Clínico, uma consultoria estratégica voltada para clínicas e profissionais da saúde que desejam transformar conhecimento técnico em negócios mais sólidos e escaláveis.

“O Mundo Clínico é uma consultoria estratégica voltada para clínicas e profissionais da saúde, como dentistas, médicos, biomédicos e especialistas da área estética. Nosso foco é ajudar essas clínicas a estruturarem modelos de crescimento mais previsíveis e lucrativos”, explica o founder & COO da empresa,

Matheus Fagundes.

A proposta vai além da geração de demanda. A atuação está centrada na construção de um modelo completo de crescimento, conectando estratégia, posicionamento e organização comercial para ampliar margem, previsibilidade e eficiência operacional.

DA TÉCNICA À ESTRATÉGIA: UMA MUDANÇA DE CHAVE NO SETOR

O ponto de partida do Mundo Clínico está em uma constatação recorrente: excelência técnica não garante, necessariamente, sucesso empresarial.

“Identificamos um mercado enorme na área da saúde que, apesar de altamente técnico, muitas vezes carece de estrutura de gestão, posicionamento e modelo de crescimento”, destaca Matheus. “Muitos profissionais possuem grande competência clínica, mas enfrentam desafios na parte estratégica do negócio.”

A partir dessa leitura, a consultoria atua ajudando clínicas a migrarem de um modelo



baseado em procedimentos pontuais para uma lógica mais estruturada, com protocolos de maior valor agregado, o que impacta diretamente na previsibilidade de receita e na sustentabilidade do negócio.

UM NEGÓCIO POTENCIALIZADO PELO ECOSISTEMA

A entrada do Mundo Clínico no ecossistema Enjoy aconteceu de forma natural, a partir da sinergia com o perfil dos empresários que

fazem parte da comunidade. “Desde o início, percebemos que o modelo do Mundo Clínico tinha grande sinergia com o ambiente de empresários e gestores que fazem parte da comunidade”, afirma Matheus.

Mais do que um espaço de relacionamento, o ecossistema se consolidou como um ambiente de validação e aceleração do negócio.

“Estar inserido em um ambiente com outros empresários acelera muito o desenvolvimento. O contato constante com empreendedores de diferentes setores gera troca de experiências, validação de ideias e uma visão mais ampla sobre estratégia, gestão e crescimento.”

CONEXÕES QUE SE TRANSFORMAM EM OPORTUNIDADES

Um dos principais diferenciais de atuar dentro da Enjoy está na qualidade das conexões e no potencial dessas relações se transformarem em negócios.

“A rede de empresários cria um ambiente muito favorável para conexões estratégicas. Muitas vezes, negócios surgem a partir de conversas, troca de experiências e identificação de sinergias entre empresas”, explica Matheus.

Na prática, isso já se traduz em parcerias com empresas de áreas como marketing, contabilidade, jurídico e tecnologia, fortalecendo o modelo de atuação do Mundo Clínico e ampliando o valor entregue aos clientes.

CRESCIMENTO ESTRUTURADO E VISÃO DE LONGO PRAZO

Com o modelo validado, a O Mundo Clínico agora mira expansão consistente dentro do mercado da saúde.

“Os próximos passos envolvem ampliar nossa presença no mercado, fortalecer a comunidade de profissionais que fazem parte do Mundo Clínico e expandir nossas soluções estratégicas”, afirma Matheus.

Entre as iniciativas estão novos formatos de conteúdo, eventos e ações que aproximem ainda mais os profissionais da saúde de uma mentalidade empresarial.

“O mercado da saúde está em constante transformação e acreditamos que existe muito espaço para inovação em gestão, posicionamento e modelo de negócio para clínicas”, completa Matheus.



Aport Seguros: inteligência em proteção para empresas que querem crescer com segurança

CORRETORA ATUA DE FORMA CONSULTIVA PARA ESTRUTURAR SOLUÇÕES COMPLETAS EM SEGUROS E BENEFÍCIOS, CONECTANDO PROTEÇÃO, ESTRATÉGIA E CRESCIMENTO EMPRESARIAL

Em um ambiente empresarial cada vez mais complexo, proteger o negócio deixou de ser uma decisão pontual para se tornar parte da estratégia. É nesse contexto que atua a Aport Seguros, uma corretora voltada ao público empresarial, com foco em oferecer soluções integradas que acompanham o crescimento das empresas.

“A Aport Seguros é uma corretora que representa todas as seguradoras do mercado e tem foco prioritário em produtos PJ, para atender o empresário, fazendo desde um seguro simples até seguros mais complexos, como o da empresa, do galpão ou do escritório”, explica o diretor operacional da empresa, **Lucas Borges**.

Além das coberturas tradicionais, a atuação inclui seguros de vida em grupo, planos de saúde, benefícios corporativos e consórcios, atendendo tanto pessoas físicas quanto jurídicas. A proposta é atuar como uma parceira estratégica do negócio.

DA FRAGMENTAÇÃO À VISÃO INTEGRADA

Um dos principais problemas enfrentados por empresários no mercado de seguros é a fragmentação de soluções. Diferentes apólices, diferentes corretores e pouca clareza sobre o que, de fato, está protegido.

“Geralmente o empresário faz o seguro dos carros com uma pessoa, o da empresa com outra, o de vida com outra. No final, ele nem sabe mais com quem fechou cada coisa. A Aport veio para resolver isso”, resume Lucas.

O modelo da corretora se baseia justamente na centralização e na especialização. Embora atue de forma generalista, a empresa conta com especialistas por segmento, garantindo profundidade técnica sem perder a visão integrada.

“A gente sempre vai buscar o melhor preço, o melhor custo-benefício e entender qual realmente é a necessidade do cliente para atendê-lo da melhor forma.”

UM NEGÓCIO QUE NASCE DA CONEXÃO COM EMPRESÁRIOS

A entrada da Aport no ecossistema Enjoy foi impulsionada pela sinergia com o público e pela conexão com outros empresários.

“A ideia de levar esse negócio para a Enjoy foi por meio do Vitor Escocard, que é nosso sócio e também sócio da Enjoy. Como temos um perfil voltado para o público empresarial, a Enjoy faz muito sentido para a gente.”

Mais do que uma estratégia comercial, a aproximação foi vista como uma oportunidade de atuar de forma mais próxima das reais demandas do empresário.

“O empresário hoje é muito solitário. A Enjoy cria um ambiente onde ele pode conversar com outros empresários. Isso abre espaço para entender melhor as dores e ajudar de forma mais assertiva”, defende Lucas.



CONEXÃO QUE GERA CONFIANÇA E OPORTUNIDADE

Dentro do ecossistema, o diferencial não está apenas no acesso, mas na qualidade das relações estabelecidas.

“Muitas vezes, quando a gente tem um lead mais frio, existe uma desconfiança. Estando dentro da Enjoy, a gente já está validado nesse sentido.”

Esse ambiente favorece a construção de relações mais abertas e produtivas, facilitando o desenvolvimento de negócios e a conscientização sobre a importância da proteção empresarial.

“A gente consegue chegar mais perto do empresário e conscientizá-lo, não só sobre seguros simples, mas também

sobre soluções mais complexas, como sucessão empresarial e proteção de sócios.”

CRESCIMENTO CONECTADO AO ECOSSISTEMA

Ainda em fase de estruturação dentro da Enjoy Participações, a Aport já projeta crescimento acelerado a partir da integração com a comunidade.

“Para a gente é muito claro que, tendo essa parceria com a Enjoy, existe uma previsão de crescimento muito grande. Queremos estar perto dos alunos, dos sócios e dos membros da comunidade”, ressalta Lucas.

O foco, neste momento, é fortalecer a presença dentro do ecossistema e ampliar o relacionamento com os empresários. “O próximo passo é estar 100% à disposição da comunidade Enjoy.”



Equipe
da Space
Contabilidade

Space: da contabilidade tradicional a um hub de soluções que conecta empresários e oportunidades

EMPRESA CAPIXABA CONSOLIDA MODELO QUE ACOMPANHA O CRESCIMENTO DOS CLIENTES EM DIFERENTES ETAPAS DA JORNADA EMPRESARIAL

A história da Space começa como tantas outras no setor contábil: uma operação tradicional, focada em atender clientes com dedicação e consistência. Mas, ao longo do tempo, o negócio passou por uma transformação que o levou a um novo posicionamento – mais estratégico, mais conectado e alinhado às demandas de um empresário em constante evolução.

“A Space nasceu a partir de uma contabilidade tradicional. Com o tempo, o negócio ganhou uma nova visão com a minha entrada, trazendo inovação, tecnologia e uma abordagem mais estratégica para a contabilidade”, explica o CEO da empresa, **Yago Santos**.

Hoje, a companhia se apresenta como um hub de soluções empresariais, com a contabilidade como base, mas cercada por serviços que

apoiam decisões, crescimento e estruturação dos negócios.

“Mais do que entregar obrigações fiscais ou relatórios contábeis, nosso objetivo é ajudar empresários a tomarem decisões melhores, crescerem com mais segurança e construir negócios mais sólidos e lucrativos.”

UM MODELO QUE INTEGRA, EM VEZ DE FRAGMENTAR

O reposicionamento da Space nasceu de uma leitura clara sobre o comportamento do mercado: empresários não querem mais soluções isoladas. “Identificamos que existe um grande movimento acontecendo: empresários estão cada vez mais buscando comunidades, conexões e inteligência coletiva para crescer.”

Ao mesmo tempo, ainda é comum encontrar empresas que operam com fornecedores desconectados entre si: contabilidade de um lado, consultoria de outro, networking em ambientes distintos. “Nossa visão sempre foi integrar essas frentes”, afirma Yago.

Esse movimento levou a empresa a estruturar um modelo que combina contabilidade, gestão financeira, acesso a crédito, educação empresarial e conexões estratégicas, criando um ambiente mais completo para quem está construindo negócios.

UMA TRAJETÓRIA CONECTADA DESDE A ORIGEM

A relação com a Enjoy não começou como uma parceria recente, mas como parte da própria construção do ecossistema empresarial no estado. “Fomos um dos primeiros membros da comunidade, ainda quando a Enjoy era um coworking. Sempre enxergamos ali uma visão de longo prazo sendo construída.”

Mais do que participar, a empresa decidiu se envolver ativamente nesse movimento. “Escolhemos comprar esse sonho junto, com muita lealdade ao projeto e à construção da comunidade.”

Essa proximidade evoluiu ao longo do tempo e culminou em um novo nível de relação: a entrada da Space no ambiente societário da Enjoy. “Fazer parte dessa história e agora fortalecer ainda mais essa relação através da sociedade é algo que nos deixa extremamente orgulhosos.”

QUANDO CONEXÕES DEIXAM DE SER DISCURSO E VIRAM NEGÓCIOS

Dentro de um ambiente empresarial ativo, a troca constante entre empresários acaba se traduzindo em oportunidades reais. “O ambiente de comunidade acelera tudo. Quando empresários estão próximos, compartilhando experiências, o nível de aprendizado e evolução aumenta muito.”

Na prática, isso se materializa em novos negócios, parcerias e até na criação de novas frentes de atuação. “Já surgiram diversas parcerias estratégicas, novos negócios e muitos clientes a partir das conexões dentro da comunidade”, revela Yago.

Um dos movimentos mais relevantes foi justamente o fortalecimento da relação com a própria Enjoy, que evoluiu para uma sociedade entre as empresas, um exemplo claro de como conexões podem gerar desdobramentos estruturais.

UMA NOVA FASE DE CRESCIMENTO

A entrada no ecossistema da Enjoy Participações marca um novo momento para a Space, com ampliação de escala e impacto.

“Sempre acreditei que a Space chegaria a lugares inimagináveis. A entrada da Enjoy fortalece ainda mais esse caminho. É a união de duas visões que acreditam no poder das conexões e da construção de um ecossistema empresarial forte.”

Mais do que um movimento societário, a parceria representa uma expansão da capacidade de atuação da empresa. “Essa parceria representa uma nova fase de impacto e crescimento estratégico para tudo aquilo que estamos construindo.”

O PRÓXIMO PASSO: ESCALA, TECNOLOGIA E PESSOAS

Com o modelo consolidado, o foco agora está em ampliar a atuação e fortalecer o ecossistema ao redor da marca. Para isso, segundo **Yago**, a empresa está investindo em tecnologia, automação de processos, inteligência empresarial e no desenvolvimento de novas soluções estratégicas para os clientes.

Outro eixo importante é a formação de um ambiente com empresários e profissionais alinhados à mesma visão de crescimento. “Acreditamos muito que grandes projetos são construídos por grandes pessoas. Queremos continuar cercados de gente que pensa grande e quer transformar o mercado.”

A ambição é clara: ampliar a atuação e consolidar a Space como um dos principais hubs de soluções empresariais com foco em contabilidade. “Nosso objetivo é nos tornarmos o hub de soluções empresariais com foco em contabilidade mais influente do estado, conectando empresários, conhecimento e oportunidades dentro de um ecossistema forte e inovador”, defende Yago.



Maison
LIBANESA

Homem

EXCLUSIVIDADE EMPÓRIO ARMANI NO ES

Onde a liderança empresarial
capixaba se veste para estar à
altura de grandes negócios

Alta alfaiataria e atendimento personalizado
para quem preza pela própria imagem.

Maison
LIBANESA
Homem



Clubs da Enjoy: onde afinidade vira conexão e conexão vira negócio

GRUPOS TEMÁTICOS REÚNEM EMPRESÁRIOS EM TORNO DE INTERESSES EM COMUM E APROFUNDAM RELAÇÕES QUE EVOLUEM NATURALMENTE PARA PARCERIAS, TROCAS E NOVAS OPORTUNIDADES

Nem toda conexão relevante nasce em uma reunião de negócios. Muitas surgem em conversas mais leves, em interesses compartilhados, em ambientes onde as pessoas estão menos formais e mais disponíveis. É exatamente nesse espaço que estão os clubs da Enjoy.

Organizados dentro do ecossistema, esses grupos reúnem empresários em torno de temas específicos, que vão de áreas profissionais a hobbies e estilo de vida. É o caso, por exemplo, dos clubs do Livro, do Poker, do Relógio, Bem-estar, entre outros. Assuntos sempre diferentes, mas a mesma lógica: aproximar pessoas.

Cada club tem uma liderança ativa, alguém responsável por puxar conversas, organizar encontros e manter o grupo vivo. É o que evita o destino comum de muitos grupos: o silêncio. Para Tamires Giacomini, CEO do Clube do Bem-Estar, manter o grupo ativo passa por estímulos constantes e direcionados à prática. “Grande parte do tempo promovemos reflexões e provocações que incentivam ação imediata. O foco é sair da teoria e ir para a prática.”



Já para Tiago Damiani, CEO do Clube do Livro, a manutenção do engajamento passa por organização e ritmo. “O club resolve isso com uma estrutura simples: um livro por mês, sugestão de ritmo semanal e um espaço para trocar aprendizados com outros empresários.”

MAIS CONVIVÊNCIA, MENOS FORMALIDADE

Os clubs funcionam como extensões da própria comunidade, só que em um formato mais próximo. Os encontros podem ser presenciais ou on-line, estruturados ou espontâneos. Mas todos têm algo em comum: acontecem com frequência.

E isso muda tudo. Porque, assim, as conversas deixam de ser superficiais, as pessoas se conhecem melhor, entendem como o outro pensa, o que faz, no que acredita. É aí que a relação começa a ganhar profundidade.

QUANDO A RELAÇÃO MUDA DE NÍVEL

Com mais convivência, vem a confiança. E com confiança, surgem as oportunidades. Dentro dos clubs, indicações acontecem com mais naturalidade, parcerias deixam de ser forçadas e negócios passam a surgir como consequência, não como objetivo imediato.



Gravação do
podcast do
Clube do Livro

Os clubs não existem para gerar negócios. Mas, no fim, acabam gerando, porque criam o ambiente certo para isso.

Para Thiago Azevedo, CEO do Clube do Relógio, o resultado vem como consequência do ambiente criado. “O principal resultado esperado é criar conexões e estreitar o relacionamento entre os membros. E isso já começa a acontecer. Alguns membros já compraram relógios com um dos participantes que atua nesse segmento. É um movimento ainda inicial, mas que mostra o potencial de transformação dessas conexões em negócios.”

PEQUENOS GRUPOS, GRANDE ECOSISTEMA

Ao formar esses clusters dentro do ecossistema, a Enjoy cria algo simples, mas poderoso: proximidade. Em vez de a comunidade operar em uma única rede ampla, ela se fragmenta em núcleos menores, mais ativos e mais conectados entre si.

Ao incentivar os clubs, a Enjoy, na verdade, amplia seu papel do ecossistema. Deixa de ser apenas um espaço de desenvolvimento empresarial e passa a ser também um ambiente de convivência, no qual as pessoas se encontram não só pelo que fazem, mas pelo que gostam. E, no meio disso, constroem relações que sustentam negócios ainda mais fortes.

POR QUE OS CLUBS FUNCIONAM



- Aproximam empresários de forma natural
- Aumentam a frequência das interações
- Criam confiança ao longo do tempo
- Estimulam trocas mais reais
- Fazem os negócios acontecerem como consequência

CLUBS TEMÁTICOS DA ENJOY

Atualmente, o ecossistema Enjoy conta com diversos clubs organizados por afinidade de interesses ou áreas de atuação. Entre eles estão:

- Enjoy Beer
- Amantes da Cerveja
- Enjoy Business Lab
- Enjoy Disruption
- Enjoy Legal (Jurídico/Contábil)
- Enjoy Med
- Enjoy Poker Club
- Enjoy Woman
- Mulheres de Negócios
- Entusiastas do Cinema
- Instituto Enjoy
- Pais de Empreendedores Enjoy
- ScaleUp Founders
- Travel Club Enjoy

Além desses, outros clubs voltados a interesses específicos também fazem parte da comunidade:

- Amantes do Automobilismo Enjoy
- Banda Enjoy
- Chosen For Business
- Club do Bem-Estar Enjoy
- Club do Charuto Enjoy
- Club do Livro Enjoy
- Comunidade Bilingue Enjoy
- Comunidade Náutica Enjoy
- Confraria do Vinho Enjoy
- Confra do Relógio Enjoy
- Craques da Bola Enjoy
- Enjoy Aviation Club
- Enjoy Awake (14 a 19 anos)

Clube do Livro: leitura como ferramenta de decisão e crescimento

Eu sempre acreditei que leitura é uma das ferramentas mais subestimadas por quem quer crescer nos negócios. Muita gente compra livros, recebe boas indicações, tem interesse genuíno em ler, mas a rotina engole tudo. O club resolve isso com uma estrutura simples: um livro por mês, sugestão de ritmo semanal e um espaço para trocar aprendizados com outros empresários. A leitura sai do plano e entra no calendário.

Mas não é sobre ler por ler. É sobre leitura que vira clareza, repertório e aplicação prática. O nosso critério de curadoria é direto: livro que não gera resultado na vida ou no negócio não entra no ciclo.

Hoje, o club funciona como um grupo no WhatsApp dentro do ecossistema Enjoy. Temos curadoria mensal, sugestão de ritmo de leitura de segunda a sexta, troca de insights ao longo do mês e fechamento no Enjoy Cast, o podcast do club.

Hoje somos 99 membros, e existe uma percepção clara de que é uma das comunidades mais ativas dentro do ecossistema. A entrada também é simples: interesse real em leitura e aplicação prática. A curadoria existe justamente para quem quer retomar o hábito, não apenas para quem já lê com frequência.

Os temas que aparecem com mais frequência são diretos: lucro, gestão, alavancagem, foco, hábitos e decisões práticas do dia a dia empresarial. O grupo não foge do concreto. Já a participação oscila, como é natural em qualquer grupo de empresários, mas o que importa é que existe movimento real de leitura, pessoas retomando o hábito, seguindo o ritmo e trazendo aplicação prática.

O que a gente busca é simples: aumentar repertório, melhorar a qualidade das decisões, gerar mais foco e execução. Isso já começa a aparecer na prática. Recentemente, fechei negócio com um membro do club e, a partir desse trabalho, ele conseguiu faturar um contrato de aproximadamente R\$ 1,2 milhão.

Para mim, esse caso traduz bem o que a gente está construindo. Não é networking vazio, mas repertório que amplia visão, abre portas e coloca o empresário na frente.

O que mais me marca no Club do Livro são os relatos de empresários que retomaram o hábito de leitura depois de anos. Há pessoas que voltaram a ler com consistência, a marcar trechos e a aplicar os insights nas decisões do dia a dia.

No fim, a lógica é simples: insight vira decisão, decisão vira ação. E nunca se perde. Ou ganha, ou aprende.



Tiago Damiani

SÓCIO-FUNDADOR DA DMRS LICITAÇÃO E DA DMRS ADVOGADOS, EMPRESAS ESPECIALIZADAS EM LICITAÇÕES E NEGÓCIOS PÚBLICOS, E CEO DO CLUBE DO LIVRO

Leitor disciplinado há anos, para quem a leitura não é hábito decorativo, mas sim instrumento de decisão.

CLUB DO LIVRO

LEITURAS DO PRIMEIRO TRIMESTRE

- **JANEIRO:** “Dobre seus lucros”, de Bob Fifer
- **FEVEREIRO:** “O almanaque de Naval Ravikant”, de Eric Jorgenson
- **MARÇO:** “A única coisa”, de Gary Keller e Jay Papasan

PODCAST DO CLUB DO LIVRO

Assista aqui aos episódios

1



2



Clube do Bem-Estar: saúde como ativo estratégico para empresários

A ideia do Clube do Bem-Estar surgiu de forma muito natural, a partir das próprias conexões dentro da Enjoy. Percebemos que, apesar de estarmos cercados por empresários de alta performance, havia uma lacuna importante: a saúde e o bem-estar não estavam sendo tratados com a mesma intencionalidade que os negócios. O club nasceu então como uma resposta a isto: fortalecimento do corpo e da mente para impactar positivamente nas nossas empresas e negócios.

Muitos empresários já entendem a importância do tema, mas não conseguem sustentar hábitos no dia a dia. Faltava um ecossistema que transformasse consciência em ação, gerando engajamento e apoio contínuo entre os membros.

O propósito do club é claro: promover longevidade com performance aos empresários. Queremos que eles tenham energia, clareza mental e saúde sustentáveis para construir negócios e vidas consistentes no longo prazo.

Os membros que se conectam com o club são, em sua maioria, empresários que já alcançaram algum nível de sucesso, mas perceberam que isso não se sustenta sem saúde. São pessoas mais exigentes, que hoje conseguem incluir em suas rotinas cuidados que vão além do operacional de suas empresas, cuidados direcionados ao seu bem-estar.

Hoje, o grupo conta com mais de 60 membros e, com a estruturação de eventos e curadorias, a expectativa é atrair novos participantes que encontrem estímulo para mudança de estilo de vida.

A entrada é por convite ou indicação dos membros da Enjoy. Todos são bem-vindos, em todos os seus níveis de cuidado com a saúde. O que buscamos são empresários que entendem o poder da construção dos pilares de saúde.

O club funciona como uma comunidade ativa, com interação digital contínua, e estamos organizando encontros presenciais estratégicos. Também estamos construindo uma curadoria de conteúdo e estímulos que gerem conexão entre os membros. Grande parte do tempo promovemos reflexões e provocações que incentivam ação imediata. O foco é sair da teoria e ir para a prática.

Os temas mais recorrentes nas discussões são sono, gestão do estresse, atividade física, alimentação, saúde mental, performance cognitiva e longevidade, sempre conectando saúde com resultados reais na vida e nos negócios.

Criamos um ambiente seguro, sem julgamento, com estímulos simples e acessíveis. Além disso, valorizamos quem compartilha sua jornada. O engajamento é muito bom, especialmente considerando o perfil dos participantes. Empresários possuem altas demandas e tempo escasso, mas existe troca genuína, interesse real e uma construção coletiva forte.

Esperamos gerar melhora real na saúde dos membros, mais energia, mais clareza mental e consistência de hábitos saudáveis. Além disso, fortalecer tanto o indivíduo quanto seus negócios. Afinal, CPF forte reflete em CNPJ forte.



Tamires Giacomin

CEO DO CLUBE DO BEM-ESTAR



Confra do Relógio: conexões que nascem da afinidade e evoluem para negócios

O principal motivo para a criação da Confra do Relógio foi segmentar os membros e estreitar o relacionamento a partir de afinidades específicas. Afinal, em uma comunidade com aproximadamente 200 membros, é praticamente impossível conectar todos. Mas ao criar grupos por afinidade, você prioriza a conexão pessoal antes da conexão profissional.

O propósito central da confraria é criar laços entre os membros, e uma comunidade como a de relógio funciona muito bem como alavanca de renovação da ambição. Amantes da alta relojoaria normalmente se destacam por sua ambição e por estarem sempre em busca de um novo relógio para celebrar uma conquista futura. Existe um simbolismo importante aqui: o relógio não é só um objeto, ele representa marcos, conquistas e próximos passos.

Hoje, o grupo possui 26 membros e buscamos realizar um encontro presencial por mês. A entrada acontece por indicação de outro membro e o único critério, neste momento, é ser amante da alta relojoaria.

Até agora, a dinâmica ainda é simples. Não há uma rotina estruturada de atividades. O grupo se movimenta principalmente por conversas sobre temas relacionados à horologia. As discussões giram em torno de quando iniciar uma coleção e quais são as marcas mais interessantes no momento.

Muitos participantes ainda estão iniciando nesse hobby e entendendo que estão no grupo para aprender sobre o tema. O grupo ainda está em fase de amadurecimento, e isso, por si só, já diz muito: é uma comunidade em formação, que

tende a ganhar força conforme os membros evoluem no tema.

O principal resultado esperado com a confraria do Relógio é criar conexões e estreitar o relacionamento entre os membros. E isso já começa a acontecer. Alguns membros já compraram relógios com um dos participantes que atua nesse segmento. É um movimento ainda inicial, mas que mostra o potencial de transformação dessas conexões em negócios.

No nosso almoço do mês de fevereiro, por exemplo, muitos membros que não se conheciam puderam se conectar e, a partir disso, surgiram outras áreas de interesse em comum, como perfumaria de nicho.

A confraria ainda está no começo, mas já deixa claro o seu papel dentro do ecossistema: aproximar pessoas por afinidade e, a partir disso, abrir espaço para relações mais profundas. Quando a conexão começa no interesse genuíno, o negócio passa a ser consequência.



Thiago Azevedo

CEO DA CONFRA DO RELÓGIO

Almoço entre membros do Confra do Relógio, em fevereiro de 2026, no restaurante Balthazar





SUA EMPRESA CRESCER.

SUA INTERNET PRECISA CRESCER JUNTO.

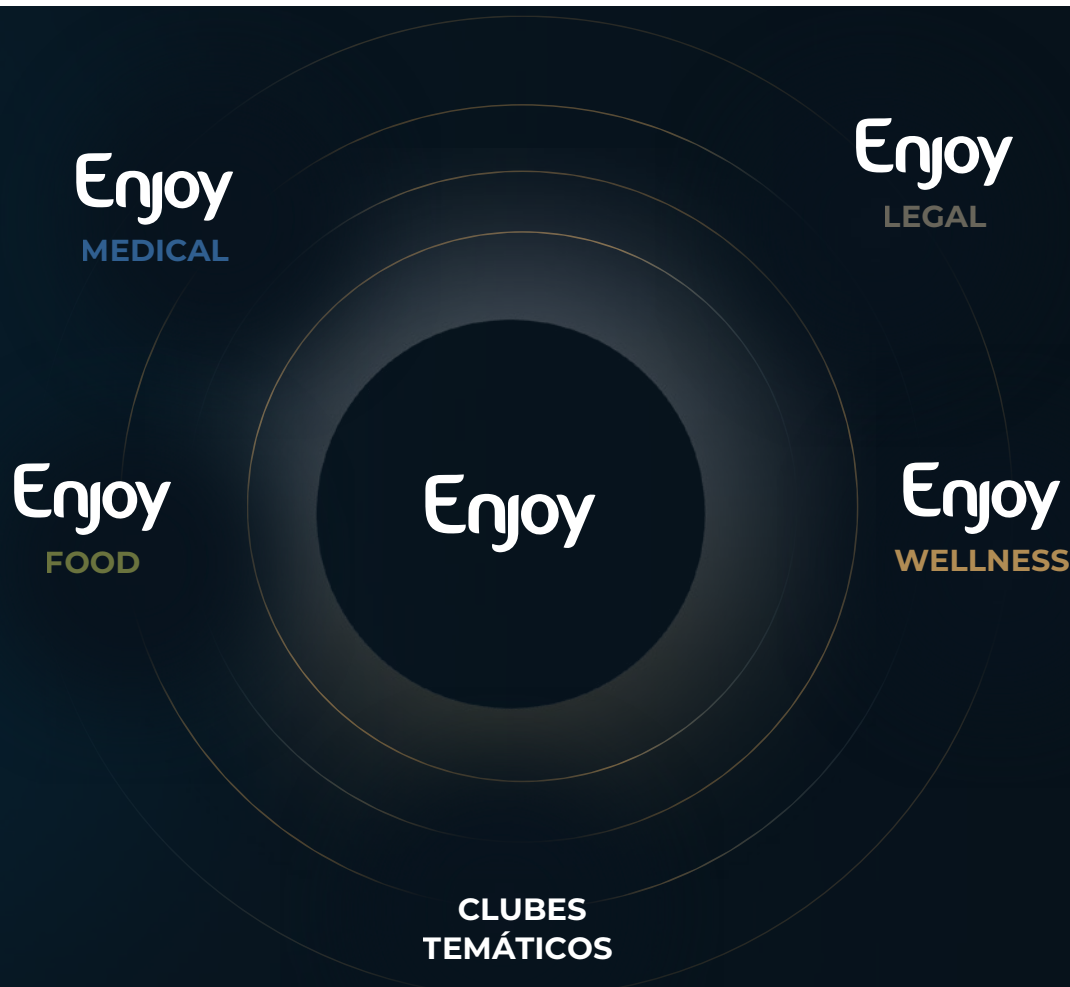
Há mais de 20 anos conectando negócios no ES, agora com **100% fibra óptica**, internet empresarial, link dedicado, telefonia e suporte 24h — em parceria com o Vixdatacenter, especialista em soluções de datacenter.

Conect Já
net

VIX
DATA CENTER

ENTRE EM
CONTATO
AGORA!





Conexões que falam a mesma língua: os clubs de nicho da Enjoy

DENTRO DO ECOSSISTEMA ENJOY, GRUPOS ESPECIALIZADOS REÚNEM EMPRESÁRIOS DE SEGMENTOS ESPECÍFICOS, COMO MÉDICOS E ADVOGADOS, CRIANDO AMBIENTES DE TROCA ESTRATÉGICA, GERAÇÃO DE NEGÓCIOS E DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL

Nem toda troca relevante acontece entre empresários de áreas diferentes. Em muitos casos, ela se torna ainda mais potente quando acontece entre quem vive desafios semelhantes, fala a mesma linguagem e enfrenta as mesmas decisões no dia a dia.

Dentro do ecossistema, a criação desses grupos especializados responde a uma

CLUBS DE NICHOS DA ENJOY

São os grupos formados por empresários de um mesmo setor que se reúnem para discutir desafios específicos, compartilhar experiências e gerar novas oportunidades de negócios.

necessidade clara: determinados setores possuem dinâmicas próprias, que exigem discussões mais específicas, aprofundadas e práticas. A gestão de uma clínica, por exemplo, envolve questões muito diferentes da administração de um escritório jurídico – ainda que ambos sejam negócios.

Ao estruturar esses microecossistemas, a Enjoy permite que empresários avancem mais rápido, apoiados em experiências reais e aplicáveis ao seu contexto. Médicos, por exemplo, passam a discutir não apenas carreira, mas gestão de clínicas, expansão, governança e posicionamento no mercado da saúde. Advogados deixam de falar apenas sobre prática jurídica e passam a tratar seus escritórios como empresas, debatendo crescimento, estrutura, modelo de negócios e diferenciação.

ESTRUTURA QUE TRANSFORMA TROCA EM RESULTADO

Assim como nos demais grupos do ecossistema, os clubs de nicho operam com uma dinâmica contínua de interação. Os encontros acontecem em diferentes formatos (presenciais, on-line e em grupos de discussão), sempre com foco em compartilhar experiências, provocar reflexões e gerar conexões relevantes.

O resultado é um ambiente onde oportunidades surgem com mais naturalidade: parcerias profissionais, indicações qualificadas, projetos conjuntos e até novos negócios.

MAIS DO QUE COMUNIDADE, UMA REDE DE INTELIGÊNCIA APLICADA

Ao criar esses clusters dentro do próprio ecossistema, a Enjoy amplia sua atuação, deixando de ser apenas um espaço de desenvolvimento empresarial amplo e passando a oferecer ambientes segmentados, onde a troca é mais direcionada, rápida e eficiente.

Na prática, é a construção de uma rede onde empresários não apenas se conectam, mas evoluem juntos com base em desafios reais, experiências compartilhadas e oportunidades concretas.

Quando o setor é o mesmo, o nível da conversa muda

ENJOY MED E ENJOY LEGAL MOSTRAM COMO TRANSFORMAR TROCA TÉCNICA EM ESTRATÉGIA E GERAÇÃO DE NEGÓCIOS DENTRO DO ECOSSISTEMA ENJOY

Dentro da Enjoy, os clubs de nicho representam um passo além na lógica de conexão: são ambientes onde empresários que enfrentam desafios semelhantes se encontram para trocar experiências com mais profundidade e gerar resultados com mais velocidade.

Entre os exemplos já estruturados, o Enjoy Med e o Enjoy Legal mostram como essa dinâmica funciona na prática, conectando profissionais que, além da atuação técnica, enxergam seus negócios com mentalidade estratégica e visão de crescimento.

SAÚDE QUE PENSA COMO NEGÓCIO

O Enjoy Med nasceu com uma proposta clara: reunir profissionais da saúde que desejam ampliar sua atuação para além da prática assistencial, desenvolvendo visão empresarial e capacidade de construir negócios mais estruturados.

“O Enjoy Med ainda está em fase de construção e modelagem da comunidade, estruturando sua proposta de valor, governança e dinâmica de funcionamento dentro do ecossistema Enjoy. Nesta primeira etapa, 13 membros da comunidade Disruption participam da construção do projeto”, explica o CEO do club, **Alexandre Bittencourt**.

O grupo reúne médicos, dentistas e empresários da saúde que já atuam ou desejam atuar como líderes no setor, conectando experiência prática a desenvolvimento estratégico.

“A proposta é reunir profissionais que desejam ampliar seu impacto para além da prática assistencial, fortalecendo competências de gestão, visão estratégica e capacidade de construir negócios sólidos e sustentáveis na saúde”, afirma.



Os encontros do Enjoy Med seguem um modelo híbrido, com momentos presenciais e interações on-line, incluindo eventos temáticos, podcasts e discussões de negócios. No centro das conversas estão temas como gestão de clínicas, estrutura societária, inovação e posicionamento no mercado.

Mais do que um grupo, o Enjoy Med nasceu como um hub em construção, com foco na geração de negócios e no desenvolvimento de uma nova mentalidade dentro do setor. “Quando profissionais da saúde passam a compreender melhor gestão, posicionamento, construção de valor e desenvolvimento de negócios, eles não apenas fortalecem suas próprias empresas, mas também contribuem para um sistema de saúde mais inovador, sustentável e capaz de gerar soluções de maior impacto para a sociedade”, destaca Alexandre.

ESCRITÓRIOS QUE OPERAM COMO EMPRESAS

Se no setor da saúde o desafio é sair da prática assistencial, no jurídico o movimento é semelhante: transformar escritórios em negócios estruturados. Por isso, o Enjoy Legal surgiu com a proposta de reunir advogados e contadores que compartilham uma visão mais empresarial da profissão e querem debater temas como gestão, liderança, mentalidade e posicionamento.

“A ideia é fazer essa junção da parte jurídica com a parte contábil, porque são áreas intimamente relacionadas”, explica o fundador da Pandolfi Advogados e membro da diretoria do grupo, **Isaac Pandolfi**.

Os participantes são profissionais com ambição de crescimento e abordagem estratégica. “São advogados e contadores que têm uma visão mais moderna, uma pegada mais empresarial, que tratam o negócio de maneira profissional”, afirma.

Com encontros híbridos e discussões recorrentes, o grupo aborda temas como estruturação de escritórios, captação de clientes, organização operacional e melhoria técnica.

“Hoje nós temos 21 membros, e nossas reuniões são presenciais e híbridas. Os temas que discutimos são os mais comuns tanto para advogados quanto para



contadores, como organização dos serviços técnicos, contábeis e jurídicos; como se organiza um escritório; como captar novos clientes, e todas as dores e medos que temos em comum”, relata Isaac.

O CEO do Enjoy Legal, **Werllem Polac**, destaca que o Enjoy Legal é potente porque é capaz de ampliar a evolução empresarial dessa categoria e, com isso, atingir todo o estado do Espírito Santo, deixando um legado por meio da prosperidade estimulada pelo movimento.

“A métrica que possuímos é a das parcerias, os resultados ainda estão sendo construídos, mas estamos confiantes e temos a certeza que se tornarão referência para comunidade do Enjoy Legal”, destaca Werllem.

CONEXÃO QUALIFICADA, RESULTADO ACELERADO

O que une os dois casos é um único princípio: quando empresários compartilham o mesmo contexto, a troca se torna mais objetiva, aplicável e estratégica. Nos clubs de nicho, a profundidade das conversas aumenta, as oportunidades surgem com mais naturalidade e conhecimento técnico encontra visão de negócio.

WINE 4 FRIENDS

Um brinde à vida

**BEBER VINHO SEMPRE FOI PRAZER.
AGORA TAMBÉM PODE SER **NEGÓCIO****

A **Wine4Friends** transforma momentos entre amigos em uma **fonte legítima de renda e prestígio.**

**TRANSFORME GRANDES VINHOS
EM EXCELENTE OPORTUNIDADES.**

Acesse rótulos selecionados com condições exclusivas. Fortaleça seu networking e seja reconhecido como referência no seu círculo.

SEJA UM FRIEND:



Quem constrói o ECOSSISTEMA ENJOY

CONHEÇA OS EMPRESÁRIOS QUE INTEGRAM A COMUNIDADE
COMPARTILHAM VISÃO, EXPERIÊNCIA E CONEXÕES, FORMANDO UMA REDE
ATIVA DE DESENVOLVIMENTO, NEGÓCIOS E CRESCIMENTO CONJUNTO

* ATUALIZADA ATÉ 31 DE MARÇO DE 2026.

Sócios Elite

Felipe Lomeu	Tegrus - ETERNITY
Leonardo Amaral	Elo E-Health - ETERNITY
Vitor Escocard	Grupo Escocard - ETERNITY
Yago Santos	SpaceCont - ETERNITY
Alessandro Dadalto	Investortech Ventures
Brener Rodrigues	Addere Solutions
Diego Callegari	Via Cargas
Israel Feriane	Feriane e Faccim Advocacia
Leonardo Freitas	Grupo Uaine
Marcelo Mamari	Sudeste Atacado
Marral Lage	Grupo Multicar
Vicente de Paula	Imperador Burguer

Acionistas

Henrique Rocha Martins Arruda	Arruda Holdings - ETERNITY
Joseir Junior	Granvic Granitos - ETERNITY
Marcelah Caetano	Enjoy Educação - ETERNITY
Alexandre Bittencourt	Doctors Group
Anderson Andrade	Conceito Móveis Vitória
André de Alencar	Alencar Imóveis
Arthur Bautz	Bautz Joias
Aurelio Pretti	Macroex
Dyego Frasson	Bufon e Frasson Advocacia
Gustavo Fonseca	Fass Advogados
Henrique Gasparini	H Arquitetura
Isaac Pandolfi	Pandolfi Advogados
Leon Sayegh	Wellness
Marcio Lameri	Doctors Group
Marco Antonio	Xpress Motors
Júnior Lopes	Altus Contabilidade
Sandro Rua	Bluevix
Tatiano Gomes	Xpress Motors
Wagner Dadalto	Uniseguros
Wester Cardozo	Wester Advisory

Membros Infinity

Eder Muller	Convertido Marketing - ETERNITY
Elidio Dal Col Neto	Dal Col Carnes - ETERNITY

Jair Lopes	Elleven Capital - ETERNITY
Lila Bolsanelo	Lila Bolsanelo Odontologia e Estética - ETERNITY
Abrão Soares de Souza	Casa Nossa Design
Adams Duarte	Agostini Marcenaria
Adriano Chamoun	Chamoun Imóveis
Akira Matsuzaki	Akira Brand Studio
Alexandre Pedroni	Chuva Comunica
Ana Rios	Grancave
Andre Pretti	Mivita Construtora
Andressa Keller	Graziato Engenharia
Antonio Bernardes	AB Watches
Antônio Carlos	SACA Construtora
Antonio Salomão	Spot X
Arthur Galvão	Altamarca
Breno Lobato	Grupo BLVR
Bruno Mazzei	Ranking Frotas
Bruno Ribeiro Samor	Casa Nossa Design
Caetano Monteiro	Chuva Comunica
Cássio Medeiros Bubach	Watuzzi & Co
Celso Abreu	Grupo Dynamis
Cesar Bichara Saade Junior	Libanesa Homem
Dalto Bozzetti	Penedo Turismo
Daniel Caus	Grupo Cavendish
Daniele Pandolfi	Pandolfi Advogados
Danilo Urbano	Workline
Davi Menegon	BK Solutions
Douglas Silva Frango	Boatlux Administração de Cotas Náuticas
Eliomar Bufon	Bufon e Frasson Advocacia
Emerson Anunciação	Ilha Buffet
Fabiano Cabral	Cabral Dias Advocacia
Fabio Lombardi	Novaleds
Fabricio Gramlich	FMG Corretora de Seguros
Felipe Garbo	Multishow
Felipe Marin	ComLog Logística
Felipe Mazzei	Ranking Frotas
Flavio Amaral	Líder Medicina Diagnóstica
Flávio Possa	FPX Tributária
Gil Batista Ferreira Neto	Control Tech
Igor Corradi Zouain Chamoun	Chamoun Imóveis

Izadora Rua	Bluevix
Jean Costa	Graziato Engenharia
Jeferson Vieira Carneiro Neves	One Nice Experience
Jefferson Hubner	InterCine Home
Joanires Teixeira Santos	Perfumaria Easy Express
João Paulo Silva	Modo Solutions Consultoria Tributária
João Pedro Sperandio de Aquino	Ágape Assessoria e Consultoria
José Augusto Teixeira Filho	Grupo Sea Master
José Orlando	BR Samor
Julia Loyola	Atitu
Juliana Gonçalves	Gran Vitória Alimentação
Kaedy Azevedo	Ilha Buffet
Kleber Alves	Jobz
Leonardo Padilha	LP Medical Surgery
Leonardo Real Pereira Monteiro	Ponto de Propaganda
Livia Giacomini	Mivita Construtora
Lucas Gimenes	MCG Engenharia
Luciano Zorzal	Zorzal Gestão
Lucio Rafael	Diferente Uniformes
Luiz Cláudio Matielo	Estação do Ar
Maicon Cortes Gomes	Faustino & Cortes Advogados Associados
Marcelo Chaves Ramos da Silva	Kesh Bank Instituição de Pagamento
Marcos Pontes de Aquino	Ágape Assessoria e Consultoria
Marianne Marinho	Via Cargas
Marllos Freitas	MF Odontologia Cosmética
Matheus Massing	MCG Engenharia
Max da Mata	Comprocard
Mirian Hubner	Lúmina Iluminação
Monica Polastri	X027 Assessoria Internacional
Monique Esteves	Meo Engenharia
Nélio Artilles	Doc Soluções
Nuno Cabral	Interplus Internet
Paulo Matielo	Estação do Ar
Paulo Moreira dos Santos	Enjoy Real Estate
Pedro Clark	Scale Company
Rafael Ferrari	Ferrari Eventos
Rafael Rodrigues	Grupo Fio Forte
Rafaella Colodette	Vini Santos Imóveis
Raphael Araújo	Diferente Uniformes
Raphael dos Santos Lima	Studio Raphael Lima
Raquel Máximo	Wellness
Regiane Fontes Ferreira	For Contt Gestão Contábil e Financeira
Renato Aguiar	Flex Form
Rhaiany Lovato	Globalsys
Rially Paes	Orbion Company
Ricardo Gonçalves	Speed Comex
Roberto Gabrielli	The Led
Rosimeri Marinho	Via Cargas
Tamiris Giacomini	Instituto Higéia

Tatiana Cajueiro	Cota Dental e Valor Investimentos
Tiago Damiani	DMRS Licitação
Victor Balbi	Meo Engenharia
Vinicius da Silva Santos	Vini Santos Imóveis
Vinicius Fernandes	Selektor Produções
Watuzy Dantas Nascimento	Watuzy Jurídico Empresarial Estratégico
Wellington Boldrini	Modo Solutions Consultoria Tributária
Wellington Martins	Realfor
Werlem Polac	Realfor Compliance
Zenilton Filho	Spot X

Membros Disruption

Alessandro Bastos	Thermocenter
André Cerqueira	Motora.ai
Brunella Malini	Sudeste Atacado
Bruno Rigamonti	V3 Data
Caio Bravim	Thermocenter
Camila Salles	Alfaduo
Caroline Altoé	Duto Engenharia
Donaldo Fontes	Kitchenfy
Edevaldo Favato	Silvato
Eduardo Bento	Elleven Capital
Felipe Loureiro	Tegrus
Felipe Menezes	Motor Rockers
Geniffer Girardeli	Girardeli Arquitetura
Heber Guimarães	Marlin Azul
Heron Bomfim	Instituto Aevum
Hyann Assef	Assef Material de Construção
Janaina Gurgel	Janaina Gurgel Consultoria
Jose Roberto Favato	Silvato
Juan Nader	Convertido Marketing
Ketylla Meirelles	KCMS Corretora de Seguros
Lanin Vieira	Landsea Group
Lu Lima	Vox2you
Luana Scandian	Fass
Luiz Henrique Gomes	Sanear
Marcelo Coelho	Coelho Music Produções
Marcos Venturini	Doc Soluções
Matheus Mota	Spin Projetos
Matheus Tabosa	Privilege Idiomas
Mauricio Pupe	Ozean Indústria
Nattan Bravo	Ecotop
Odilon Nicchio	Nonno Nicchio
Rafael Polonine	Estúdio Mirá
Raphael Ruffo	Alfaduo
Saulo Lacerda	BPO27
Vanderson Paris	Infinity International
Wellington Leite	Grupo WK
Yuri Borgo	Sanear

Member Hub: plataforma organiza e mensura a dinâmica da comunidade Enjoy

SISTEMA DIGITAL DESENVOLVIDO PELA ENJOY CENTRALIZA JORNADA DOS MEMBROS, REGISTRA NEGÓCIOS E AMPLIA A CAPACIDADE DE GESTÃO DO ECOSISTEMA

O crescimento da comunidade Enjoy trouxe um desafio comum a ambientes em expansão: organizar, acompanhar e escalar relações e negócios que antes aconteciam de forma descentralizada.

Para responder a essa demanda, a empresa desenvolveu o Member Hub, um portal digital que concentra a gestão da experiência dos membros e transforma interações em dados estruturados.

A plataforma reúne funcionalidades como agenda de eventos, diretório de membros, registro de negócios realizados dentro da comunidade, sistema de patentes com lógica de progressão, programa de indicações e núcleos de negócios. Também inclui um painel que permite visualizar a rede formada entre os participantes e uma assistente interna baseada em inteligência artificial.

A criação do sistema partiu de uma demanda de ordem prática. Com a comunidade superando a marca de 150 membros, processos conduzidos por planilhas, grupos de WhatsApp e controles paralelos deixaram de ser suficientes para acompanhar a complexidade das operações.

Mais do que organizar informações, o Member Hub passa a dar visibilidade sobre a jornada de cada participante. O membro consegue acompanhar sua evolução, os negócios realizados, benefícios acumulados e acessar de forma mais estruturada quem faz parte do ecossistema.

Para a Enjoy, o ganho está na capacidade de mensurar o que antes era difuso. Indicadores como engajamento, geração de negócios e desempenho de iniciativas passam a ser

monitorados com maior precisão, permitindo decisões baseadas em dados.

Outro diferencial está no registro das transações. A plataforma não se limita ao relacionamento: ela também acompanha negócios efetivamente realizados entre membros, criando histórico e inteligência sobre o volume gerado dentro da comunidade.

Na prática, o Member Hub marca uma mudança de etapa: o que antes dependia de gestão manual passa a operar com estrutura, rastreabilidade e escala.

Em fase piloto, o sistema passa por validação com um grupo restrito antes do lançamento completo, previsto para o primeiro semestre de 2026.



SUA EMPRESA PODE SER *Extraordinária* A QUESTÃO É: SUA MARCA MOSTRA ISSO *ao mercado?*

Talvez o problema não esteja no que sua empresa entrega.
Mas no que a sua marca comunica.



O Akira Brand Studio desenvolve marcas e branding estratégico para empresas estabelecidas ou em criação. Com centenas de clientes de nível nacional e internacional no portfólio, o studio se destaca pelo atendimento ultra-personalizado, conhecimento profundo de mercado e qualidade impecável na entrega.

A ideia não é entregar um Logotipo, é mudar a percepção de valor da sua empresa, consequentemente faturar mais com uma identidade que comunica o que realmente é necessário. Se tornando o parceiro ideal para empresas que não podem mais errar quando o assunto é marca.

EXPERTISES DO STUDIO:

Branding

Identidade Visual

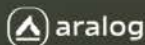
Naming

Packaging

Portfólio

Registro de Marca no INPI

ALGUNS PROJETOS JÁ DESENVOLVIDOS:



**AGENDE AGORA UMA REUNIÃO DE DIAGNÓSTICO
E RECEBA UMA AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.**





Turma de gestores realizando mentoria Apogeu

Mentoria Apogeu amplia atuação e chega ao modelo in company

PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DE LÍDERES PASSA A SER APLICADO DENTRO DE EMPRESAS, COM FOCO EM FORMAÇÃO DE GESTORES, ESTRUTURAÇÃO DE EQUIPES E MELHORIA DE RESULTADOS

A mentoria Apogeu, já consolidada dentro do ecossistema da Enjoy como uma jornada de desenvolvimento de empresários e líderes, passa a ganhar uma nova frente de atuação. O programa agora será oferecido também no formato in company, voltado exclusivamente para equipes e lideranças de uma determinada empresa.

Criado a partir de uma leitura prática do mercado, o Apogeu parte de um diagnóstico recorrente entre empresários: o acesso ao conhecimento já não é o principal problema. A dificuldade está na aplicação e, principalmente, no nível de evolução de quem lidera o negócio.

“Os empresários já tinham acesso a ferramentas, já tinham feito cursos, mentorias, lido livros, mas continuavam travados. O problema não é a falta de ferramentas, é a falta de evolução do líder que usa essa ferramenta”, afirma o mentor responsável pelo programa, **Raphael Ruffo**.

A metodologia foi estruturada como uma jornada que integra desenvolvimento pessoal, liderança e gestão, partindo do princípio de que o

crescimento de uma empresa está diretamente ligado ao nível de maturidade do seu líder.

Segundo Raphael, o primeiro impacto da mentoria não é operacional, mas interno. “Antes de mudar o negócio, o empresário muda a forma como enxerga o próprio negócio. Ele ganha clareza do que realmente importa e, principalmente, do que precisa parar de fazer”, explica.

A partir desse reposicionamento, começam as mudanças práticas. O empresário deixa de atuar de forma reativa e passa a estruturar melhor sua rotina, suas decisões e sua liderança. “Ele sai do ‘eu faço tudo’ e passa para um ‘eu lidero o sistema’”. A empresa deixa de depender da força do líder e começa a funcionar como um sistema”, completa.

“Na prática, isso vai se traduzir em mais organização, equipes mais alinhadas, menos caos e, principalmente, mais previsibilidade. Não é só uma mudança interna, é uma mudança que aparece na forma como um negócio funciona no próprio dia a dia.”



A proposta do Apogeu também se diferencia pela forma como a mentoria trabalha a execução. Em vez de priorizar excesso de conteúdo, o programa foca na aplicação direta. “O empresário hoje está intoxicado de conteúdo. Sabe muito, mas aplica pouco. Aqui, tudo vira decisão e toda decisão vira ação”, diz Raphael.

Com a chegada do modelo in company, essa lógica passa a ser aplicada dentro das organizações, alcançando gestores e equipes estratégicas. A expectativa é fortalecer a cultura interna, alinhar lideranças e reduzir gargalos operacionais.

O impacto, segundo o mentor, vai além do indivíduo. “Quando o líder muda, o ambiente muda. A equipe passa a ter mais clareza, mais autonomia e mais segurança. Isso reduz ruído, retrabalho e tensão, e melhora a forma como o negócio funciona no dia a dia”, afirma.

“E mesmo que a equipe não tenha passado pela mentoria, ela sente seus efeitos, porque o líder começa a se comunicar melhor, dar mais clareza, cobrar com mais direção, tirar do achismo, delegar com mais confiança. Ele dá autonomia, e isso tudo gera segurança no time, e as pessoas começam a entender melhor o que precisa ser feito. Há menos ruído, menos retrabalho, menos tensão, e o líder começa a desenvolver as pessoas. Ele desfoca da operação e foca em gente, em formar pessoas. O impacto vai muito além do empresário, ele chega diretamente na cultura.”

Estruturado em etapas que vão de clareza estratégica à construção de legado, o Apogeu se posiciona como um programa de desenvolvimento contínuo, com foco em formar líderes mais preparados para sustentar o crescimento das empresas.

Na prática, o que muda: líderes que aplicam, equipes que evoluem

DJALMA NETO DIRETOR DE NEGÓCIOS DO GRUPO DIKMA

Eu não fiz o Apogeu diretamente, mas indiquei três gestores da empresa porque percebi que eles eram tecnicamente muito bons, mas não tinham formação em gestão. O que me chamou atenção foi a proposta prática do programa. Em 15 dias, eles conseguem levar problemas reais e desenvolver ferramentas de controle, processo e planejamento.

O que eu vi depois foi muito claro: eles passaram a planejar mais e apagar menos incêndio. Hoje trabalham com mais estrutura, indicadores e gestão à vista. Já tivemos reunião de resultado que saiu do PowerPoint e foi totalmente conduzida com painel de Power BI, construído a partir do que aprenderam no Apogeu.

Além disso, houve uma mudança de mentalidade. Eles começaram a aplicar isso não só na área profissional, mas também na vida pessoal, definindo metas, objetivos e planejamento. O mais importante é que eles saíram do operacional e estão evoluindo para um nível mais estratégico, tomando decisões baseadas em dados e não só na urgência do dia a dia.



Turma da Dikma que realizou a mentoria Apogeu com o mentor, Raphael Ruffo

WANESSA FARIAS GERENTE DE MERCADO NACIONAL DO GRUPO SIM

O Apogeu foi uma experiência muito gratificante e, acima de tudo, de profunda reflexão para mim. A mentoria aborda temas importantes como mentalidade, escolhas, propósito e autoconhecimento – assuntos que a gente sabe que são importantes, mas nem sempre consegue parar para olhar com a devida atenção.

Eu comecei sem grandes expectativas, já cansada das segundas-feiras à noite, mas ao longo do processo fui sendo provocada a olhar com mais consciência para mim mesma, para minhas decisões e prioridades, e para a forma como conduzo minha vida.

Saí com mais clareza sobre os caminhos que quero seguir e com aprendizados que levei tanto para a minha vida pessoal quanto profissional.



Wanessa Farias (de azul) e colegas da Rede Sim com mentor, Raphael Ruffo

“ Assim que entrei na Enjoy, identifiquei uma demanda reprimida dentro do clube de pessoas interessadas em adquirir uma embarcação. Fizemos uma ação e formamos um grupo de oito pessoas para compra de uma lancha. Hoje, 100% dessa embarcação está entre membros da Enjoy. Isso gerou um retorno mensal de aproximadamente R\$ 4.500, o que praticamente paga o investimento que fiz para entrar na comunidade. Além disso, é um negócio que ainda gera retorno futuro, com venda de cotas e comissões.”

Douglas Silva
Boatlux

“ Fizemos sociedade em um estúdio de design, participamos de um grupo de investimento imobiliário e alavancamos a expansão da nossa rede de hamburguerias. Só na expansão, estamos falando de aproximadamente R\$ 30 milhões. A conexão aconteceu dentro das reuniões e eventos da Enjoy, que proporcionam um ambiente propício para negócios. Em todos os encontros, os membros respiram e vivem isso de forma natural, porque todos estão focados na mesma direção: crescer e fazer negócios de forma sustentável.”

Vicente Rosa de Paula Junior
IB Alimentos

Quando o networking vira negócio e escala

“ Fechamos contratos de mentorias, palestras e workshops que somam mais de R\$ 800 mil. Esses negócios aconteceram tanto com membros quanto com empresários indicados por membros.

Alguns membros de destaque que se tornaram clientes de contratos contínuos foram Dr. Leonardo Amaral (Elo E-Health), Arthur Bautz (Bautz Joias), Dalto Bozzetti (Penedo Turismo), Arilson Prando (Objetiva Sistemas) e o próprio Wander Miranda (Enjoy).

A Enjoy é um ambiente extremamente qualificado para o meu perfil de negócio. O que ela exige é excelência na entrega e consistência no posicionamento. Os negócios acontecem como reflexo disso. O grande diferencial está na ambiência, que é muito acima da média, tanto em termos financeiros quanto em cultura de mercado.”

Arthur Galvão
Mentor em posicionamento de marcas premium

“ Somamos aproximadamente R\$ 1,4 milhão em vendas e cerca de R\$ 1,5 milhão em compras dentro da comunidade. Esses negócios aconteceram tanto por contato direto quanto por indicação. Sem a Enjoy, praticamente nenhum deles teria sido possível. É um ambiente onde as conexões são reais e onde as indicações fazem toda a diferença para os negócios acontecerem.”

Joseir Boghi Victor Junior
Granvic

NA ENJOY, NEGÓCIOS NASCEM DA PROXIMIDADE E GANHAM ESCALA A PARTIR DE UM PRINCÍPIO SIMPLES: PRIORIZAR RELAÇÕES INTERNAS SEM PERDER A AMBIÇÃO DE CRESCER PARA FORA

“Fechei negócio com um membro logo no primeiro encontro, durante um jantar, e também com a própria Enjoy na estruturação da nova sede. Foram aproximadamente R\$ 330 mil com o Wander e R\$ 58 mil com outro membro. As conexões aconteceram de forma direta, em conversas simples. A comunidade funciona como uma referência e facilita muito esse tipo de aproximação.”

Danilo Urbano
Workline Group

“Dentro da comunidade, já negociamos seis franquias e temos mais quatro em andamento. Cada uma com valor médio de R\$ 250 mil. Essas conexões aconteceram principalmente dentro do Disruption, com apoio direto do Wander e do Vitor Escocard, que nos apresentaram a empresários e investidores. Em seis meses, conseguimos acelerar muito o nosso crescimento. Depois do Enjoycast, o negócio decolou. A Enjoy foi o melhor investimento que fizemos até hoje.”

Tatiano Gomes e Marco Barcelos
Xpress Motors

“Na minha primeira visita ao Disruption, já fechei um planejamento financeiro completo com um empresário. Depois, avancei para seguros e hoje atuo também como conselheiro comercial dele. É uma relação que começou há três anos e continua gerando resultados. Mais recentemente, a Enjoy percebeu o crescimento de uma de nossas empresas, a Aport, e adquiriu 15% dela. Isso faz um marco na história da nossa empresa que a gente não tinha aberto ainda esse tipo de negociação para nenhuma outra. A Enjoy é um ambiente de confiança, onde rapidamente você entende quem são as pessoas sérias e consegue construir relacionamento e negócio com segurança.”

Vitor Escocard
Grupo Escocard

“Tivemos negócios em várias frentes: contratação de serviços estratégicos, vendas B2B de materiais elétricos e uma permuta imobiliária na faixa de R\$ 2,3 milhões. No total, foram alguns milhões de reais movimentados a partir de conexões dentro da comunidade. A maioria começou em encontros, evoluiu para reuniões e virou negócio. A Enjoy reduz barreiras, aproxima as pessoas certas e aumenta muito a chance de fechamento.”

Rafael Rodrigues
Fio Forte

“Criamos uma joint venture entre Elo E-Health, Jobz e Alfaduo, dando origem à Elo People, com previsão de R\$ 1 milhão em vendas em 2026. Essa conexão aconteceu ao longo dos encontros do Disruption, até que construímos confiança suficiente para dar esse passo. O ambiente da Enjoy é inigualável nesse sentido, porque estamos sempre com a mente aberta para novas oportunidades.”

Kleber Alves
Jobz RH



Do encontro à estratégia: o papel dos eventos na Enjoy

MAIS DO QUE CONTEÚDO E NETWORKING, OS EVENTOS SE CONSOLIDAM COMO PARTE CENTRAL DA CONSTRUÇÃO DE CULTURA, CONEXÕES E NEGÓCIOS

A trajetória dos eventos da Enjoy acompanha, de forma quase direta, o próprio crescimento da comunidade. O que começou como encontros mais enxutos, com menos de 20 pessoas, focados em troca e aprendizado, evoluiu rapidamente para uma operação estruturada, com diferentes formatos, objetivos claros e um papel estratégico dentro do negócio.

No início, a dinâmica era mais simples. Os encontros aconteciam, em sua maioria, no formato do Disruption, com uma média de 50 a 60 participantes e presença recorrente de mentores locais. Eram eventos voltados à troca de conhecimento e relacionamento, ainda sem a robustez operacional que a empresa viria a desenvolver posteriormente.

A virada aconteceu a partir de setembro de 2025, quando a Enjoy passou por uma reorganização interna e estruturou sua área de operações. Com isso, os eventos deixaram de ser apenas encontros relevantes e passam a ser produtos estratégicos, com planejamento, curadoria e objetivos bem definidos. O crescimento acompanhou essa mudança: rapidamente, os encontros passaram a reunir mais de 180 pessoas, refletindo a expansão acelerada da comunidade.

A partir desse momento, a Enjoy diversificou seus formatos e consolidou um portfólio de eventos que atende diferentes momentos da jornada dos empresários dentro do ecossistema.

O Disruption, que marca a origem da comunidade, se mantém como um dos principais

Disruption 20: evento reuniu centenas de empresários em Vitória

encontros, mas ganhou uma nova dimensão. Mais do que conteúdo, ele passou a entregar experiências completas, envolvendo múltiplos estímulos – de ativações sensoriais a experiências gastronômicas – com o objetivo de gerar conexão profunda entre os participantes. A proposta deixou de ser apenas reunir pessoas e passou a ser criar um ambiente onde negócios e relacionamentos acontecem de forma mais intensa.

Em paralelo, surgiu a Imersão Máquina de Resultados, posicionado como porta de entrada do ecossistema. Com expectativa de reunir milhares de pessoas em uma única edição, o evento amplia o alcance da marca e funciona como topo de funil, conectando novos públicos à comunidade e fortalecendo sua presença no mercado.

Com a evolução da operação, a Enjoy também passou a investir em eventos mais direcionados e técnicos. Foi nesse contexto que nasceram os Hot Seats, encontros com foco em temas específicos como marketing, tributação, processos e gestão. Com grupos menores, geralmente entre 50 e 70 participantes, esses eventos aprofundam discussões e promovem aplicação prática do conteúdo, sempre conectando teoria, prática e networking.

Outro formato que ganhou relevância foi o Enjoy Expedition, criado a partir da ideia de levar os membros para dentro das empresas. Nesse modelo, os participantes visitam operações reais, conhecem processos, gestão e estratégias diretamente com os empresários anfitriões. O evento combina conteúdo, troca e experiência prática, permitindo que os participantes vejam como negócios bem estruturados funcionam e como eles podem aplicar esses aprendizados em suas próprias empresas.

Além desses formatos, a Enjoy também desenvolve eventos com foco comercial e de relacionamento, como encontros voltados a convidados estratégicos, que funcionam como porta de entrada para novos membros. Nesses casos, o objetivo é proporcionar uma experiência mais imersiva da comunidade, criando múltiplos pontos de contato antes da tomada de decisão.

Ao longo dessa evolução, uma característica se mantém constante: os eventos deixaram de ser apenas momentos de conteúdo e passam a ocupar um papel central na estratégia da Enjoy. São eles que estruturam a experiência da comunidade, fortalecem a cultura do grupo e, principalmente, criam o ambiente onde conexões se transformam em negócios.



Liderança de alta performance foi tema da 20ª edição do Disruption

A liderança de alta performance passa pelo equilíbrio entre cobrança por resultado e relações humanizadas. Essa foi a principal abordagem da CEO da Viação Águia Branca, **Paula Barcellos**, durante sua participação no último Disruption.

“A minha assinatura de gestão é ser firme com o propósito e suave com as pessoas. Isso traduz o paradoxo da liderança madura e de alto desempenho: cobrar, entregar resultado por meio das pessoas, gerando o melhor lugar para se trabalhar, onde as pessoas de verdade querem estar.”

Ao longo da palestra, Paula destacou o papel central da cultura nesse processo. Para ela, cultura não é conceito abstrato, mas prática diária. “Cultura é a música que toca dentro da empresa. Ela define o que cada profissional vai fazer quando ninguém estiver olhando.”

A executiva também reforçou a importância da coerência na liderança. “O que destrói a cultura é a falta de coerência entre o que a gente fala e o que a gente faz.”

Outro ponto central foi a formação de times e o impacto direto disso no negócio. “Contratar é uma decisão de cultura. Talento errado destrói cultura certa.”

Como provocação final, Paula convidou os líderes a refletirem sobre o ambiente que estão construindo dentro de suas empresas. “Que música toca hoje na sua empresa? O que você valoriza e o que você não aceita?”



ALFREDO SOARES



DIEGO RIBAS



MARCELA ZAIDEM

Disruption 21: quando conteúdo, ambiente e curadoria elevam o nível do jogo

O Disruption 21 não é apenas mais uma edição do principal encontro da Enjoy. Ele é a consolidação de um formato que amadureceu junto com a comunidade e que hoje se posiciona como um dos ambientes mais qualificados de conexão empresarial do Espírito Santo.

Com curadoria rigorosa, acesso restrito e uma proposta clara de aprofundamento, o evento reúne líderes empresariais em um ambiente desenhado para provocar decisões, não apenas reflexões. Mais de 250 empresários, com perfil de crescimento, escala e influência direta nos negócios, compõem um público alinhado tanto em maturidade quanto em ambição.

No centro dessa experiência está a presença de nomes que representam execução de alto nível no mercado, com destaque para **Alfredo Soares**, uma das principais referências do país em vendas, posicionamento e construção de negócios. Sua participação reforça o caráter prático do evento, conectando estratégia à capacidade real de execução, um dos pilares que sustentam a proposta do Disruption.

A lógica do encontro se diferencia justamente por sua densidade. As conexões não acontecem por acaso, mas são orientadas por afinidade, visão de negócio e contexto. O conteúdo, por sua vez, não se limita à inspiração, ele é aplicável, pensado para quem está na operação, liderando equipes e tomando decisões diariamente.

Essa combinação entre ambiente, curadoria e experiência transforma o evento em algo maior do que um encontro pontual. O impacto ultrapassa o dia do evento e se desdobra em relações, negócios e decisões estratégicas dentro do ecossistema.

Entre os nomes da 21ª edição do Disruption, **Diego Ribas** traz uma leitura direta sobre performance em ambientes de alta pressão, conectando o universo do esporte ao mundo empresarial.

“Na minha palestra, chamada ‘Do risco à glória’, eu mostro que as lições do futebol vão muito além das quatro linhas. Esse ambiente de extrema cobrança por resultado e de glórias incomparáveis me preparou para a vida, não só como atleta, mas como empresário.”

Já a especialista em cultura organizacional e performance **Marcela Zaidem** reforça o papel dos eventos da Enjoy como espaços de construção intencional de relacionamento, um diferencial que, segundo ela, muda a qualidade das conexões.

“Não é networking por networking. É um networking intencional e com conteúdo. Para mim, falar de Espírito Santo sem falar de Enjoy não faz muito sentido.”

Ao longo das edições, o Disruption deixa claro seu papel dentro do ecossistema: mais do que reunir pessoas, ele organiza o ambiente onde conversas relevantes acontecem e onde decisões que impactam negócios começam a ser construídas.



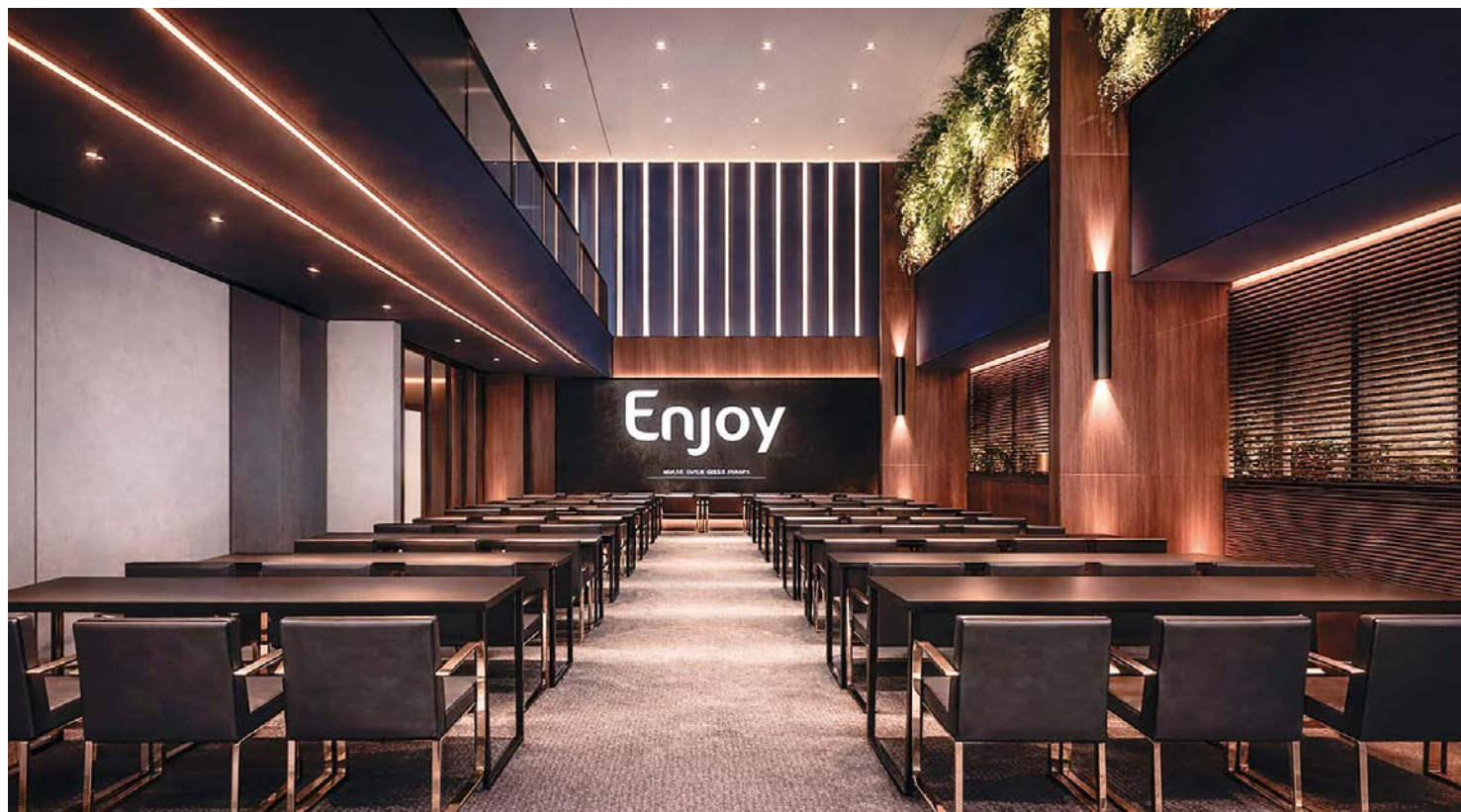
WORKLINE[®]
group

REPRESENTAÇÃO EXCLUSIVA MARELLI - ESPÍRITO SANTO

Ambientes Corporativos de Alta Performance

Ambientes inteligentes aumentam a performance das equipes. A Workline diagnostica e transforma ambientes de trabalho para empresas que entendem que performance, ergonomia e experiência caminham juntas. Mais do que mobiliário corporativo, entregamos estratégia aplicada ao espaço físico para gerar produtividade, bem-estar e percepção de valor.





Nova sede da Enjoy eleva padrão do empresariado capixaba com estrutura inédita

COM INVESTIMENTO DE MAIS DE R\$ 8,5 MILHÕES, ROOFTOP, HELIPONTO E AMBIENTES MODULÁVEIS, ESPAÇO FOI PROJETADO PARA SER REFERÊNCIA EM EXPERIÊNCIAS EMPRESARIAIS NO ESPÍRITO SANTO

A Enjoy inaugura uma nova etapa da sua trajetória com a abertura de sua nova sede em Vila Velha. Localizada na cobertura do Centro Empresarial Praia da Costa, a estrutura foi concebida para ir além de um espaço corporativo tradicional, compondo uma verdadeira plataforma física voltada à geração de negócios, relacionamento e experiências empresariais de alto nível.

O projeto nasce como resposta a uma lacuna histórica no estado. “A nova sede representa muito mais do que um endereço. É um marco do que a Enjoy construiu e do que ainda está por vir”, afirma o CEO da Enjoy, **Wander Miranda**.

Mais do que abrigar atividades da empresa, a sede, cujos investimentos já somam R\$ 8,5 milhões, foi desenhada como um ambiente vivo, capaz de receber desde reuniões estratégicas até grandes encontros, passando por programas educacionais, eventos e experiências de relacionamento.

UM NOVO PADRÃO DE ESTRUTURA

O espaço foi planejado com base em três pilares: estrutura, governança e comercialização – lógica que orienta tanto o uso quanto o



INFORMAÇÕES DA SEDE

- R\$ 8,5 milhões em investimento
- 780 metros quadrados
- 12 lounges
- Estrutura modular e integrada
- Dois pavimentos corporativos no topo do centro empresarial
- Heliponto
- Rooftop para eventos e convivência
- Capacidade para múltiplos formatos simultâneos

EXPERIÊNCIA COMO ESTRATÉGIA

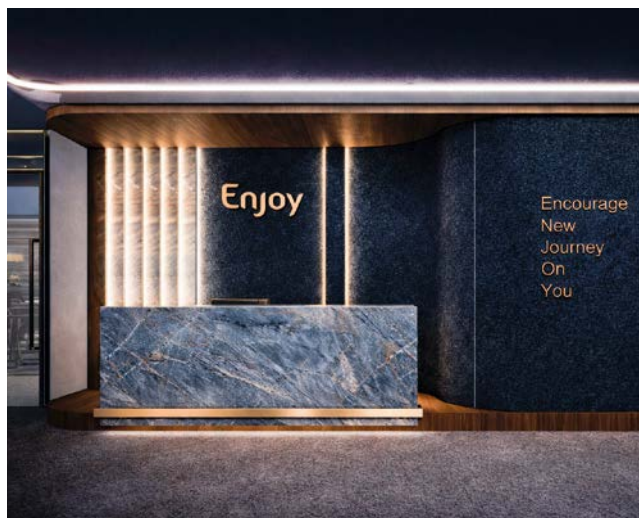
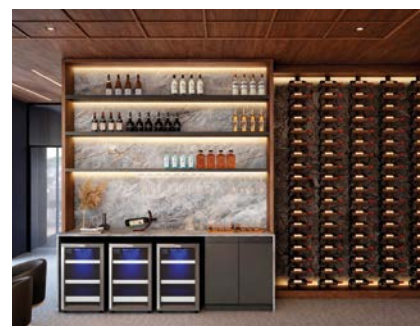
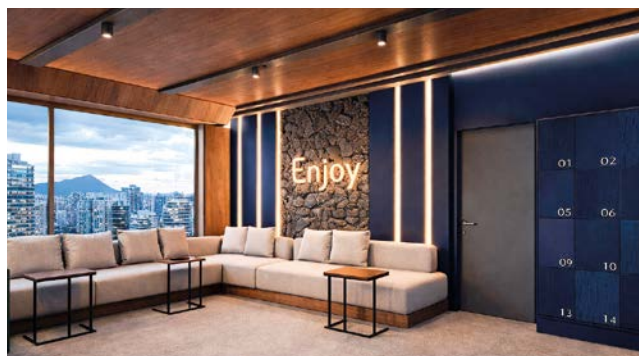
posicionamento da sede dentro do ecossistema. A arquitetura privilegia flexibilidade e experiência. Ambientes moduláveis permitem diferentes configurações de uso, adaptando-se a reuniões mais reservadas, encontros executivos ou eventos com maior número de participantes.

A proposta é clara: não se trata de mais um espaço genérico, mas de um ambiente pensado para favorecer interações qualificadas e decisões relevantes.

Cada detalhe do projeto foi pensado para reforçar percepção de valor e posicionamento. A sede funciona como extensão física da marca, traduzindo na arquitetura e na experiência aquilo que a Enjoy construiu como proposta de negócio.

“A sede não é apenas um espaço físico. Ela comunica, posiciona e influencia a forma como o mercado enxerga a Enjoy”, sintetiza Wander.

Essa lógica se reflete na diversidade de ambientes: áreas para encontros formais, lounges para conversas estratégicas, espaços de transição e um rooftop que amplia a experiência para



além dos eventos programados. Também está previsto um restaurante assinado pelo Aleixo, que funcionará todos os dias, inclusive para o público externo.

DO ROOFTOP AO HELIPONTO

O ponto alto – literalmente – está na cobertura. O espaço conta com rooftop e heliponto, elementos ainda raros em estruturas empresariais no estado. E a proposta vai além da estética. A ideia é incorporar novas dinâmicas de mobilidade e relacionamento, conectando empresários a uma lógica mais ágil e integrada de negócios.

UM ATIVO DO ECOSISTEMA

Inserida no contexto do Enjoy Business, a sede passa a operar como um ativo estratégico da comunidade. Mais do que um local de encontros, ela organiza, potencializa e dá escala às interações entre empresários.

Na verdade, o espaço materializa o que antes acontecia de forma dispersa: cria contexto, eleva o padrão das interações e amplia as possibilidades de geração de negócios. A expectativa é transformar a sede em referência para encontros empresariais no Espírito Santo, um lugar onde decisões acontecem, relações se aprofundam e novos movimentos ganham forma.

Projeções da nova sede da Enjoy, na Praia da Costa, Vila Velha



Especialista
em imóveis
comerciais para
decisões seguras,
estratégicas
e rentáveis.

André de Alencar
CEO Alencar
Imóveis Comerciais

Fale comigo





Graziato Engenharia: de operação recente a R\$ 10 milhões em contratos

EMPRESA CAPIXABA ESTRUTUROU MODELO BASEADO EM GESTÃO E RELACIONAMENTO E ACELEROU CRESCIMENTO APÓS ENTRADA NO ECOSISTEMA ENJOY

Andressa Keller e o sócio, **Jean Costa**, diretor-executivo da Graziato Engenharia

Criada a partir de uma dor clara principalmente do mercado condominial, a Graziato Engenharia nasceu com uma proposta objetiva: ir além da execução técnica e resolver um problema recorrente nas obras, a falta de gestão e de relacionamento com o cliente.

“A gente identificou que havia muitas empresas de engenharia que entregam a técnica, mas a maior dor do cliente é a comunicação, o relacionamento e a previsibilidade”, afirma **Andressa Keller**, que dirige a empresa ao lado do sócio, Jean Costa.

Fundada em 2023 e com operação estruturada a partir de 2024, a empresa rapidamente encontrou posicionamento ao unir engenharia com gestão. “A gente costuma dizer que a obra não precisa ser um caos, ela precisa de gestão”, resume.

Esse modelo trouxe diferenciação em um mercado ainda muito orientado por preço e execução básica. Com equipe própria,



processos definidos e acompanhamento constante junto ao cliente, a empresa passou a operar com foco em previsibilidade, segurança e transparência, fatores decisivos para obras que, muitas vezes, convivem com moradores durante meses.

O PONTO DE VIRADA

A entrada na Enjoy aconteceu ainda no início da operação e exigiu uma decisão de alto risco para o momento da empresa. “Quando a gente fechou com a Enjoy, o investimento correspondia a 20% do meu faturamento. Foi um investimento alto, mas eu acreditava que o ambiente que você escolhe define o tamanho da sua trajetória”, relata Andressa.

A decisão não foi apenas financeira, mas estratégica. Segundo ela, o principal impacto veio da mudança de ambiente e da ampliação de visão. “Quando você permanece em ambientes medianos, a visão fica limitada. Quando você está em um ambiente com empresários maiores, você se desafia. As pessoas te puxam para cima”, afirma.

DE META CONSERVADORA A RESULTADO EXPONENCIAL

Antes de entrar no ecossistema, a empresa não tinha metas estruturadas. A primeira projeção feita era de R\$ 2 milhões em contratos no ano. Após provocação interna dentro da comunidade, entretanto, esse número foi revisado.

“Eu falei que queria fechar o ano com R\$ 2 milhões. O Wander falou: ‘você pode mais, coloca R\$ 4 milhões’. E a gente foi”, relembra Andressa.

O resultado conquistado, entretanto, superou qualquer expectativa inicial. “A gente chegou a quase R\$ 10 milhões em contratos fechados. Foi mais que o dobro do projetado”, destaca.

AMBIÊNCIA QUE GERA RESULTADO

Para a empresa, o principal ganho não veio de negócios diretos dentro da comunidade, mas da transformação na forma de pensar e operar. “A Enjoy não é meu cliente. Ela me ajuda na intencionalidade, na forma de pensar. Você aprende com quem já passou por caminhos pelos quais você ainda não passou”, explica.

Segundo Andressa, o ambiente contribui para acelerar decisões, ampliar repertório e reduzir erros, fatores que impactam

CRESCIMENTO ACELERADO

Mesmo com pouco tempo de mercado, os números da Graziato mostram uma trajetória consistente:

- Faturamento de **R\$ 10 milhões** no segundo ano de operação
 - **+135** condomínios atendidos
 - Quase **50** colaboradores na equipe
 - Atuação concentrada em Vitória e Vila Velha
 - Expansão para o setor industrial em andamento
- Mas o salto mais relevante veio a partir de 2025, quando a empresa passou a integrar o ecossistema Enjoy.

diretamente no desempenho da empresa. “No topo, os melhores se ajudam. Quando você leva um problema, as pessoas ajudam de verdade. Isso acelera muito”, diz.

POSICIONAMENTO COMO ESTRATÉGIA

Com crescimento acelerado, a Graziato começa agora um novo movimento: consolidar sua atuação como referência em reformas condominiais e avançar para novos mercados. “A gente quer continuar sendo uma empresa reconhecida como especialista em fachadas e ampliar nossa atuação no setor industrial”, diz.

A estratégia segue baseada no mesmo princípio que originou a empresa: menos volume, mais controle e consistência na entrega. “A gente prefere qualidade à quantidade. Mais de dez obras simultâneas começam a comprometer o padrão. E padrão, para a gente, não é negociável.”

MAIS DO QUE CRESCER, ESCALAR COM MÉTODO

A trajetória da Graziato evidencia um modelo recorrente entre empresas em fase de expansão: o crescimento não está apenas na capacidade técnica, mas na forma como o negócio é estruturado, posicionado e conduzido.

No caso da empresa capixaba, o salto não veio de um único fator, mas da combinação entre proposta clara, execução consistente e inserção em um ambiente que amplia visão e ambição. E, nesse processo, o que começou como uma empresa nascente se transformou, em pouco tempo, em uma operação com escala, posicionamento e metas ainda mais agressivas pela frente.



Up Mont: de escritório de arquitetura a incorporadora com proposta inédita na Serra

APÓS DUAS DÉCADAS DE ATUAÇÃO EM ARQUITETURA, EMPRESA REPOSICIONA SEU MODELO DE NEGÓCIO, CRIA CONCEITO INOVADOR NO MERCADO IMOBILIÁRIO E ACELERA CRESCIMENTO A PARTIR DA ENTRADA NA ENJOY

Depois de mais de 25 anos atuando no mercado de arquitetura, **Henrique Gasparini** chegou a um ponto comum a muitos empresários experientes: consistência construída, mas necessidade de dar um novo salto.

“Eu entrei na Enjoy buscando novos passos, novos conhecimentos e novos relacionamentos,

sabendo que a ambiência é o que faz a gente mudar de nível”, afirma o CEO da Up Mont.

Até então, sua empresa operava com forte presença em projetos de alto padrão, especialmente na Serra, com atuação completa, do projeto até a conclusão da obra. O modelo funcionava, mas ainda limitado à lógica de

prestação de serviço. A virada veio a partir de provocações dentro do ecossistema.

DA ARQUITETURA À INCORPORAÇÃO

O movimento de transição não foi planejado inicialmente. Surgiu a partir de discussões, conexões e desafios dentro da comunidade. “Eu não tinha a ideia de ser incorporador. Isso nasceu com os estímulos e a ambiência da Enjoy. Foi fundamental para eu enxergar, e dar esse passo”, relata.

A partir desse processo, Henrique reorganizou sua experiência acumulada – que já envolvia gestão de projetos, fornecedores, financiamento e execução – e transformou isso em um novo modelo de negócio. Assim nasceu a Up Mont.

INOVAÇÃO: O CONCEITO DE “CASAS SUSPENSAS”

O ponto de partida foi a identificação de uma oportunidade evidente, mas ainda pouco explorada. “Hoje, quem quer morar em um apartamento de alto padrão não encontra isso na Serra. As pessoas acabam indo para Vitória ou Vila Velha”, explica Henrique.

A partir dessa leitura, a empresa estruturou um conceito próprio de produto, inspirado na experiência e autoridade já estabelecida em casas de alto padrão, e entrou no mercado com uma proposta diferente do modelo tradicional de incorporação.

“Eu não queria perder a essência das casas. A ideia foi pegar o conceito de casa de alto padrão e verticalizar. Assim nasceu o conceito de ‘casa suspensa.’” O modelo, batizado de Vert House, traduz essa proposta em números e atributos concretos.

A proposta não é competir com o mercado existente, mas criar uma nova categoria. “A Up Mont não vem para concorrer com o que já existe. Vem para trazer um novo conceito para o mercado.”

O PAPEL DO ECOSSISTEMA

A entrada de Henrique na Enjoy não gerou apenas aprendizado, mas impacto direto na viabilização do negócio. Parte relevante dos investidores e parceiros do primeiro projeto surgiu ou foi consolidada a partir desse ambiente.

“Se eu juntar quem veio diretamente da Enjoy com quem foi fortalecido por ela, isso

MODELO VERT HOUSE

- Unidades entre 160 m² e 190 m²
- Plantas com padrão de casa (closet, duas cubas, dois chuveiros)
- Três unidades por andar
- Foco exclusivo em alto padrão
- Primeiro projeto com 37 unidades (Vert Manguinhos)

representa cerca de metade dos investidores”, afirma o arquiteto.

Além disso, o ecossistema teve papel decisivo na mudança de mentalidade. “Você passa a olhar fora da caixa. É um ambiente multidisciplinar, com empresários de diferentes setores, e isso abre sua visão”, diz.

MAIS DO QUE CONEXÃO, DIREÇÃO

Para Henrique, o principal ganho não está apenas nas relações, mas na capacidade de reposicionar o negócio. “Eu tinha várias possibilidades na cabeça. Poderia expandir a arquitetura, abrir outras frentes. Mas foi ali que ficou claro o caminho da incorporação.”

A Enjoy, nesse contexto, funciona como aceleradora de decisões estratégicas. “Aconselho qualquer empresário que quer crescer a estar em um ambiente assim. Você sai da operação e começa a enxergar o negócio de fora”, afirma.

UM NOVO CICLO DE CRESCIMENTO

Com o primeiro empreendimento em fase de lançamento em Manguinhos, na Serra, a Up Mont já estrutura novos projetos, mantendo foco geográfico e estratégico. “A missão é elevar o padrão das unidades verticais na Serra”, resume Henrique.

O movimento marca não apenas a criação de uma nova empresa, mas uma mudança de posicionamento: de prestador de serviço para estruturador de negócios imobiliários. E, nesse processo, o que já era uma trajetória consolidada ganhou um novo capítulo, agora com escala, produto próprio contribuindo de forma ainda maior com o desenvolvimento urbano do município.

Henrique Gasparini,
CEO da
Up Mont





Imperador Burger: crescimento acelerado e plano de expansão de R\$ 70 milhões

REDE CAPIXABA TRANSFORMA OPERAÇÃO ENXUTA EM UM NEGÓCIO ESCALÁVEL, SUPERA CRISE COM DÍVIDA MILIONÁRIA E PREPARA EXPANSÃO COM FRANQUIAS E INVESTIDORES ATÉ 2030

A Imperador Burger nasceu em 2019 como uma operação de fast-food, mas com um produto superior ao padrão da categoria. Poucos meses depois, enfrentou o maior teste possível para um negócio recém-criado, uma pandemia.

“Os dois primeiros anos de existência foram praticamente perdidos por conta da pandemia. A gente saiu desse período com uma dívida de mais de R\$ 1 milhão”, relembra o diretor financeiro da empresa, **Vicente de Paula**.

O que poderia encerrar a operação, entretanto, acabou se tornando o ponto de virada.

DA CRISE À CONSOLIDAÇÃO

Sem estrutura voltada para delivery, os próprios sócios assumiram a operação para

manter o negócio vivo. “Eu e meu sócio éramos os motoboys. Foi assim que conseguimos atravessar aquele período”, conta.

A retomada veio com disciplina financeira e capacidade de execução. A dívida, inicialmente renegociada para dois anos, foi quitada em praticamente metade do tempo. “Pagamos tudo em cerca de 12 meses. Foi um trabalho muito duro, mas fundamental para a empresa ganhar fôlego.”

UM MODELO OPERACIONAL VALIDADO

A proposta da marca sempre foi clara: unir eficiência de fast-food com qualidade de produto. “A gente tem a agilidade do fast-food, mas entrega um produto artesanal, com carne, queijo e insumos frescos”, explica.



Esse posicionamento se reflete diretamente na estratégia: foco em shopping centers, experiência presencial e controle rigoroso da operação.

Hoje, a empresa opera cinco unidades e mantém um centro próprio de produção e distribuição, garantindo padronização e escala.

OS NÚMEROS QUE SUSTENTAM A EXPANSÃO

O crescimento da Imperador Burger nos últimos anos é o principal argumento para o novo ciclo. “Nosso resultado valida a nossa operação. Mostra que a gente tem capacidade de crescer e sustentar uma expansão maior”, afirma Vicente.

UM MODELO MAIS EFICIENTE QUE O DOS GIGANTES

Na praça de alimentação, a Imperador Burger disputa espaço com redes globais, mas com uma estratégia diferente. “Os nossos concorrentes hoje são Bob’s, Burger King e McDonald’s. A diferença é que entregamos um produto de maior qualidade no mesmo ticket”, explica Vicente.

Além disso, a estrutura de custos mais enxuta cria uma vantagem competitiva relevante para expansão via franquias. “O investimento

IMPERADOR BURGUER EM NÚMEROS

- Faturamento de **R\$ 155 mil** no início da operação
- Faturamento de **R\$ 17 milhões** em 2025
- Crescimento de cerca de **700%** em 4,5 anos
- **5 lojas** em operação
- Cerca de **90 colaboradores**

Vicente de Paula e o sócio Armindo Neumann, dupla à frente da Imperador Burger

para abrir uma unidade nossa é cerca de um terço do valor dessas grandes redes, com retorno mais rápido”, destaca.

A VIRADA PARA ESCALA

A empresa entra agora em uma nova fase: captação de investidores e formatação do modelo de franquias. O plano é ambicioso: 25 lojas próprias até 2030 e 30 franquias no mesmo período, com lojas no Espírito Santo, Rio de Janeiro e São Paulo. O investimento estimado para esse crescimento é de até R\$ 70 milhões.

“É um projeto corajoso. Não é para qualquer empresa fazer um movimento desse tamanho em quatro anos”, afirma Vicente.

O PAPEL DA ENJOY NA ACELERAÇÃO

A conexão com a Enjoy acontece já em um momento mais maduro da empresa, mas impacta diretamente na velocidade das decisões. “Eu já tinha esse projeto estruturado para dez anos. A provocação foi trazer isso para cinco”, conta Vicente.

A partir dessa interação, o plano de expansão ganhou escala, urgência e maior clareza estratégica. “A Enjoy é um ambiente que faz você olhar fora da caixa. Você começa a enxergar possibilidades que antes não estavam no radar.”

UM NEGÓCIO PRONTO PARA O PRÓXIMO SALTO

Com operação validada, marca consolidada regionalmente e modelo estruturado, a Imperador Burger entra em uma fase decisiva. Mais do que crescer, a empresa busca ocupar espaço.

“Hoje, quando a gente se apresenta, as pessoas já conhecem a marca. Isso mostra a força que a gente construiu até aqui.”

Agora, o desafio deixa de ser sobrevivência e passa a ser escala. E, pelo tamanho da ambição, não há margem para crescimento tímido.

Xpress Motors: um modelo que nasceu da rua e ganhou escala com estratégia

EMPRESA CRESCE AO TRANSFORMAR MOBILIDADE EM OPORTUNIDADE DE RENDA E ENCONTRA NA ENJOY O AMBIENTE PARA ACELERAR CONEXÕES E EXPANSÃO

A história da Xpress Motors começa de forma simples, quase improvisada, como muitos negócios que nascem mais da observação do que de um plano estruturado. Em 2021, na Serra, o empreendedor Tatiano Gomes percebeu um vazio evidente no mercado: enquanto o aluguel de carros já era uma prática consolidada, o de motocicletas ainda era pouco explorado na região.

Com duas motos, a ideia inicial não era construir uma empresa escalável, mas gerar uma renda complementar. O contexto, no entanto, ajudou a mudar rapidamente esse cenário. A pandemia acelerou o crescimento dos serviços de entrega, ampliou o número de profissionais atuando como motoboys e consolidou a motocicleta como ferramenta de trabalho. O que antes era uma alternativa passou a ser, para muitos, a principal fonte de renda.

O negócio acompanhou esse movimento. A demanda cresceu, novas locadoras surgiram e o mercado passou a se estruturar em ritmo acelerado. Foi nesse ambiente que a Xpress começou a se diferenciar, não apenas pelo serviço que oferecia, mas pela forma como decidiu operar.



UM MODELO QUE RESOLVE ACESSO E SUSTENTA CRESCIMENTO

Ao longo do desenvolvimento da empresa, um dos principais ajustes foi entender que o cliente não buscava apenas mobilidade, mas acesso. Grande parte dos profissionais que dependem da moto para trabalhar não consegue adquirir um veículo pelos meios tradicionais, seja por falta de crédito ou por restrições financeiras. A partir dessa leitura, a empresa estruturou um modelo que vai além do aluguel.

“É um público que muitas vezes não tem acesso a financiamento. A gente oferece a possibilidade de ele trabalhar e, ao final do plano,



a moto passa a ser dele, num modelo conhecido como compra programada”, explica um dos sócios da Xpress, **Marco Barcelos**.

A entrada de Marco na sociedade, em 2023, marcou um novo momento do negócio. Com experiência no setor e visão de expansão, ele levou a empresa a ampliar sua atuação para além do

Espírito Santo, passando a operar também no interior do Rio de Janeiro. O crescimento levou à abertura de novas unidades e, pouco depois, à decisão de estruturar um modelo de franquias.

Diferentemente do formato mais comum, em que o franqueado assume a operação, a Xpress optou por centralizar a gestão. O investidor entra com o capital, muitas vezes por meio da aquisição das motos, enquanto a empresa mantém o controle da operação. O modelo reduz barreiras de entrada e dialoga diretamente com um perfil de investidor que busca diversificação sem envolvimento direto no dia a dia do negócio.

Com a estrutura mais definida, o crescimento ganha tração. Hoje, a empresa reúne dezenas de franqueados, ultrapassa a marca de 400 motos em operação e projeta expansão contínua, com abertura de novas unidades e aumento da frota nos próximos meses.

QUANDO A CONEXÃO ACELERA O NEGÓCIO

A aproximação entre Xpress Motors e Enjoy aconteceu de forma quase casual, a partir de um convite para participação em um podcast da comunidade. O que poderia ser apenas uma ação pontual se transformou em um ponto de inflexão para o negócio. A visibilidade aumentou, mas, mais do que isso, mudou o tipo de relacionamento que a empresa passou a estabelecer.

Dentro da Enjoy, a Xpress encontrou um ambiente formado por empresários e investidores, exatamente o público que mais se conecta com o seu modelo de expansão. A partir dessas interações, surgiram novas oportunidades, conversas e, principalmente, novos franqueados.

“Depois que a gente entrou na Enjoy, começamos a ser procurados por empresários. Foi o melhor investimento que fizemos até hoje”, afirma Marco.

Parte relevante das franquias atuais da empresa nasceu dessas conexões. Mais do que visibilidade, o que o ecossistema proporciona é acesso qualificado, algo que, em muitos casos, leva anos para ser construído de forma orgânica.

O case da Xpress revela um padrão recorrente no ambiente de negócios: boas ideias não nascem necessariamente em estruturas complexas, mas ganham escala quando encontram modelo, timing e ambiente favorável.

Tatiano Gomes e Marco Barcelos: sócios à frente da Xpress Motors

Kesh: a fintech que devolve juros e redesenha o papel do crédito no Brasil

COM UM MODELO QUE TRANSFORMA JUROS EM BENEFÍCIOS REAIS, A EMPRESA NASCEU INOVADORA NÃO APENAS NA TECNOLOGIA, MAS NA LÓGICA DE NEGÓCIO E JÁ MOVIMENTA MILHÕES AO PROPOR UMA NOVA FORMA DE ACESSAR CRÉDITO

O Kesh surgiu a partir de uma pergunta incômoda e bastante atual: por que o crédito mais acessado pela população é também o mais caro? A resposta está no risco, na escala e na própria estrutura do sistema financeiro. Mas foi justamente nesse ponto que a empresa decidiu inovar.

“Eu quis criar a primeira instituição financeira do mundo a devolver 100% dos juros no crédito emergencial”, afirma o fundador da fintech, **Marcelo Ramos**. Assim, a proposta não é eliminar o crédito, mas reconfigurar sua lógica.

INOVAÇÃO QUE ESTÁ NA ESTRUTURA

O Kesh opera com uma base conhecida: conta digital vinculada à folha de pagamento e oferta de crédito para colaboradores. O diferencial está no destino do lucro. Ao invés de reter o valor pago em juros, a empresa devolve esse montante ao usuário – não em dinheiro, mas em consumo.

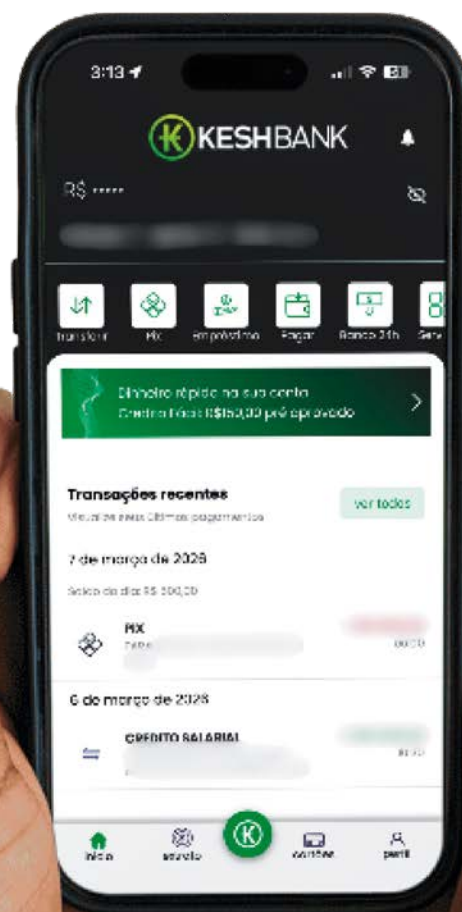
“Se a pessoa pega R\$ 500 e paga R\$ 600, os R\$ 100 de juros voltam para ela em benefícios que ela já usaria no dia a dia”, explica Marcelo.

Na prática, isso significa transformar custo financeiro em acesso a produtos e serviços como mobilidade, alimentação, saúde e consumo básico. Essa devolução acontece por meio de um sistema de benefícios integrados ao dia a dia do usuário.

O valor pago em juros retorna em forma de créditos e vouchers utilizáveis em serviços e marcas parceiras, como corridas por aplicativo, telefonia, alimentação, compras e outros itens recorrentes do orçamento.

Em vez de representar um custo perdido, o juros se converte em acesso a

Interface do aplicativo da Kesh



ESCALA DESDE O INÍCIO

Mesmo lançado recentemente, o Kesh já apresenta números relevantes.

2025 (LANÇAMENTO EM ABRIL)

- R\$ 45 milhões em processamento de folha
- mais de 15 mil usuários
- mais de R\$ 10 milhões emprestados para mais de 6 mil usuários
- R\$ 2 milhões devolvidos em produtos e serviços

2026 (PROJEÇÃO)

- mais de R\$ 500 milhões em processamento de salários
- 100 mil usuários
- mais de R\$ 100 milhões em crédito concedido
- mais de R\$ 20 milhões devolvidos em benefícios



consumo real, o que reduz o impacto financeiro da operação e torna o crédito mais sustentável na rotina do usuário.

UM MODELO QUE GERA UM CICLO VIRTUOSO

A engrenagem do negócio conecta três pontas: usuário, empresa e parceiros. O usuário acessa crédito com menor impacto real no orçamento. As marcas parceiras ganham novos clientes. E o Kesh é remunerado pela intermediação desse fluxo.

“O dinheiro volta para a economia. Eu tiro o custo do usuário e crio um ciclo em que todo mundo ganha”, resume o fundador.

Essa lógica desloca o centro do negócio: o ganho deixa de estar concentrado na dívida e passa a ser distribuído na jornada de consumo.

UMA DOR REAL COMO PONTO DE PARTIDA

A origem do Kesh está diretamente ligada à observação de um comportamento crescente no Brasil: o uso recorrente de crédito emergencial com taxas elevadas. “Não existe ajuda cobrando 20% ao mês. Isso não resolve o problema, só muda o lugar da dívida”, avalia Marcelo.

A proposta da empresa, então, é atuar nesse intervalo crítico, quando o colaborador precisa de liquidez imediata, mas não tem acesso a opções sustentáveis.

O Kesh atua exclusivamente no modelo B2B, conectado às empresas, que passam a oferecer a solução como benefício aos colaboradores.

Além do acesso ao crédito, a plataforma soluciona para as empresas dores operacionais relevantes.

“A gente resolve o processamento de folha, reduz burocracia e ainda entrega uma solução que impacta diretamente o bem-estar financeiro do colaborador”, explica o fundador.

UMA INOVAÇÃO QUE VAI ALÉM DO PRODUTO

O Kesh não se apresenta apenas como uma fintech, mas como uma tentativa de reorganizar a relação das pessoas com o crédito.

Ao devolver juros em forma de consumo, a empresa atua em um ponto sensível da economia brasileira: o endividamento estrutural.

“Se eu transformo o juros em algo que a pessoa já consumiria, eu preservo o poder de compra dela”, destaca Marcelo.

UM NOVO OLHAR SOBRE O SISTEMA FINANCEIRO

Em um mercado onde tecnologia já não é diferencial suficiente, o Kesh se destaca por propor uma mudança de lógica. Não se trata apenas de digitalizar processos ou acelerar operações, mas de redesenhar incentivos.

Ao transformar juros em valor percebido, o Kesh propõe o uso do crédito como ferramenta, não como armadilha.

Marcelo Ramos, fundador da fintech Kesh





Spot X: logística sem frota, mas com inteligência de sobra

TRANSPORTADORA DIGITAL APOSTA EM MODELO FLEXÍVEL, ESCALA NACIONAL E USO ESTRATÉGICO DE TECNOLOGIA PARA TRANSFORMAR A EFICIÊNCIA DO TRANSPORTE NO BRASIL

A lógica tradicional da logística sempre foi a seguinte: quem quer operar transporte precisa investir pesado em frota, estrutura e capital. A Spot X surgiu justamente na contramão dessa lógica, e transforma essa ruptura no seu principal diferencial competitivo.

Fundada em 2020, a empresa opera como uma transportadora digital, sem veículos próprios, conectando principalmente indústrias a uma ampla rede de motoristas autônomos e pequenos transportadores em todo o país. Mais do que uma escolha operacional, o modelo responde diretamente a uma dor histórica do setor: a falta de flexibilidade e o alto custo de manter ativos parados.

“Operar 100% sem frota não é comum. O desafio está em encontrar, qualificar e garantir a execução com segurança e padrão, sem estrutura física. É isso que a gente resolveu”, explica um dos fundadores da empresa, **Zenilton Filho**.

UM MODELO QUE NASCE DA NECESSIDADE, E VIRA ESTRATÉGIA

A Spot X não foi criada a partir de uma tese teórica de inovação. Pelo contrário, o modelo surgiu da prática, quase como um improviso que revelou uma oportunidade.

Sem capital para investir em caminhões, a empresa começou operando com motoristas autônomos, organizando tudo de forma manual. O que parecia limitação virou visão de negócio.

“A gente começou fazendo na planilha, ligando para motorista. E percebeu que existia uma janela de oportunidade ali.”

Essa origem é o que dá consistência ao modelo: não é uma tecnologia que tenta se encaixar no mercado, é o mercado que moldou a tecnologia.



Seda da transportadora digital Spot X

TECNOLOGIA COMO MEIO, NÃO COMO DISCURSO

Apesar de se posicionar como uma empresa de tecnologia, a inovação da Spot X não está apenas no sistema, mas na forma como ele resolve um problema real.

O Spot Hub, plataforma própria da empresa, integra todas as etapas da operação logística, reduzindo drasticamente o tempo de processos críticos. Em alguns casos, o que levava até 45 minutos passa a ser feito em poucos minutos.

Mas o ponto mais interessante não é esse. É que a empresa decidiu não forçar o motorista a se adaptar à tecnologia, fez o contrário.

“A gente não quis mudar o comportamento do motorista. Preferimos ir até ele, onde ele já está: no WhatsApp.” É aqui que a inovação ganha inteligência: com menos fricção, tem-se mais adesão.

ESCALA NACIONAL SEM BARREIRA GEOGRÁFICA

E justamente por não ter frota própria, a Spot X elimina uma das principais limitações do setor: a geografia.

Hoje, a empresa opera em todo o Brasil, atendendo desde cargas leves até operações complexas, com diferentes modais e tipos de veículos. Em 2025, foram mais de 12 mil operações realizadas e 55 empresas atendidas.

O modelo permite algo raro: crescer sem carregar o peso do próprio crescimento. “A gente consegue operar em qualquer lugar do país sem precisar montar estrutura física. Isso acelera muito a expansão.”

EFICIÊNCIA PARA A INDÚSTRIA, OPORTUNIDADE PARA O MOTORISTA

O impacto da Spot X é direto nas duas pontas do ecossistema. Para as empresas, o ganho está na flexibilidade e no custo. O modelo permite atender demandas variáveis, com múltiplas origens e aproveitar a ociosidade do mercado – especialmente veículos que voltariam vazios.

Para os motoristas, o benefício é ainda mais tangível: acesso a mais fretes, menos burocracia e, principalmente, fluxo de caixa.

“A gente paga o frete assim que o motorista faz a entrega. No modelo tradicional, ele pode esperar até 15 dias ou mais.”

Além disso, a empresa assume parte das complexidades operacionais (gestão, risco, captação de clientes), permitindo que o motorista foque no que realmente importa: rodar.

O FUTURO DA LOGÍSTICA ESTÁ NA INTELIGÊNCIA

Enquanto o mercado discute veículos autônomos como o futuro da logística, a Spot X aposta em um caminho mais imediato: inteligência aplicada ao modelo atual.

O foco está em usar inteligência artificial para otimizar o “match” entre carga e motorista, especialmente para reduzir um dos maiores desperdícios do setor: os fretes que voltam vazios, que podem chegar a 40%.

“A gente não precisa esperar décadas por carro autônomo. Com inteligência, já dá para ganhar eficiência agora.”

UMA NOVA LÓGICA PARA UM MERCADO GIGANTESCO

Com um mercado que movimenta bilhões apenas no Brasil, a logística ainda carrega ineficiências estruturais, e é exatamente aí que a Spot X se posiciona. A empresa projeta um crescimento acelerado nos próximos anos, com meta de atingir R\$ 500 milhões em faturamento em quatro anos. Mais do que números, essa é a consolidação de um novo modelo: mais leve, mais inteligente e mais conectado à realidade do mercado.



O Brasil vai produzir empresas que faturam bilhões com centenas de pessoas. Algumas delas já existem. A maioria ainda não sabe que está competindo contra elas.”

Guilherme Junqueira

CEO DA DELTA ACADEMY*

Sua empresa cresce, contrata e vale menos. O RPE explica por quê

Entre 2016 e 2021, a correlação entre crescimento de receita e valorização de mercado era de 0,57. Sólida. Previsível. Reconfortante. A partir de 2022, despencou para 0,17. Queda de 70%. O mercado parou de premiar crescimento puro e passou a premiar crescimento eficiente.

O que não caiu foi a correlação entre receita por funcionário (RPE) e valor de mercado: manteve-se em 0,51. Os dados vêm da Policy Circle, com empresas listadas nos Estados Unidos, mas o padrão se repete globalmente.

A pergunta é a mesma para qualquer CEO brasileiro, de banco digital, indústria, varejo ou energia: você sabe o RPE da sua empresa?

RPE é receita total dividida pelo número de funcionários. A média nos Estados Unidos em 2024: 350 mil dólares (HRBench). Em varejo, abaixo de 100 mil dólares. Em energia, acima de 1 milhão de dólares. Dado relevante do Great Place to Work: as 100 melhores empresas para trabalhar geram 8,5 vezes mais RPE que a média do mercado. Cultura e autonomia pesam tanto quanto tecnologia.

A NOVA FRONTEIRA DE EFICIÊNCIA

Startups de IA como OpenAI e Anthropic geram acima de 1 milhão de dólares por funcionário. Impressiona, mas são empresas com custo

marginal próximo de zero e valuations que precificam expectativa. A maioria das empresas não vai se transformar em AI-native do zero.

O caso mais ilustrativo é o da AppLovin, empresa americana de publicidade digital para aplicativos móveis. Em 2024, substituiu processos internos por um motor de IA proprietário (Axon 2.0) que otimiza campanhas e alocação de mídia de forma autônoma. O quadro caiu de 1.563 para 898 funcionários. A receita saltou de 4,7 bilhões para 5,5 bilhões de dólares. RPE: de 3 milhões para 6,1 milhões de dólares. Margem EBITDA: 82%. Não nasceu na era da IA. Reconfigurou e mudou de patamar.

O gap é concreto: quem incorporou IA no core gera entre 3 e 10 vezes mais receita por pessoa do que a mediana do mercado. É importante reconhecer que RPE não explica tudo. Valuation ainda considera barreiras de entrada, IA proprietária e expectativas futuras. Empresas que aumentaram headcount em produto e IA em 2025, e viram valuations explodir, provam que o mercado não abandonou o crescimento. Abandonou o crescimento sem inteligência por trás. RPE é bússola, não bala de prata.

O QUE OS NÚMEROS BRASILEIROS REVELAM

O Nubank lidera: RPE de 6,2 milhões de reais por pessoa (cerca de 1,15 milhão de dólares),

* Sistema educacional que certifica empresas AI-First. Fundou e vendeu a Gama Academy, eleita melhor edtech do país, para a Ânima Educação (B3: ANIM3). Também é Forbes Under 30, TEDx Speaker e autor de “Tempo, dinheiro e atenção” (Editora Gente, prefácio de Bernardino).



sustentado por automação ponta a ponta. Na outra ponta, TOTVS com 443 mil reais (82 mil dólares, 1/7 da Salesforce) e Magazine Luiza com 381 mil reais.

As variações contam a história real. Embraer (+18% em RPE), Eletrobras (+30%), Santander Brasil (+14%, com 6 mil postos fechados). A reconfiguração já chegou à B3.

E não só nas listadas. A Darwin Seguros, seguradora de médio porte, atingiu RPE de 1,4 milhão de reais por funcionário após implementar agentes de IA em sinistros e atendimento. O CEO fez a transição pessoalmente antes de escalar para a liderança. É o tipo de resultado que não aparece no radar da B3, mas sinaliza o que está por vir no mercado de empresas médias brasileiras.

Segundo a MIT Sloan Review Brasil, 98% das organizações brasileiras usam IA experimentalmente. Apenas 1% transformou o negócio. RPE é o indicador mais objetivo para distinguir um grupo do outro.

AS TRÊS ALAVANCAS DO RPE

- 1 NUMERADOR** gerar mais receita por pessoa. IA em vendas, pricing dinâmico, agentes no processo comercial.
- 2 DENOMINADOR** contratar com mais critério. Antes de abrir uma vaga, pergunte: um agente de IA resolveria 80% dessa demanda? No Brasil, com CLT pesada, rescisão cara e anos de relação construída, a resposta não é demitir. É não contratar para o próximo ciclo o que a IA já faz e realocar gente para onde gera valor de verdade. O SaaS propõe que

cada contratação deve habilitar pelo menos 400 mil dólares em receita recorrente.

- 3 MULTIPLICADOR** IA no core, não no piloto. O Google já gera 30% do seu código com IA. A Amazon projeta crescer dez vezes com proporcionalmente menos funcionários.

A armadilha: otimizar só pelo denominador. Cortar headcount sem reconfigurar processos dá ganho de um trimestre e perda de capacidade. RPE é bússola, não obsessão.

A PERGUNTA QUE FICA

Benchmarks de RPE para 2026: em software, o piso competitivo é 500 mil dólares por funcionário; em fintechs, acima de 1 milhão de dólares; em indústria, 200 a 400 mil dólares; no varejo, superar 150 mil dólares já posiciona no quartil superior. No Brasil, converter esses patamares pela taxa média de câmbio e ajustar ao custo local de mão de obra é o primeiro passo para um benchmark realista.

Nos próximos cinco anos, o Brasil vai produzir empresas que faturam bilhões com centenas de pessoas. Algumas delas já existem. A maioria ainda não sabe que está competindo contra elas.

A pergunta para a próxima reunião de conselho não é “como reduzimos headcount”. É outra, mais difícil e mais produtiva: a cada real de receita que adicionamos, estamos ficando mais leves ou mais pesados?

Se o seu board não discute RPE, está olhando para o painel errado.



Antes da fala, a imagem: o que a aparência diz no ambiente corporativo

EM REUNIÕES, ENTREVISTAS E NEGOCIAÇÕES,
A FORMA DE SE VESTIR INFLUENCIA PERCEPÇÃO,
CREDIBILIDADE E ATÉ O RESULTADO DE UMA CONVERSA

Em muitos ambientes corporativos, a conversa começa antes da primeira palavra. Ela acontece no olhar, na postura e, inevitavelmente, na forma como a pessoa se apresenta. Não se trata de vaidade, mas de leitura de contexto.

Em uma reunião importante, por exemplo, dificilmente alguém será avaliado apenas pelo

que diz. A imagem entra como um filtro inicial, quase automático. É ela que sinaliza, de saída, se aquele profissional parece preparado, atento aos detalhes e alinhado com o ambiente em que está.

“A forma como nos apresentamos comunica muito antes das palavras. No ambiente empresarial, a vestimenta não é apenas estética, mas uma ferramenta de posicionamento, respeito e



credibilidade”, afirma **César Saade**, empresário à frente da Libanesa Homem.

Na prática, isso aparece em situações simples: uma entrevista de emprego, uma reunião com um cliente, um evento de networking. Estar bem apresentado demonstra preparo e cuidado.

MENOS FORMALIDADE, MAIS ADEQUAÇÃO

Há um equívoco comum, entretanto, ao falar de vestimenta no trabalho: associar elegância a formalidade excessiva. Na verdade, o ponto central é entender o ambiente, saber quando um terno faz sentido, quando um visual mais leve funciona melhor ou quando um detalhe – um sapato bem escolhido, uma camisa ajustada – pode mudar completamente a leitura.

Profissionais experientes sabem disso. Eles não se vestem “bem” no sentido genérico, mas sim de forma coerente com o que está em jogo. E, no dia a dia, isso faz toda a diferença.

A IMAGEM TAMBÉM FALA PELO NEGÓCIO

Para quem lidera ou representa uma empresa, a apresentação pessoal ganha outra camada. Ela deixa de ser individual e passa a ser institucional.

Um profissional desalinhado pode gerar ruído, enquanto um bem apresentado transmite organização, consistência e profissionalismo. E isso impacta diretamente a forma como o negócio é percebido.

Não por acaso, setores que lidam com decisões mais sensíveis – como jurídico, financeiro ou consultorias – ainda valorizam códigos visuais mais estruturados. Não apenas por tradição, mas por posicionamento.

MAIS DO QUE ROUPA, CONSTRUÇÃO DE IMAGEM

Nos últimos anos, tem crescido a procura por consultoria de imagem masculina – não como luxo, mas como ferramenta. Na Libanesa Homem, por exemplo, uma empresa familiar com mais de 100 anos de atuação no varejo, esse trabalho parte de um princípio simples: entender a pessoa antes de indicar qualquer peça.

“A gente orienta o cliente a alinhar estilo, biotipo e personalidade. Não é só sobre o que ele veste, mas sobre como ele quer ser percebido”, explica César.

O trabalho da loja inclui desde a escolha de um terno até ajustes mais sutis, como caimento, proporção e combinação de peças.

NO FIM, É SOBRE CONSISTÊNCIA

Em um cenário cada vez mais competitivo, em que competências técnicas tendem a se equilibrar, a forma como um profissional se apresenta passa a ter mais peso.

A imagem, claro, não substitui conteúdo. Mas ajuda, e muito, a abrir espaço para que ele seja percebido. Afinal, no mundo dos negócios, antes de qualquer argumento, sempre existe uma impressão sendo formada. E ela começa, inevitavelmente, pela forma como você chega.





Quando a marca já não traduz o negócio: o momento de repensar o branding

MAIS DO QUE IDENTIDADE VISUAL, O REBRANDING SE CONSOLIDA COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA ALINHAR PERCEPÇÃO DE VALOR, POSICIONAMENTO E CRESCIMENTO

Empresas mudam o tempo todo. Crescem, amadurecem, ampliam atuação, reposicionam produtos, passam a dialogar com novos públicos. Nem sempre, porém, a marca acompanha esse movimento na mesma velocidade.

É nesse descompasso que começam a surgir os primeiros sinais de desgaste, que não são necessariamente visuais, mas perceptíveis. A comunicação deixa de refletir o tamanho real da operação, o valor entregue já não é reconhecido

na mesma proporção e o público que a empresa quer atrair passa a não se identificar mais com aquela marca.

“Uma marca forte evolui junto com o negócio e sabe se atualizar para continuar representando com clareza aquilo que se tornou”, afirma o especialista em branding **Akira Matsuzaki**, do Akira Brand Studio.

O ponto de atenção, segundo ele, raramente está na estética, mas na percepção. Quando existe uma distância entre o que a empresa é, ou se tornou, e o que o mercado

enxerga, cria-se um ruído que impacta diretamente posicionamento, competitividade e geração de valor. Em muitos casos, empresas mais estruturadas e mais maduras seguem sendo percebidas como versões anteriores de si mesmas.

MAIS DO QUE ESTÉTICA, É DESALINHAMENTO

“Ao longo do tempo, a empresa refina seu discurso, sua identidade e a experiência que entrega. Quando isso não está alinhado, a marca deixa de sustentar essa evolução”, explica Akira.

É nesse momento que o rebranding deixa de ser uma escolha estética e passa a ser uma decisão estratégica. Mas, ainda assim, é comum que esse movimento seja conduzido de forma equivocada. Muitas empresas tratam o rebranding como uma atualização visual (troca de logotipo, nova paleta de cores, ajustes tipográficos). Mudam a aparência, mas mantêm intacta a estrutura que sustenta a marca.

“Quando não se revisita posicionamento, linguagem, experiência e valores, a mudança vira só estética”, afirma Akira.

Na prática, isso significa que a empresa continua sendo percebida da mesma forma, apenas com uma nova embalagem.

Um rebranding consistente, na verdade, começa em outro lugar. Ele parte de uma leitura mais profunda do negócio, do entendimento do momento que a empresa vive e da definição clara de onde ela quer chegar. É a partir desse processo que se reorganiza



a forma como a marca se expressa no discurso, na proposta de valor, na experiência e, só então, na identidade visual.

Quando bem executado, o impacto mais relevante de um rebranding não está no design, mas na forma como a marca passa a ser lida.

“Ela se torna mais clara, mais segura e mais compatível com o espaço que quer ocupar. É isso que muda a percepção de valor.”

DE DENTRO PARA FORA

Essa mudança de leitura atravessa diferentes dimensões do negócio. Influencia a atração de clientes, a relação com o mercado e até a capacidade de sustentar preços e negociações. Em um ambiente competitivo, no qual produtos e serviços tendem a se aproximar, a forma como a marca é percebida passa a ser um diferencial relevante.

Mas há um ponto decisivo nesse processo: o rebranding não se sustenta apenas para fora. Depois de reposicionar a marca, é preciso fazer com que ela exista de dentro para fora. Equipes precisam entender o novo discurso, incorporar a proposta de valor e traduzir isso em cada ponto de contato com o mercado. Quando esse alinhamento não acontece, a mudança fica restrita à apresentação e perde força com o tempo.

“Se a marca não é compreendida internamente, ela não se sustenta externamente”, resume Akira.

No fim, o rebranding revela mais sobre o estágio de maturidade da empresa do que sobre sua identidade visual. Ele é um movimento que não busca transformar a essência do negócio, mas organizá-la com mais clareza, coerência e consistência. Um ajuste que acompanha o crescimento e permite que ele seja percebido na mesma medida.

O REBRANDING DA ENJOY

O processo de rebranding da Enjoy, desenvolvido pelo Akira Brand Studio, partiu de um desalinhamento claro entre o que a marca comunicava e o que o negócio havia se tornado.

A transição de Enjoy Escola de Negócios para Enjoy Business Club não foi apenas uma mudança de nome, mas uma redefinição de posicionamento. A marca passou a assumir de forma mais explícita seu papel como um ecossistema de conexões e negócios.

“O desafio foi preservar a essência construída até aqui, mas traduzindo isso com mais maturidade, clareza e força estratégica”, explica Akira Matsuzaki.

O trabalho envolveu leitura, escuta e reorganização da expressão da marca, buscando alinhar presente e futuro. Mais do que uma mudança visual, foi um ajuste de percepção. Afinal, como resume Akira, “um bom rebranding não apaga a essência. Ele revela essa essência com mais clareza”.



Holdings familiares: a estratégia silenciosa que protege e perpetua patrimônio

ESTRUTURA JURÍDICA DEIXA DE SER FERRAMENTA EXCLUSIVA DE GRANDES FORTUNAS E PASSA A INTEGRAR O PLANEJAMENTO DE EMPRESÁRIOS E PROFISSIONAIS LIBERAIS QUE PENSAM NO LONGO PRAZO

Por muito tempo, a holding familiar foi associada a grandes fortunas, estruturas complexas e famílias que já haviam ultrapassado, há décadas, a fase de construção patrimonial. No imaginário comum, era um instrumento distante da realidade de empresários em fase de crescimento ou consolidação.

Esse cenário, no entanto, já começa a mudar. Com maior acesso à informação e, principalmente, com uma leitura mais clara dos custos envolvidos na sucessão tradicional, a

estrutura da holding passou a fazer parte do radar de empresários que enxergam o patrimônio não apenas como resultado, mas como algo que precisa ser organizado com a mesma inteligência com que foi construído.

“O problema não está em gerar patrimônio. A maioria dos empresários sabe fazer isso. O problema está no que acontece depois”, afirma o advogado especialista em estruturação patrimonial **Henrique Arruda**.

Sem planejamento, a sucessão no Brasil segue um caminho conhecido e, muitas vezes, oneroso.

O inventário, etapa obrigatória nesses casos, envolve custos com impostos, honorários e taxas, além de exigir liquidez imediata da família. Na prática, isso significa que, em muitos casos, herdeiros precisam vender bens para arcar com despesas que surgem de forma concentrada.

“É comum o herdeiro não ter dinheiro para pagar esses custos e acabar vendendo um imóvel por um valor abaixo do mercado”, explica Henrique.

A perda não é apenas financeira. Ela também se traduz em decisões tomadas sob pressão, em um momento naturalmente delicado para a família. E é exatamente nesse contexto que a holding familiar passa a ser considerada.

A lógica da estrutura é direta: em vez de manter bens em nome da pessoa física, o patrimônio é organizado dentro de uma pessoa jurídica. O que muda não é apenas a titularidade, mas o ambiente em que esse patrimônio está inserido.

“Você tira o patrimônio de um ambiente vulnerável e coloca dentro de uma estrutura com regras definidas”, resume o advogado.

Essa reorganização permite antecipar a sucessão ainda em vida, reduzindo custos futuros e estabelecendo critérios claros para gestão e distribuição dos bens. Ao mesmo tempo, possibilita que os fundadores mantenham o controle das decisões, mesmo após a transferência das cotas para os herdeiros.

ORGANIZAR O FUTURO SEM ABRIR MÃO DO PRESENTE

Outro ponto relevante está na proteção jurídica. A estrutura pode incorporar cláusulas que impedem a diluição do patrimônio em situações como separações conjugais ou dívidas pessoais dos herdeiros, além de estabelecer mecanismos que evitam conflitos familiares, um dos fatores mais comuns de deterioração patrimonial ao longo do tempo.

“Os pais querem garantir que o patrimônio que construíram não se perca, nem para o Estado, nem para disputas dentro da própria família”, afirma o advogado.

Ainda que o tema ganhe visibilidade, Henrique ressalta, entretanto, que a holding não é uma solução universal. A decisão

QUANTO CUSTA NÃO PLANEJAR

Em um cenário comum, um patrimônio imobiliário adquirido anos atrás pode ser reavaliado pelo Estado por valores superiores aos declarados, elevando a base de cálculo de impostos no inventário. Somam-se a isso honorários advocatícios, taxas cartoriais e, em muitos casos, a necessidade de venda de bens para pagamento dessas despesas – frequentemente abaixo do valor de mercado.

Na prática, esse processo pode representar uma perda significativa do patrimônio total, além de comprometer sua continuidade. Mas com a holding familiar, a sucessão é organizada em vida, com custos diluídos e maior previsibilidade. “Quando a gente coloca os números na mesa, fica claro o impacto de não fazer nada”, resume Henrique Arruda.

passa, necessariamente, por análise técnica e, sobretudo, por números.

“Não é uma questão de opinião. É conta. Cada caso precisa ser avaliado com base no custo, no tempo e no perfil da família”, diz.

ESTRUTURAÇÃO DO PRESENTE

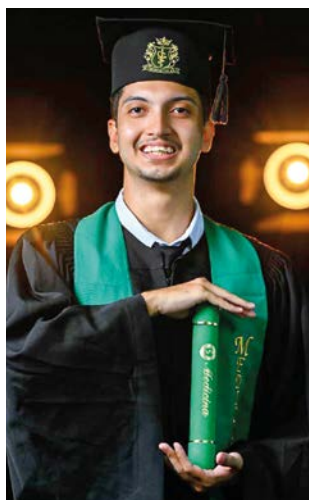
Esse movimento de maior racionalidade na gestão patrimonial acompanha uma mudança de comportamento. Empresários que estão em fase de crescimento, e não apenas aqueles que já acumularam grandes patrimônios, começam a considerar a estrutura desde cedo, especialmente quando há potencial de geração de riqueza ao longo dos anos.

“Ninguém precisa esperar acumular patrimônio para pensar nisso. Em muitos casos, o melhor momento é quando ele começa a ser construído”, pontua Henrique.

A variável tempo, aliás, é um dos fatores mais relevantes nessa equação. Mudanças na legislação, especialmente no que diz respeito à tributação sobre heranças, são frequentemente discutidas e podem alterar de forma significativa o custo da sucessão no futuro.

Diante desse cenário, a holding familiar deixa de ser vista apenas como uma ferramenta jurídica e passa a ocupar um espaço mais amplo dentro do planejamento patrimonial. Mais do que reduzir custos, ela organiza, protege e traz previsibilidade.





Instituto Ponte: quando conexões mudam destinos

COM MODELO BASEADO EM REDE, INSTITUTO ACELERA A ASCENSÃO SOCIAL DE JOVENS TALENTOS E MOSTRA QUE IMPACTO REAL NASCE DE RELAÇÕES BEM ESTRUTURADAS

Em um país onde milhões de jovens sequer concluem o ensino médio, o Instituto Ponte constrói um caminho oposto e consistente. Para ele, educação não é apenas acesso, é estratégia, acompanhamento e, principalmente, articulação.

Criado em 2014, o instituto atua como um verdadeiro “olheiro” dentro da escola pública, identificando estudantes com alto potencial acadêmico e baixa renda para acompanhá-los até o fim da formação superior. O objetivo é direto e ambicioso: promover ascensão social em uma única geração.

“O nosso propósito é muito claro: mudar a trajetória desse jovem e da família dele. Em menos de dez anos, a gente forma médicos, engenheiros e profissionais que passam a ganhar múltiplas vezes mais do que a renda de origem”, explica a fundadora e presidente do Instituto Ponte, **Bartira Almeida**.

NÚMEROS QUE CONTAM HISTÓRIAS E MUDAM ESTATÍSTICAS

O Instituto Ponte não trabalha com promessas, mas com resultado mensurável. Hoje, são cerca

de 440 alunos ativos em 18 estados, com uma nova turma anual de até 130 estudantes selecionados em um processo altamente criterioso.

A primeira turma formada, após cerca de dez anos de acompanhamento, apresenta um dado que resume o impacto: os alunos passaram a ganhar, em média, sete vezes mais do que a renda familiar per capita de quando ingressaram no programa.

Esse dado não representa só discurso de impacto social, mas revela uma transformação econômica real na vida de centenas de famílias.

UM MODELO QUE VAI ALÉM DA EDUCAÇÃO

O diferencial do Instituto Ponte não está apenas em oferecer oportunidades, mas em estruturar um ecossistema completo ao redor do aluno. O processo começa com a seleção de jovens entre 12 e 16 anos, com três critérios inegociáveis: inteligência acima da média, baixa renda e alta motivação.

A partir daí, entra um modelo robusto de desenvolvimento que contempla acompanhamento pedagógico e psicológico contínuo; formação no contraturno (não só acadêmica, mas de repertório e visão de futuro); acesso a bolsas integrais em escolas particulares de excelência, e suporte com transporte, material e estrutura.

Mais do que ensino, o instituto trabalha algo que raramente entra no currículo escolar: ambição estruturada. “A gente ensina esses jovens a sonhar. Muitos são os primeiros da família a chegar ao ensino superior. Eles nem sabem que podem ser médicos, engenheiros ou empresários”, afirma Bartira.

CONEXÃO COMO ATIVO

Se há um ponto em comum entre o Instituto Ponte e a Enjoy, ele não está apenas no propósito. Está no modelo.

É que o instituto, assim como a Enjoy, opera como uma rede viva de conexões. Dentre elas, estão escolas (são 78 escolas parceiras e 34 de inglês), empresas e doadores (cerca de 200 parceiros) e profissionais que contribuem com serviços, mentorias e oportunidades.

O Instituto Ponte não recebe nenhum tipo de recurso público. Todo o modelo é sustentado por uma lógica de colaboração na qual cada parceiro contribui com o que tem de melhor. E isso gera um efeito colateral poderoso: valor para todos os lados.

Escala com propósito: impacto e propósito

Após consolidar o modelo no Espírito Santo, o Instituto Ponte expandiu sua atuação nacional com uma estratégia híbrida, combinando acompanhamento presencial e remoto, uma decisão acelerada pela pandemia e que hoje permite escalar o impacto.

Agora, o próximo movimento é ainda mais sofisticado: aprofundar as conexões.

É nesse contexto que surge o Pont Club, uma iniciativa que busca integrar ainda mais empresas, lideranças e parceiros ao ecossistema do instituto, criando relações de longo prazo baseadas em valor mútuo.

A lógica é simples e poderosa: menos doação isolada e mais conexão estratégica. E é aqui que o Instituto Ponte encontra a Enjoy – não como coincidência, mas como convergência.

Ambos operam a partir do mesmo princípio de que conexões geram valor. Enquanto a Enjoy estrutura relações que impulsionam negócios, o Instituto Ponte estrutura relações que transformam vidas. No fundo, o mecanismo é o mesmo, o que muda é o ponto de partida.

As escolas recebem alunos altamente engajados, que elevam o nível acadêmico e humano do ambiente. As empresas se conectam a histórias reais de transformação e a uma agenda concreta de impacto. E os alunos passam a acessar redes que, de outra forma, estariam completamente fora do seu alcance.

Impacto que se multiplica dentro e fora da sala de aula

O efeito do Instituto Ponte não termina no aluno, mas se espalha por aí. Dentro das escolas, os estudantes tornam-se referência. Fora delas, transformam suas famílias e, em muitos casos, inspiram comunidades inteiras.

“A gente não entrega só um aluno. Entrega um exemplo. E isso impacta todo o entorno”, resume Bartira.

Histórias que ilustram isso não faltam: tem a do filho de um motorista que se tornou médico, a da estudante do interior que chegou ao Insper, a de jovens que seriam estatística de evasão e passaram a liderar suas próprias trajetórias.

Cada caso individual reforça um padrão coletivo: talento existe, o que falta, muitas vezes, é a ponte.



O Estado construiu um modelo de cooperação institucional que se traduz em investimentos distribuídos pelos 78 municípios capixabas”.

Ricardo Ferraço

GOVERNADOR DO ESPÍRITO SANTO

Espírito Santo: estabilidade, diálogo, desenvolvimento e confiança para investir

O Espírito Santo consolidou, nos últimos anos, um ambiente político-institucional particularmente favorável ao desenvolvimento econômico e à atração de investimentos. Essa condição resulta da combinação entre responsabilidade fiscal, estabilidade institucional e diálogo permanente entre o poder público e o setor produtivo.

Um dos pilares dessa credibilidade é a solidez das contas públicas. O Governo do Estado mantém nota A+ na capacidade de pagamento nas avaliações da Secretaria do Tesouro Nacional, reflexo de uma gestão fiscal equilibrada, com controle e capacidade consistente de geração de poupança para investimentos. Esse quadro transmite previsibilidade e confiança para investidores, elemento essencial para decisões de médio e longo prazo.

Outro fator relevante é a qualidade da relação entre governo e os municípios. O Estado construiu um modelo de cooperação institucional que se traduz em investimentos distribuídos pelos 78 municípios capixabas, fortalecendo infraestrutura, serviços públicos e capacidade administrativa local. Essa parceria amplia o alcance do desenvolvimento e contribui para reduzir desigualdades regionais.

O diálogo permanente com o setor produtivo também é uma marca da governança

capixaba. O governo mantém canais ativos de interlocução com trabalhadores, entidades representativas, empreendedores e empresários, tanto para enfrentar desafios conjunturais, como mudanças no cenário do comércio internacional, quanto para estruturar projetos estratégicos de longo prazo. Iniciativas como o ParkLog/ES, voltado à consolidação do Espírito Santo como hub logístico, e o ES Mais+Gás, que busca ampliar a oferta e a competitividade do gás natural, exemplificam essa agenda de cooperação.

Esse ambiente é reforçado por um sistema estruturado de incentivos fiscais e políticas de atração de investimentos. Instrumentos consolidados, aliados à atuação da Agência de Atração de Investimentos (Nova ES), ampliam a capacidade do Estado de prospectar projetos e apoiar a implantação de novos empreendimentos.

Paralelamente, atuação intensiva e estruturante na área de segurança pública contribui para fortalecer a confiança institucional. Iniciativas como o Estado Presente, englobando a recomposição dos efetivos das polícias e os investimentos em tecnologia e inteligência têm produzido avanços consistentes nos indicadores de segurança.

O resultado é a consolidação de uma imagem nacional sólida para o Espírito Santo: um estado com gestão pública responsável, capacidade de diálogo e ambiente seguro e previsível para investir e empreender.



Diferentemente de mercados mais voláteis, o imobiliário permite decisões mais racionais, menos impulsivas e muito mais estratégicas”.

Marral Lage
CEO DO GRUPO MULT

Inteligência por trás dos grandes investimentos imobiliários

Os maiores patrimônios não são construídos na pressa. São construídos na constância, estratégia e disciplina financeira. Muita gente não sabe, mas um dos pilares mais sólidos e relevantes do Grupo Mult está no mercado imobiliário.

A Mult Investimentos Empreendimentos Imobiliários representa uma das maiores forças do grupo, concentrando o maior volume de capital investido e sendo responsáveis por uma construção consistente de patrimônio ao longo dos anos com um portfólio vasto.

E isso não aconteceu por acaso. Eu sempre acreditei que o mercado imobiliário é um dos melhores para investir. Por três motivos simples: segurança, previsibilidade e capacidade de crescimento no longo prazo.

Diferentemente de mercados mais voláteis, o imobiliário permite decisões mais racionais, menos impulsivas e muito mais estratégicas. Mas existe um ponto importante: não basta investir em imóveis; é preciso saber como investir.

Todo investimento imobiliário começa com uma análise fundamental: Qual é a vocação desse imóvel? Ele é comercial ou residencial? Se for comercial, qual tipo de empresa ele atende? A localização faz sentido para essa operação? Existe demanda real para aquele tipo de uso? Existe tendência de valorização desse imóvel?

Essa análise é o que separa um ativo comum de um ativo altamente rentável.

Existe um erro clássico no mercado: avaliar um imóvel apenas pelo valor do aluguel. Hoje, no Brasil, um bom retorno gira em torno de 0,6% a 0,7% ao mês, sendo 1% um resultado excepcional, difícil, mas não impossível.

Mas o investidor estratégico vai além. O verdadeiro resultado está na soma entre renda mensal e a valorização do imóvel ao longo dos anos. Muitas vezes, um imóvel pode não entregar o melhor retorno no aluguel de imediato, mas pode ser um excelente negócio. Em alguns casos, inclusive, a valorização pode ser mais interessante que o retorno do aluguel.

E por quê? Porque foi adquirido abaixo do valor de mercado, porque está em uma região em crescimento ou porque existe potencial de valorização ao longo do tempo. E é exatamente essa visão que constrói patrimônio sólido.

Quem olha só o presente perde oportunidades; quem enxerga o futuro constrói riqueza. Cada investimento é feito com base em análise de vocação, estudo de localização, demanda real, potencial de valorização, estrutura de rentabilidade e reinvestimento dos retornos em mais imóveis.

O grande diferencial do investimento imobiliário é a tranquilidade. Mas essa tranquilidade não vem do acaso. Ela vem da coragem e na clareza das decisões de onde e como investir. Quando você entende quanto está pagando, quanto vai receber e quanto aquele ativo pode valer no futuro, o investimento deixa de ser dúvida e passa a ser direção.



Danielle Pandolfi e Isaac Pandolfi

FUNDADORES DA PANDOLFI ADVOGADOS, ATUAM NA CRIAÇÃO DE SOLUÇÕES EMPRESARIAIS E TRIBUTÁRIAS ESTRATÉGICAS. COM VISÃO TÉCNICA E DE NEGÓCIO, ESTRUTURAM MODELOS SEGUROS E EFICIENTES PARA SEUS CLIENTES

A erosão da renda empresarial no novo modelo de tributação brasileira: da ilusão da eficiência à necessidade de estratégia

Durante longo período, o planejamento tributário empresarial operou sob uma lógica relativamente estável. A distinção entre pessoa jurídica e pessoa física permitia a construção de arranjos nos quais a carga tributária era distribuída de maneira estratégica ao longo da cadeia de geração e distribuição da renda.

Nesse contexto, a isenção do imposto de renda sobre lucros e dividendos desempenhava papel central. Mais do que um benefício fiscal, ela funcionava como elemento estruturante de modelos amplamente difundidos no mercado. Escritórios de contabilidade e consultorias tributárias passaram a replicar tais estruturas como soluções padronizadas, criando a percepção de que havia, de fato, uma “fórmula” eficiente e duradoura.

A reforma da tributação da renda rompe com essa lógica. Ao instituir o chamado imposto de renda da pessoa física mínimo e

incorporar rendimentos historicamente favorecidos ao cômputo da renda global do contribuinte, o sistema passa a privilegiar uma análise econômica da capacidade contributiva, em detrimento da forma jurídica isolada da renda.

Com isso, a eficiência fiscal deixa de estar associada à mera escolha de estruturas formais e passa a depender de uma compreensão integrada da renda total do contribuinte. O resultado é a obsolescência progressiva de modelos que, até então, eram considerados suficientes para garantir economia tributária.

Além, é óbvio, do aumento da carga, um dos elementos mais relevantes da nova sistemática reside na alteração do momento em que o imposto passa a ser exigido. Tradicionalmente, a tributação da pessoa física estava fortemente vinculada ao ajuste anual, no qual se consolidava a apuração definitiva da renda.

A ampliação da retenção na fonte sobre lucros e dividendos modifica substancialmente

essa dinâmica (incidência de alíquota de 10% para distribuições acima de R\$ 50 mil ao mês). A tributação deixa de ser predominantemente diferida para assumir caráter antecipatório, incidindo no próprio fluxo de distribuição da renda.

Sob o ponto de vista técnico, não se trata da criação de um novo tributo, mas da intensificação de um mecanismo já existente no sistema brasileiro. A retenção na fonte, historicamente aplicada a salários e rendimentos financeiros, passa a alcançar também parcelas relevantes da renda empresarial (dividendos) que antes gozam da isenção.

Essa antecipação altera não apenas o momento do recolhimento, mas também a forma como o contribuinte experimenta a carga tributária. Parte significativa do imposto deixa de ser percebida como obrigação futura e passa a impactar imediatamente o fluxo de caixa.

A instituição do imposto de renda mínimo representa, talvez, o aspecto mais emblemático da reforma. Ao estabelecer um piso de tributação progressivo sobre a renda total (acima de R\$ 600 mil), o legislador introduz um critério que relativiza a relevância da natureza jurídica dos rendimentos.

Contribuintes com renda anual superior a determinados patamares passam a ser submetidos a uma lógica de tributação mínima efetiva, independentemente da composição específica de seus rendimentos. Isso significa que parcelas historicamente isentas, como os lucros distribuídos, passam a influenciar diretamente a carga tributária final.

Sob uma perspectiva teórica, essa mudança aproxima o sistema brasileiro de modelos que privilegiam a tributação da renda global como expressão da capacidade contributiva. A preocupação central deixa de ser a qualificação jurídica de cada rendimento isoladamente e passa a recair sobre o volume total de riqueza auferida pelo contribuinte ao longo do período.

Essa inflexão tem consequências diretas para o planejamento tributário. Estruturas desenhadas com base na segmentação formal da renda tendem a perder eficiência diante de um modelo que opera com base em critérios agregados. A mudança de paradigma imposta pela reforma não elimina a relevância



A instituição do imposto de renda mínimo representa, talvez, o aspecto mais emblemático da reforma.”

do planejamento tributário. Ao contrário, ela o torna mais sofisticado e indispensável.

Se antes era possível alcançar resultados relevantes por meio da replicação de estruturas padronizadas, o novo cenário exige análise individualizada, integração entre aspectos societários e patrimoniais e constante revisão das estratégias adotadas.

A governança empresarial passa a incorporar, de forma mais intensa, a dimensão tributária como elemento estratégico. Decisões sobre distribuição de lucros, composição societária, organização patrimonial e fluxo financeiro deixam de ser meramente operacionais e passam a influenciar diretamente a eficiência fiscal.

Além disso, a antecipação da tributação por meio da retenção na fonte impõe desafios adicionais de gestão de caixa, exigindo planejamento financeiro mais rigoroso e alinhamento entre decisões fiscais e operacionais.

Nesse contexto, a inércia torna-se um fator de risco. Estruturas que permanecem inalteradas diante de um ambiente normativo em transformação tendem a gerar custos ocultos, percebidos apenas quando já consolidados nos resultados financeiros.

Nesse novo cenário, a repetição de modelos consolidados deixa de ser suficiente. A eficiência tributária passa a depender de análise estratégica, integração entre planejamento societário e patrimonial e capacidade de adaptação às novas regras do jogo.

Mais do que reagir às mudanças, impõe-se ao empresário a necessidade de compreendê-las antecipadamente e reposicionar suas estruturas de forma consciente. A diferença entre aqueles que se adaptam e aqueles que permanecem inertes não estará apenas na carga tributária suportada, mas na própria capacidade de preservação e expansão do patrimônio no longo prazo.



“O empresário não vai mais errar o recolhimento do imposto. Mas também não vai mais contar com aquele dinheiro para girar o negócio.”

Tamires Endringer

SÓCIA DO GROUP EXPERTISE, TEX BPO FINANCE E TERRA ATIVA, PERITA JUDICIAL, CONSELHEIRA DO CRC/ES E TMA BRASIL, MEMBRA CONSULTORA DA OAB/ES E PROFESSORA DA FDV

Split Payment: o silêncio que vai custar caro para sua empresa

Hoje, quando um cliente paga sua empresa, o valor cai integralmente na sua conta. Você usa esse dinheiro para girar o negócio e paga os impostos dentro do prazo legal. Esse intervalo – chamado de float tributário – financia capital de giro e sustenta a operação no dia a dia.

Com o Split Payment, previsto na Reforma Tributária (EC 132/2023 e LC 214/2025), isso acaba. No momento em que o pagamento for liquidado, o banco automaticamente separa e repassa ao governo a parcela do IBS e da CBS – antes de o dinheiro chegar a sua conta. Sem aviso e sem prazo extra.

O QUE MUDA NO CAIXA – NA PRÁTICA

Considere uma empresa que fatura R\$ 2 milhões por mês com carga tributária de 15%. São R\$ 300 mil que hoje ficam disponíveis por 20 a 30 dias antes do vencimento. Com o Split Payment, esse valor deixa de entrar. O caixa cai imediatamente – e a empresa precisa se financiar com recursos próprios ou bancários no lugar desse float.

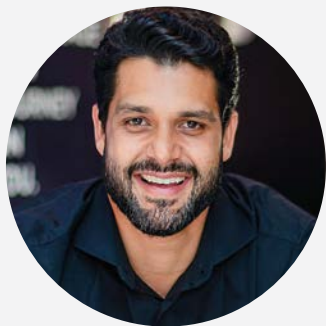
Para negócios com margem apertada ou ciclo operacional longo, o efeito equivale a contratar um crédito que você nunca pediu, mas que agora vai ter de pagar. Sem planejamento, esse custo aparece como despesa financeira – não como imposto.

QUATRO AÇÕES ANTES QUE O PROBLEMA APAREÇA NO EXTRATO

1. Refaça o fluxo de caixa projetado: os modelos financeiros precisam considerar que a receita chegará menor desde o primeiro recebimento sob as novas regras.
2. Renegocie linhas de crédito com antecedência: quem esperar vai pagar mais caro quando todo o mercado buscar a mesma solução ao mesmo tempo.
3. Revise o pricing: muitos setores embutem o float no preço. Com o fim dele, a margem pode sangrar silenciosamente, trimestre a trimestre.
4. Mapeie os créditos de IBS e CBS: o novo sistema é não cumulativo de forma muito mais ampla – aproveitar esses créditos pode compensar parte relevante do impacto no caixa.

QUEM PREVÊ SOBREVIVE

O Split Payment vai separar empresas preparadas das improvisadas. A transição é gradual, mas os efeitos começam antes de 2033. O papel do contador deixa de ser apenas cumprir obrigações acessórias – passa a ser o de parceiro estratégico que traduz a reforma em impacto real de caixa e ajuda o gestor a agir antes que o problema apareça no extrato bancário.



Estratégia não substitui a execução, mas a orienta. Sem gestão estruturada, acompanhamento de indicadores e disciplina na rotina, qualquer planejamento tende a ficar no papel.”

Wander Miranda

CEO DA ENJOY

Estratégia: o que separa empresas comuns de negócios que crescem de verdade

Em um ambiente empresarial cada vez mais competitivo, crescer deixou de ser apenas uma questão de esforço ou intuição. O que diferencia empresas que avançam de forma consistente daquelas que apenas sobrevivem está, quase sempre, na clareza estratégica, ou na falta dela.

Parto de uma provocação direta – “como ganhar mais dinheiro do que a concorrência” –, para trazer o conceito para o campo prático: estratégia não é teoria sofisticada, mas um conjunto de decisões que orienta onde investir tempo, energia e recursos.

Essa reflexão expõe uma realidade comum entre empresários: muitos negócios já funcionam, geram receita e têm operação ativa, mas poucos possuem uma estratégia estruturada. Ainda mais raro é encontrar empresas que, além de planejar, executam com consistência.

Estratégia, portanto, está diretamente ligada à construção de vantagem competitiva, ou seja, a capacidade de gerar resultados acima da média do mercado em que se atua. Isso pode vir de diferentes caminhos: eficiência operacional, posicionamento claro, melhor relacionamento com clientes ou até a decisão consciente de fazer menos, mas com mais foco.

Escolher o que não fazer também é estratégia

Um dos pontos mais relevantes dessa abordagem é a ideia de trade-off. Para crescer de forma sustentável, não basta decidir o que fazer, mas sim ter clareza sobre o que não fazer. Em um

cenário onde empresários tendem a abraçar todas as oportunidades, a falta de foco se torna um dos maiores obstáculos para o crescimento.

Essa clareza passa, necessariamente, pela definição de três pilares: objetivos de longo prazo, perfil de cliente ideal e direcionamento das decisões estratégicas. Sem isso, empresas operam de forma reativa, desperdiçando recursos e energia em caminhos que não contribuem para o resultado final.

Outro ponto é que estratégia não substitui a execução, mas a orienta. Sem gestão estruturada, acompanhamento de indicadores e disciplina na rotina, qualquer planejamento tende a ficar no papel. Por outro lado, quando estratégia e execução caminham juntas, o impacto é direto no desempenho do negócio.

Mais do que crescer, crescer melhor

A principal virada de chave não está em fazer mais, mas em fazer melhor. Empresas que entendem seu posicionamento, seu público e suas prioridades conseguem direcionar esforços de forma mais inteligente, e, conseqüentemente, ampliam sua capacidade de crescimento.

Em um mercado onde a maioria ainda opera sem estratégia clara, essa passa a ser, por si só, uma vantagem competitiva relevante. Não como uma fórmula pronta, mas como um processo contínuo de decisão, ajuste e execução.

No fim, a pergunta que fica é simples e incômoda: se estratégia é o que sustenta crescimento consistente, por que ainda são tão poucas as empresas que param para estruturá-la de verdade?

Hotel Espadarte e Enjoy apostam em experiência como forma de reconhecimento corporativo

PROJETO POSICIONA O HOTEL COMO DESTINO DE PREMIAÇÃO PARA PROFISSIONAIS DE ALTA PERFORMANCE E REFORÇA A CULTURA DE MERITOCRACIA NAS EMPRESAS.

O reconhecimento de colaboradores de alta performance ganha um novo formato no Espírito Santo. Em parceria com a Enjoy, o Hotel Espadarte, em Iriri, passa a integrar um projeto voltado à criação de experiências de premiação corporativa.

A proposta é substituir modelos tradicionais, baseados principalmente em bonificações financeiras, por experiências de hospedagem com valor simbólico e emocional mais duradouro. Com isso, o hotel passa a ser utilizado por empresas como destino para premiar profissionais que atingem metas, se destacam em desempenho ou contribuem com resultados estratégicos.

Além da hospedagem, a iniciativa prevê a personalização da experiência, com ações como recepção diferenciada, ambientação especial e mensagens institucionais da empresa ao colaborador reconhecido.

A estratégia busca fortalecer a cultura de meritocracia dentro das organizações, tornando o reconhecimento mais visível e relevante para as equipes. A expectativa é que, ao valorizar publicamente os resultados, as empresas estimulem comportamentos alinhados à performance.



Outro ponto considerado é o simbolismo da premiação. O fato de o próprio empresário também frequentar o hotel tende a reforçar a percepção de valor por parte do colaborador, aproximando o reconhecimento daquilo que a liderança efetivamente consome e valoriza.

A Enjoy atua na estruturação do conceito e na ativação da iniciativa dentro do meio empresarial, enquanto a operação comercial é conduzida pelo próprio hotel. A proposta é que o modelo se consolide a partir de casos reais, incentivando outras empresas a adotarem práticas semelhantes de reconhecimento.



SUA OBRA NÃO PRECISA SER UM CAOS

ELA PRECISA DE GESTÃO.

Especialistas em fachadas, telhados, impermeabilização e recuperação estrutural para condomínios, indústrias e portos, a Graziato Engenharia cresce como referência no ES pela organização e pelo nível de entrega.


GRAZIATO
ENGENHARIA

Praia da Costa, Vila Velha, ES

FAÇA UM
ORÇAMENTO



ÚNICO • EXCLUSIVO • PODEROSO

NOVA SEDE ENJOY

O ESPAÇO QUE FALTAVA PARA EVENTOS
EMPRESARIAIS DE ALTO NÍVEL

Praia da Costa • ES



Enjoy

Disponível para locação, um ambiente pronto para você receber seus clientes com a estrutura que eles merecem.

800 m²

Rooftop

Heliponto

Audiovisual

Acelere seus resultados realizando seus eventos na sede da Enjoy.

Agende
uma visita
e reserve
sua data.

