



7

Princípios para
sua Empresa Evoluir
Exponencialmente

Introdução

O mundo está mudando. E a uma velocidade nunca vista antes. Tudo está disponível a poucos cliques, com abundância de informação gratuita, a qualquer hora e em qualquer lugar, até mesmo na palma de nossa mão.

Novas tecnologias surgem a todo momento, estimulando novos hábitos e comportamentos.

Isso está causando mudanças profundas na economia global, nas empresas, na relação das marcas e seus consumidores e no mercado de trabalho.

Quer uma prova? Olhe ao seu redor.

Você não usa mais táxi para se deslocar. Você vai de Uber. Você não aluga mais quartos de hotel, você usa o AirBnb. Só para citar os exemplos mais comuns.

E isso é apenas a ponta do iceberg. Imagine o impacto que as novas tecnologias como Inteligência Artificial, Realidade Virtual e Aumentada, Criptomoedas e Internet das Coisas, causarão em todos os setores da economia mundial.

O que nos leva ao objetivo deste ebook. Vivemos uma era de transição, onde a inovação e soluções disruptivas começam a fazer parte do nosso dia a dia.

Como as empresas e os profissionais podem se adaptar a esse novo mundo? Como sobreviver a essa grande seleção natural corporativa que já está acontecendo?

Se você é empresário, como impedir que sua empresa termine como a Kodak ou a Blockbuster, que deixaram de existir por não conseguirem fazer a leitura dessa nova dinâmica?

Se você é um profissional ou mesmo um universitário, como se preparar para um mercado onde grande parte dos empregos que existe hoje desaparecerá nos próximos anos, por conta das novas tecnologias?

Neste ebook você encontrará as respostas para essas perguntas. Já adiantamos que não existe uma fórmula mágica.

Mas existem alguns conceitos que, se bem aplicados, podem prepará-lo para esta nova realidade.

São "Os 7 Princípios para sua Empresa Evoluir Exponencialmente". Eles irão ajudá-lo a entender o funcionamento desse novo cenário e a escolher as melhores estratégias para vencer neste novo mundo.

Eles representam a forma de pensar e agir da Nova Economia.



O Que é a Nova Economia

A Velha Economia, na qual ainda vivemos, nasceu com a Revolução Industrial e ditou a forma como o mundo se organizou até agora.

As empresas investem em processos de linha de montagem para ganhar escala e produtividade. O objetivo é produzir o máximo possível e colocar tudo nas prateleiras para os consumidores comprarem.

O foco está no produto e no serviço e quem dita as regras é a empresa, seja na escolha do produto, na cor, na forma, no horário de funcionamento da loja, etc. E o consumidor tem que se adaptar.

Por outro lado, o desenvolvimento das novas tecnologias de informação e comunicação, iniciado no final da década de 90, com as empresas de internet, quebraram diversos paradigmas por meio de soluções disruptivas.

A internet e os avanços tecnológicos estão na raiz dessas transformações, resultando na Nova Economia, que é um novo padrão econômico ainda em formação.

Se, por um lado, as novas tecnologias são o motor da Nova Economia, por outro, também são um risco para as empresas, pois o poder passou para as mãos dos consumidores.

Seus concorrentes, que antes estavam na sua cidade ou no seu estado, hoje, estão no mundo todo e ao alcance de um clique do seu cliente, que pode descobrir, a qualquer momento, uma empresa fazendo melhor, mais barato ou entregando mais rápido do que a sua.

E ele para de comprar de você. Simples (e doloroso) assim.

Ou seja, o jogo mudou. Agora, o cliente tem o poder de decisão.

Esses novos padrões de comportamentos desencadearam uma transformação estrutural do consumo, das relações comerciais e das dinâmicas de produção.

As empresas precisam agir rápido para acompanhar a disrupção da Nova Economia. Aquelas que não conseguirem, ficarão para trás.



Ficar parado, preso à antiga ordem, achando que está seguro, fará com que você perca o lugar para quem já nasceu dentro da Nova Economia, percebeu a mudança e se preparou para ela: as startups.

Elas estão vencendo esse jogo porque entenderam, antes das demais, como funciona a Nova Economia. Porque conseguiram usar os benefícios das novas tecnologias colocando o cliente no centro da sua estratégia de negócio.

Empresas como Uber, Airbnb, Google, Netshoes, Nubank, só para citar alguns exemplos, criaram uma metodologia de trabalho 100% direcionada ao cliente.

Elas descobriram que é sempre possível aprimorar a qualidade dos serviços e produtos ofertados, adotando a perspectiva da busca pela melhoria contínua a partir do feedback dos clientes.

Vivemos uma era de transição entre a Velha e a Nova Economia, onde a inovação e a melhoria de serviços por meio da tecnologia vão ocasionar, fatalmente, a quebra de várias empresas tradicionais e muito desemprego.

Por outro lado, acreditamos que também existem muitas oportunidades para quem quiser começar um negócio, reinventar sua carreira e sua empresa e se adaptar a essa nova ordem.

É uma chance única para que pessoas comuns e inconformadas façam coisas extraordinárias.

Foi para você, que faz parte deste grupo, que criamos os 7 Princípios para sua Empresa Evoluir Exponencialmente.

Eles são o resultado da nossa experiência em empresas da Nova Economia, como funcionários, como parceiros e até como clientes. Eles também são fruto de nossa observação e convívio com alguns dos maiores líderes da Nova Economia.

Nosso trabalho consistiu em fazer a leitura desse cenário e agrupar as informações para criar um guia para esta jornada. Uma bússola para quem busca o crescimento acelerado, a evolução como pessoa e como empresa.

**Quer conhecê-los?
Então, continue lendo.**

1º Princípio: A cultura do cliente



Como já falamos, o coração da Nova Economia é o empoderamento do cliente. É ele quem manda.

Por isso, o 1º Princípio é colocar o cliente no centro de sua estratégia. E aqui, muitas empresas podem cometer o erro de achar que basta ter foco no cliente. Na verdade, quando você tem foco no cliente significa que você olha para o cliente imaginando o que seria bom para ele, do que ele gostaria, quais seriam suas preferências e necessidades, seus problemas e interesses.

Você precisa mais do que isso. Você precisa ter o foco DO cliente, ou seja, colocar os sapatos dele e descobrir onde aperta o calo. É se colocar no lugar dele e sentir suas necessidades, interesses e motivações.

E ninguém melhor do que ele mesmo para contar para você.

Isso exige uma mudança de mindset. Significa servi-lo da maneira como ELE quer ser servido, não como você acha melhor ou como é mais conveniente para o seu negócio.

Lembre-se da enorme facilidade que ele tem para escolher seu concorrente. Portanto, é hora de começar a tratá-lo melhor.

Além disso, do ponto de vista financeiro, é sempre mais barato fazer um cliente atual voltar a comprar e gastar mais com você do que conquistar um novo cliente.

E aqui talvez você não perceba, mas existe uma outra mudança de mentalidade importante. Vamos te dar um exemplo prático, que vivemos na Netshoes, antes de explicar.

Para humanizar a relação com os clientes, foi criado na Netshoes um processo de venda assistida. Contratamos um profissional de educação física para tirar dúvidas dos clientes por chat, com o objetivo de ajudá-los a encontrar o melhor produto para sua necessidade e aumentar a conversão da loja.



Em uma ocasião, um cliente desejava adquirir uma esteira de quase R\$ 3 mil reais e o consultor recomendou um produto similar pela metade do preço, pois, em sua análise técnica, o produto mais barato atenderia plenamente as necessidades que o cliente havia descrito.

Na prática, a Netshoes estava sugerindo que o cliente gastasse metade do dinheiro que ele já estava disposto a gastar.

Nesse momento, um gestor com a mentalidade da Velha Economia poderia pensar que aquele profissional deu prejuízo para a empresa e puniu-lo por isso, talvez até com uma demissão.

Por outro lado, alguém com a visão da Nova Economia refletiria nas potenciais vantagens desta situação:

- **Fidelizamos um cliente, ao mostrar a preocupação da empresa com seu bem-estar antes do lucro;**
- **O “prejuízo” será compensado no médio prazo, porque ele voltará a comprar conosco, já que sabemos a frequência de compra de clientes com esse perfil;**
- **Ele se tornará um promotor da nossa marca, indicando a loja para seus amigos;**
- **Podemos usar essa história para mostrar aos demais clientes nosso foco em oferecer a melhor experiência para eles;**

Percebeu como a abordagem precisa mudar?

Na verdade, você precisa tirar o foco do curto prazo, até mesmo aceitando perder dinheiro e começando a avaliar seu relacionamento com os clientes no médio e longo prazo.



Outro aspecto importante é que você precisa estar disposto a alterar os processos internos da empresa para servir melhor seu cliente.

As empresas dizem que querem atender bem seus clientes. Mas, na verdade, querem que seja feito do jeito delas.

Quando você avalia sua empresa do ponto de vista do cliente, pode perceber diversos pontos de melhoria, mas alterar processos, rodar testes, pensar...tudo isso dá trabalho.

E muitos gestores e empresários pensam: "Isso sempre foi feito assim e deu certo"

A médio prazo vai parar de dar certo e pode custar muito caro para a empresa.

Para evitar que isso ocorra, a solução é ouvir os seus clientes. Seja através de pesquisas de mercado, questionários pós-venda ou sendo um cliente oculto, para avaliar como sua empresa trata os clientes.

Pense na seguinte pergunta: o que aconteceria se você ouvisse seus clientes ANTES de lançar um produto ou serviço?

Existem grandes chances dele ser mais bem desenvolvido, atender melhor às necessidades do cliente, os processos ocorrerem de forma mais eficiente. Em resumo, seu lançamento seria mais bem-sucedido, certo?!

A lição aqui é trazer o cliente para o início do processo. Envolve o cliente nos seus lançamentos desde o primeiro momento. Escute o que ele realmente deseja. Não tente adivinhar.

Isso significa que, muitas vezes, seu produto terá que ser modificado após o lançamento. E isso é ótimo, pois, fará com que ele passe por melhorias constantes.

Um dos mantras da Nova Economia é a evolução permanente. Produtos sendo melhoradas permanentemente através do olhar do cliente.

2º Princípio: Sim, é possível



O que você acha que é necessário para ser um empreendedor de sucesso? Uma boa ideia? Dinheiro para investir? Planejamento? Visão de negócio? Isso tudo é importante, mas se você não possuir um modo de pensar empreendedor, nada disso vai adiantar.

O sucesso de todo negócio começa na mente do empreendedor.

Ele costuma pensar diferente da maioria das pessoas. E, por conta disso, costuma ser considerado um sonhador. Algumas vezes, até mesmo fora da realidade.

Isso acontece porque ele defende suas ideias com unhas e dentes, sem ligar muito para quem fala que aquilo não vai dar certo.

Aliás, sempre que você procurar inovar ou fazer algo que ainda não foi feito, vai ouvir esta frase: "Não dá para fazer isso!"

O 2º Princípio que você deve desenvolver é a mentalidade empreendedora por trás do "Sim, é possível!"

E o primeiro lugar onde terá que praticá-lo será dentro de casa. As pessoas mais próximas a você, geralmente, serão as primeiras a dizer que sua ideia não vai funcionar.

Eles não fazem isso por mal. Pelo contrário, fazem porque querem o melhor para você.

E nesse contexto, o melhor, para eles, é a segurança do conhecido, é o desejo de proteger você da dor do fracasso.

O novo emprego, o novo negócio, um novo jeito de fazer algo que já é feito do mesmo jeito há muito tempo, representam um perigo para eles. Porque eles se concentram no que pode dar errado, enquanto você se concentra no que pode dar certo.

Olhando as estatísticas, eles não estariam tão errados. Se você pesquisar os números do empreendedorismo no Brasil, verá que, de acordo com o IBGE, metade das empresas abertas não consegue completar o terceiro ano de vida.



Existem diversos fatores que contribuem para isso e um deles é o motivo que leva as pessoas a empreenderem no Brasil. Existem muito mais empreendedores por necessidade do que por oportunidade. Isso quer dizer que muito mais pessoas abrem um negócio porque estão desempregadas e não porque viram uma oportunidade incrível.

E isso faz toda a diferença, porque elas não estão tentando realizar um sonho, querem apenas pagar as contas.

Também não estamos dizendo que basta ter o sonho. A gestão do risco é essencial para o sucesso de qualquer empresa. Até porque, ninguém começa um negócio tendo a certeza que dará certo.

O que você não pode permitir é ficar paralisado pelos riscos. Pelo medo de dar errado.

A Nova Economia, por ser algo novo, é cheia de riscos. Se você quiser fazer acontecer, terá que acreditar que é possível. Porque você terá que vender esse sonho para outras pessoas te ajudarem, sejam sócios, colaboradores ou investidores.

E se você não acreditar que é possível, eles também não irão acreditar.

Esse mindset pode ajudar mesmo que você trabalhe no mundo corporativo. As empresas da Nova Economia buscam e valorizam esse modelo mental porque sabem que esse tipo de profissional consegue ir além e ainda inspirar as pessoas sob sua liderança a irem junto.

O intraempreendedor, aquele que empreende dentro de uma empresa que não é dele, nunca foi tão procurado.

Esse tem que ser o seu modelo mental a partir de agora.

“Sim, é possível encontrar um outro caminho”

“Sim, é possível convencer aquele investidor”

“Sim, é possível aumentar as vendas”

Acredite!

3º Princípio: O novo sempre vem



O mundo está vivendo transformações intensas e cada vez mais aceleradas. O emprego dos sonhos de hoje poderá estar extinto amanhã. A tecnologia de ponta atual, tem um prazo de vencimento e em breve será substituída.

O planejamento de 5 anos precisa ser revisto trimestralmente para acompanhar as tendências do mercado.

Mudanças sempre aconteceram e não tem como impedi-las. Depois do jornal impresso, veio o rádio. Depois do rádio, veio a televisão e depois a internet. Já tivemos Orkut, hoje é Facebook e Instagram e amanhã será outra rede social.

No meio de todo este processo só existe uma certeza: o novo sempre vem. É inevitável. A diferença agora é a velocidade com que as mudanças estão ocorrendo.

Estar no topo, hoje, não significa nada. A Nova Economia veio desbancar aquela história de que em time que está ganhando não se mexe.

O time ou o profissional que não se mexer ficará para trás. Nunca foi tão essencial você estar atento ao que está acontecendo no seu mercado, no Brasil e no mundo.

Você precisa estar antenado com as tendências, precisa trabalhar para prever os rumos do seu mercado. Somente assim conseguirá se preparar tanto no dia a dia da sua carreira, como na gestão da sua empresa.

E você não vai aprender isso na universidade, na pós ou MBA. Vai precisar aprender na prática. Vai precisar se adaptar ao novo o mais rápido possível para seguir liderando.

Antecipar as tendências do seu mercado permitirá que você seja o primeiro a descobrir e testar algo novo. Assim, quando seu concorrente começar a testar, você já estará fazendo acontecer, dominando o território.

O nome do jogo aqui é velocidade. Velocidade de criação, de lançamento, de aprendizado e de melhoria. Mudar nessa velocidade fará com que você cometa erros.

E isso é bom. Veremos por quê mais tarde.

Empresas da Nova Economia precisam ser ágeis para adaptar seus negócios sempre que houver uma mudança de cenário.

Essa capacidade tornou-se um fator crucial de sobrevivência. E o melhor momento para mudar é agora!



4º Princípio: Vamos errar

Quando você olha para trás e relembra dos seus ERROS, como você se sente?

Provavelmente, mal. Isso deve trazer de volta dor, medo, desapontamentos.

Você se sente assim porque, desde crianças, nós fomos educados e programados para não errar. Erro é sinônimo de fracasso. E ninguém quer fracassar.

Lembra quando você era criança e cometia um erro em casa e ficava de castigo? Na escola, a mesma coisa. Ficamos adultos e a coisa só piorou. Um erro no seu trabalho pode custar o seu emprego.

Resumindo, durante toda sua vida você associou o erro a uma punição, a algo ruim, a dor. E que deve ser evitado a todo custo.

Esse é outro padrão de mindset que a Nova Economia veio quebrar.

Não existe aprendizado sem experiência. E não existe experiência sem erro. Ou seja, para crescer, você precisa errar.

O medo do erro está tão arraigado em nosso comportamento, que muitos empreendedores, quando abrem seu primeiro negócio e quebram, acabam desistindo.

Agora, imagine uma criança aprendendo a andar em seus primeiros anos de vida. Ela está deixando de engatinhar para tentar ficar de pé. Ela tenta dar o primeiro passo e cai. Imagine se ela considerasse esse erro tão grande que desistisse de tentar novamente?

Ela tenta de novo e cai de novo. A cada erro, ela melhora seu equilíbrio, sente mais força nas pernas. Até conseguir caminhar normalmente.

Deveríamos aprender com elas e aplicar esse conceito na nossa vida profissional.

O novo, a mudança, a inovação não acontece sem erro. Nenhuma inovação é feita de uma vez só. Ela é fruto de diversos erros e pequenos ajustes que, após algum tempo, resultam em uma grande mudança.

Portanto, mude sua forma de pensar e não tenha medo de errar. Só não se esqueça de avaliar o que causou o erro e o que você pode melhorar da próxima vez. Se não fizer isso, perderá o aprendizado.

5º Princípio: Postura de Dono



Nós vivemos uma história na Netshoes que ilustra, na nossa opinião, o que entendemos como possuir o “espírito de dono”.

Um funcionário da central de atendimento recebeu a ligação de um cliente dizendo que comprou uma bicicleta para o filho e recebeu o produto na cor errada. Ele queria trocar.

Até aí, nada de mais.

O problema: era o dia 11 de outubro e a bicicleta seria presente do Dia das Crianças, no dia seguinte. O cliente, irritado, disse que não interessava dar o presente depois, por conta de um erro da empresa.

O protocolo da empresa dizia que o funcionário deveria se desculpar pelo erro e, no máximo, conceder um voucher de desconto em uma próxima compra. E o cliente? Infelizmente, ficaria sem o dar o presente para o filho na data desejada.

Nisso, o funcionário verificou o endereço do cliente e percebeu que ele morava no seu bairro e decidiu

fazer diferente. Pegou a bicicleta, colocou no porta-malas do carro e levou pessoalmente para o cliente no mesmo dia!

Ele ‘burlou’ as regras, mas o cliente, que já estava frustrado, quando recebeu a bicicleta, ficou encantado. O procedimento foi alinhado com seu chefe e ficou tudo bem.

Isso é postura de dono.

Muitos profissionais pensam que atitude de dono é chegar e sair no horário, trabalhar duro, entregar o que pediram no prazo. Não. Isso é o que você é pago para fazer. É o seu contrato de trabalho. Sua responsabilidade.

Espírito de dono significa ir além do que se espera de você, além do que se espera da sua função.

É acreditar na empresa e querer crescer junto com ela. Se você for um líder, tem que possuir uma mentalidade que estimula e causa entusiasmo nos membros da sua equipe.

Espírito de dono não pode ser delegado. Ele é abraçado pelo próprio profissional, que enxerga o sucesso



da empresa como um interesse de todos.

Esse sentimento está nos jovens nascidos na Nova Economia que não vêem sentido em passar a vida toda em uma organização. Principalmente se não gostarem do que fazem lá.

Esse é o ponto crucial da atitude de dono.

Esses jovens profissionais não querem ficar em uma mesa das 8h às 17h, fazendo coisas que não gostam para um chefe mal-educado. Eles não querem apenas um emprego. Eles querem um trabalho com significado e realização.

É o propósito que tanto se busca hoje em dia. A empresa que quiser atrair esses novos talentos terá que ter um propósito nas suas atividades que toque o coração desses jovens. Que os inspire.

O espírito de dono só vai existir se o propósito dos colaboradores estiver

alinhado com o propósito da empresa.

Você não vai se esforçar para entregar mais do que o necessário se não acreditar que seu trabalho é relevante para você e para o mundo. Você não vai trabalhar doze horas por dia se não acreditar que estará impactando a vida de outras pessoas.

Você só abrirá mão do tempo com seus amigos e familiares se sentir que faz parte de algo maior.

Se você é um profissional, procure uma empresa que possua um propósito que toque seu coração, para se sentir realizado com seu trabalho.

Se você é um empresário, não basta cobrar dos seus funcionários o espírito de dono.

Você deve construir uma cultura organizacional que incentive e recompense essa postura.

É uma via de mão dupla onde os dois lados ganham.

6º Princípio: Viva bem no desconforto



Não existe evolução sem dor. Ninguém consegue crescer de maneira acelerada sem sofrer. Toda evolução acontece fora da sua zona de conforto. Para crescer você terá que se expor. Vai ser desconfortável. E você terá que se acostumar com isso.

Novamente, vou pedir para você olhar para trás, para momentos em que a vida te jogou para fora da sua zona de conforto. Aqueles momentos em que você teve que se virar para resolver, teve que se superar. Foram momentos de crescimento pessoal e profissional?! Tenho certeza que sim.

A Nova Economia trará desafios que obrigarão você a sair, constantemente, da sua zona de conforto. Só assim você conseguirá implementar a cultura da melhoria contínua, que comentamos anteriormente.

Ela fará você questionar o tempo todo se está fazendo da melhor maneira ou se já tem algum concorrente seu dando um passo à frente.

Para crescer exponencialmente você será forçado a experimentar coisas novas para atender às metas, que serão agressivas. E você não poderá desistir só porque algo não deu certo da primeira vez que tentou.

Por isso o conceito de resiliência ganhou tanta força nos últimos anos. Resiliência é a capacidade que a pessoa possui de superar e de se recuperar das adversidades.

Quem tem resiliência consegue responder, de forma mais consistente, aos desafios e dificuldades, reagindo com flexibilidade e se adaptando a uma nova realidade, mesmo que essa não seja nada do que você esperava.



Sem a resiliência, as dúvidas dão lugar ao pessimismo e tudo é motivo para achar que as coisas vão dar errado, que o negócio não vai para frente, que os clientes não vão aparecer, que o seu produto ou serviço não vai vender.

Desenvolver a resiliência é fundamental para você extrair o aprendizado dos seus erros, tornando-se melhor e mais forte.

Sair da sua zona de conforto permite que você se conheça melhor e tome consciência das suas fraquezas. A partir daí, você tem que corrigi-las rápido para assimilar o aprendizado e seguir em frente.

Você vai descobrir que é mais capaz e que consegue produzir mais do que imagina.

Junto com a resiliência a inteligência emocional é outro ponto fundamental na Nova Economia. Você precisará fazer sua gestão emocional, aprendendo a administrar as emoções a seu favor. As boas e as ruins.

Porque muitas vezes o jogo é ganho não pelo mais habilidoso, mas por aquele que tem mais inteligência emocional para resistir à pressão.

Uma coisa é certa: os acomodados não terão chance na Nova Economia.

7º Princípio: Foco e Obsessão



Todos os dias milhares de pessoas têm ótimas ideias. O que vai determinar se elas terão sucesso será o que farão depois. Porque não basta ter uma boa ideia e não colocá-la em prática.

O maior motor da mudança na Nova Economia é a velocidade com que a inovação e o compartilhamento das novas informações acontecem a todo momento.

Esse fenômeno também traz um problema atrelado, que é o excesso de informação a que somos submetidos diariamente. Na verdade, é um problema de foco.

Quando você tem uma ótima ideia, para colocá-la em prática precisará de foco e determinação para separar o importante do supérfluo nesse mar de informações.

Mas, como fazer isso? Aqui, entra em cena, novamente, o propósito.

Definir o seu propósito permitirá melhorar seu processo de decisão, tornando-o mais assertivo. Sempre que tiver na dúvida de qual caminho seguir, qual oportunidade agarrar, qual informação consumir, pergunte-se:

Isso está alinhado com meu propósito? Vai me deixar mais perto ou mais longe do meu objetivo?

Serão milhares de distrações, mas essas perguntas vão nortear suas ações.

O foco vai trazer consistência para sua vida. Consistência significa fazer o que é preciso todos os dias. Descobrir o que deu certo, descartar o que deu errado e repetir o processo no dia seguinte.

Foco e consistência farão você avançar no jogo da Nova Economia.

Conclusão



Vivemos em um período de transição. Até pouco tempo, predominava a economia de escala, linear, na qual o dono do capital comandava a forma de fazer negócios.

Nos últimos anos esse formato mudou. As novas tecnologias permitiram um empoderamento dos consumidores, fazendo com que eles passassem a ditar as regras.

Começa então a surgir uma nova relação entre as empresas e o cliente, onde elas precisam atender o consumidor onde, como e quando ele quiser.

Nessa Nova Economia, quem quiser sobreviver terá que se adaptar à nova realidade. Ou vai desaparecer.

Novas empresas, cargos e profissionais estão surgindo nessa nova economia na mesma velocidade em que outros cargos, profissionais e empresas estão sumindo.

Nós estamos passando por uma transformação com muitas ameaças, mas também com muitas oportunidades.

Na Nova Economia a inovação precisa fazer parte da empresa e do profissional. Eles precisam ter a certeza de que o novo sempre vem e, a partir daí, adotar uma postura de buscar o risco, valorizar o erro, de entender como as coisas funcionam e achar o seu diferencial competitivo. Sem zona de conforto.

As empresas e os profissionais que conseguirem assimilar esta mudança de mindset e transportá-la para o seu dia a dia, não só conseguirão sobreviver, como poderão crescer exponencialmente.

Como você deve ter percebido, a vida na Nova Economia não é fácil. Existem muitos riscos, mas também muitas oportunidades e enormes recompensas, em forma de crescimento e realização.

Seja bem vindo à Nova Economia!

7

Princípios para
sua Empresa Evoluir
Exponencialmente