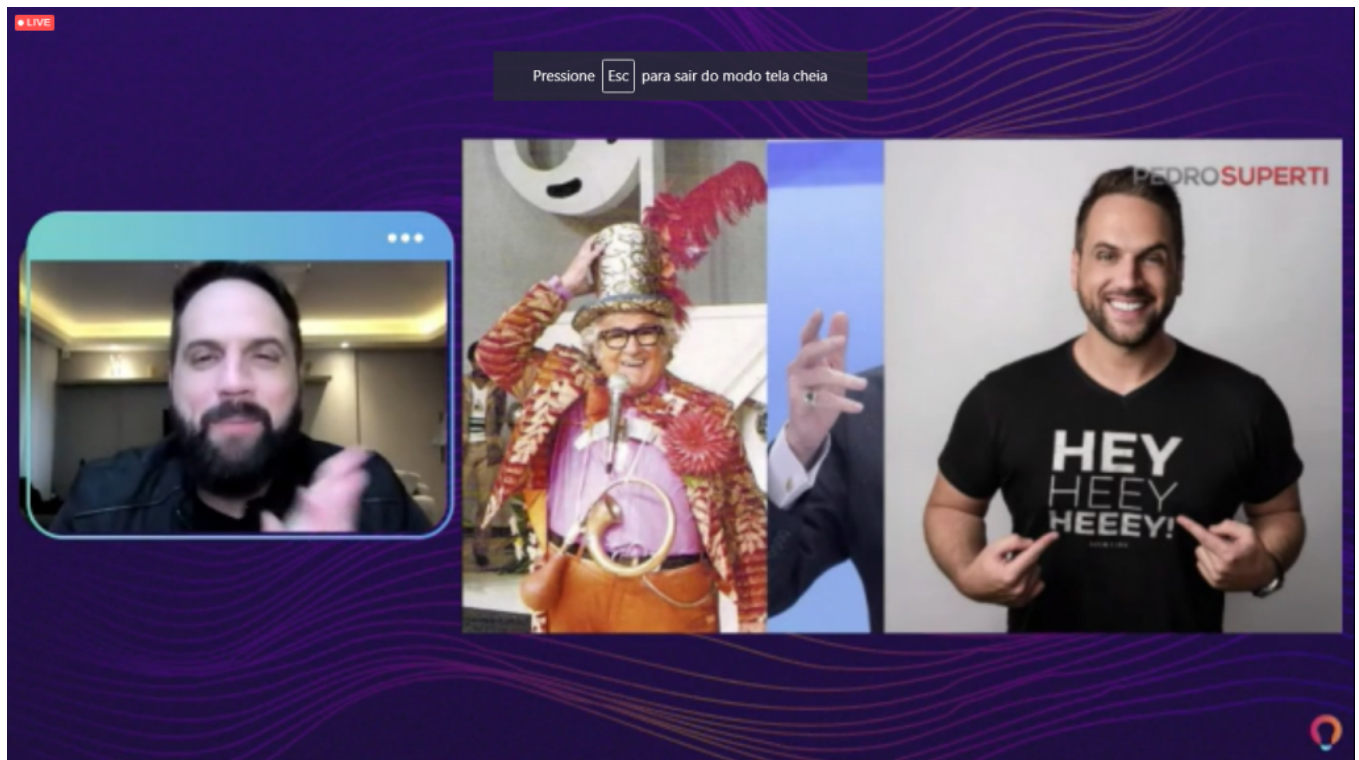


Por **Alexandre Sammogini**



As apresentações dos talks 2 e 3 do primeiro dia do 1º Encontro Nacional de Inovação e Criação de Valor reuniram dois expoentes do marketing e da inovação digital. Pedro Superti, CEO do Fator X abordou o tema “A Era da Autenticidade e dos Movimentos” com um olhar sobre o marketing voltado para os novos tempos. Por sua vez, Luiz Parzianello, CEO da Surya, falou sobre “O Desafio de Inovar sua Entidade na Era da Economia Digital”, com ênfase sobre a importância do papel da liderança.

Em sua apresentação, Superti mostrou como os antigos “guardiões da mídia”, como Faustão, Gugu Liberato, e outros, constituíam um caminho necessário para o lançamento ou fortalecimento de uma marca. Para se lançar um produto mais abrangente, tinha de passar por algum desses programas de televisão. Com o crescimento e disseminação das redes sociais, essa realidade mudou bastante.

“Os grandes guardiões da mídia estão saindo de cena para dar espaço para as redes sociais, onde o conteúdo é produzido pelos próprios usuários”, disse o especialista em marketing. Aplicativos como o Instagram, TikTok e outros permitem a produção e compartilhamento de conteúdos em vídeo para um público bastante amplo. Esse cenário permite que qualquer pessoa possa se tornar um influenciador digital (influencer).

“Talvez você já seja um influencer e não saiba. A internet é uma caixa de ressonância onde todos têm voz, mas poucos têm mensagem. O problema é que muitas vezes não há clareza no que se fala. E a tendência é apenas ficar repetindo o que outros falam e fazem”, disse Superti. Ele citou como exemplos de influencers com grande abrangência o YouTuber Whindersson Nunes, como um dos mais conhecidos. Mas também se referiu a outros menos conhecidos, como por exemplo, a “Vovó Sueli”, que é conhecida por dar dicas de moda para o público acima de 70 anos de idade.

Ele explicou que a commodity mais valiosa do século 21 é a atenção. E isso se alcança com autenticidade. “É preciso ser o Faustão do meu mercado, criar conteúdo e fazer com que parem para te ouvir. A única saída é ser diferente, trazer algo novo que ninguém está fazendo”, comentou.

## Legismap Roncarati

Inovação e Criação de Valor: Pedro Superti e Luiz Parzianello abordam importância da autenticidade da marca e do papel da liderança

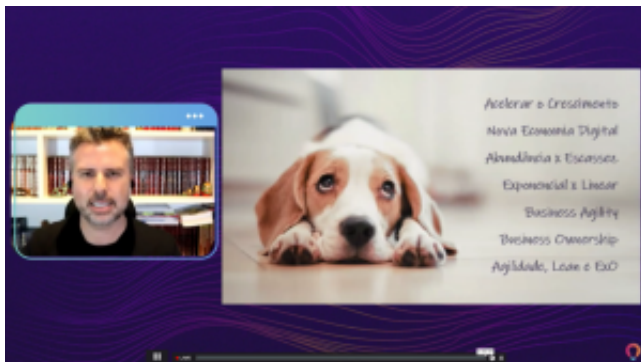
O especialista em marketing explicou também que a propaganda tradicional está cada vez menos eficiente. Não adianta apenas falar de valores e de produtos, mas é preciso mostrar coerência com o que se está oferecendo. “Hoje o público é cada vez mais crítico. Para convencê-los, precisamos ser o que falamos, senão o público descobre. Precisamos mostrar no dia a dia os valores que vivemos”, disse.

E deu como exemplo: “se minha marca valoriza a família, tenho de mostrar o que minha marca está fazendo na prática para as famílias, como estou vivendo os valores que prego”. Por isso, reforçou que o valor mais importante é a autenticidade. “A qualidade mais importante é a capacidade de ser fiel ao qual o autor imaginou”, defendeu.

O especialista em marketing analisou a importância de se construir uma marca forte e desejada como diferencial das organizações. Uma boa marca deve ter três características básicas: fácil de escrever, fácil de lembrar e causa sentimento bom. Ele recomendou também que a comunicação da marca não pode ser baseada apenas na qualidade técnica.

A qualidade é uma obrigação de qualquer empresa ou produto, mas isso não faz com que a marca se torne objeto de desejo. Disse também que as marcas não devem abarcar todos os públicos, ou seja, deve ser direcionada para determinados segmentos de clientes. E dependendo da imagem construída, acaba atraindo um público específico.

Ele defendeu ainda a criação de uma metodologia inovadora e deu como exemplo o adestrador de cães, Cesar Millan. Explicou que o profissional criou um método único que não maltrata os animais. Ele treina os donos dos animais e mostra como a mudança de atitude do dono, reflete na mudança de comportamento do pet.



**Papel da liderança - Luiz Parzianello** lembrou no início de sua apresentação do trabalho que vem realizando junto à Quanta Previdência. As primeiras conversas começaram há três anos e há dois anos, houve aprofundamento no trabalho de consultoria.

Como ponto de partida, ele reforçou a ideia que, com as mudanças aceleradas do mundo de hoje, não dá pra continuar fazendo igual e esperar os mesmos resultados. “É necessário inovar. Temos o desafio de acelerar o crescimento”, disse. Ele apresentou a tese que as mudanças são aceleradas, mas as oportunidades também são abundantes.

O especialista explicou que geralmente o principal gargalo para a mudança é a atuação da liderança. “Os líderes precisam mudar rapidamente. Precisamos de um líder de negócios, um líder transformador, que busca vantagem competitiva para a empresa”, comentou Parzianello. E mostrou também que o contexto da economia digital é extremamente volátil, com uma taxa de aceleração que é exponencial. O problema é que o ritmo de aprendizado dos líderes é muito devagar e costuma não acompanhar as necessidades de mudanças.

Parzianello alertou que a mudança digital não significa simplesmente investir em informatização. “Estamos falando de disrupção, de desmonetização, por exemplo, os bancos digitais estão trabalhando com a desmaterialização”, explicou. E defendeu uma visão de gestão integrada de pessoas, processos, negócios, produtos e cultura.

## Legismap Roncarati

Inovação e Criação de Valor: Pedro Superti e Luiz Parzianello abordam importância da autenticidade da marca e do papel da liderança

---

E questionou: “quem tem cacife para mudar?”. Apenas os verdadeiros líderes podem coordenar a mudança, com um estilo de liderança com clareza na gestão e agilidade para as mudanças. É preciso um mindset ágil e digital. “A grande dificuldade é encontrar os líderes inovadores”, comentou.

E não se trata apenas de baixar ordens e esperar que sejam cumpridas. No contexto de trabalho com equipes colaborativas e auto organizativas, a agilidade tem a ver com o desenvolvimento de negócios, de novos produtos e do trabalho em escala. “Não é dando ordens que irá mudar”, defendeu. É preciso acelerar, mas com consciência.

Parzianello apresentou o papel da liderança evolucionária, que acredita ser o mais adequado para o momento atual. “É um catalisador da mudança, ele precisa ser visionário para garantir a mudança e os resultados”, disse. É necessário que se coloque no papel mas que também o plano seja executado.

O 1º Encontro Nacional de Inovação e Criação de Valor é uma realização da Abrapp, com apoio institucional da UniAbrapp, Sindapp, ICSS e Conecta e continua nesta quinta-feira (26/08) e sexta-feira (27/08) – veja a [programação completa](#). Patrocínio ouro: AWS, MAG e Sinqia. Patrocínio prata: CMC Corp. Patrocínio bronze: Mestra Informática.

**Fonte:** [Abrapp em Foco](#), em 26.08.2021.