



Geral

Empresas &
Negócios

www.netjen.com.br

OPINIÃO

Como expandir os negócios do mundo físico para o online

José Carlos Vianna (*)

Todo início de ano é cheio de promessas e sonhos e iniciar ou expandir o próprio negócio é algo que está sempre no topo da lista de milhares de brasileiros

Obviamente, a internet é um campo muito fértil para isso, dado o seu grande poder de alcance e constante crescimento. O comércio eletrônico, por exemplo, cresceu cerca de 15% em 2018 e atingiu faturamento de aproximadamente R\$ 69 bilhões, segundo pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm).

Mas, muita gente não sabe como começar e qual direção tomar, seja quem já tem um negócio no mundo físico e quer expandir ou ainda quem vai começar do zero.

Uma pesquisa feita pelo Sebrae em 2018 apontou os segmentos mais promissores do momento: alimentos e bebidas; vestuário e calçados; saúde, como atividades de condicionamento físico, por exemplo; educação infantil e de esportes; serviços de beleza, construção e manutenção doméstica; transporte; entregas; comunicação multimídia; vendas; tecnologia; informática e entretenimento. A variedade de setores para a atuação permite que você escolha algo que se identifique e que tenha mais facilidade para iniciar o seu negócio. Mas, como?

O uso das redes sociais é poderosíssimo para divulgar os seus serviços e estabelecer um bom relacionamento com o seu público. Cada vez mais, os consumidores desejam receber um atendimento personalizado e diferenciais na hora de comprar ou contratar um serviço. Se você produz e vende alimentos congelados na sua vizinhança ou oferece serviços na área da beleza, talvez seja a hora de usar o poder das mídias para divulgar mais o seu negócio e conquistar novos clientes.

Há quem utilize as redes sociais para comercializar produtos e serviços e isso tem sido uma boa saída para quem quer começar e ainda não tem a estrutura adequada. Outra opção é utilizar aplicativos consolidados no mercado para aumentar o alcance das vendas e oferta de serviços. Aplicativos de pedidos online, por

exemplo, podem alavancar o seu negócio, além de oferecerem melhor estrutura no ambiente online.

Os marketplaces, que são pequenas lojas online integradas aos players de mercado, também têm sido uma grande tendência e uma poderosa fonte para obter ou aumentar os ganhos. Existem soluções que, inclusive, separam automaticamente os percentuais de venda para cada agente envolvido na transação, o que facilita imensamente a administração do negócio. As possibilidades são inúmeras. Para não errar, fique atento a três pontos fundamentais para comercializar produtos e serviços pela internet: segurança, opções de pagamento e entrega.

Parece óbvio, mas há quem negligencie isso e coloque a perder tudo o que foi trabalhado e conquistado. Se o consumidor não sentir que seu negócio garante segurança adequada de seus dados, oferece o meio de pagamento que ele dispõe ou ainda que não assegura a entrega no prazo estipulado, ele vai preferir comprar em outra loja, mesmo que o produto esteja mais caro no concorrente. Afinal, ninguém abre mão de conforto e tranquilidade para adquirir um produto e serviço. Pode parecer cruel, mas é a realidade do mercado.

Por isso, procure oferecer a maior quantidade possível de opções de pagamento e contrate empresas que garantam total segurança nas transações, com certificados internacionais e ambiente robusto, que também assegure que a sua loja estará sempre disponível para o acesso do cliente. Lentidão na rede também não tem vez!

Por fim, mantenha sempre o estoque organizado e atualizado para não correr o risco de vender um produto esgotado.

Se você trabalha com prestação de serviços, o mesmo vale para o agendamento das atividades. Hoje em dia, há inúmeras oportunidades de empreender ou aumentar o negócio, mesmo investindo pouco. O diferencial é ter criatividade, perseverança e a missão de que um atendimento de qualidade, que atenda todas as necessidades do cliente, é o item fundamental para o sucesso.

(*) - Bacharel em Economia pela Universidade Paulista, pós-graduado em Finanças pelo Ibmec e mestre em Administração de Negócios pela Fundação Dom Cabral, é diretor geral da Braspag (www.braspag.com.br).

Tamanho exagerado de porções em restaurantes contribui para obesidade

O tamanho das porções de comida servidas em restaurantes populares contribui para o aumento da obesidade

A conclusão é de um estudo que pesou e mediu o valor calórico de uma refeição completa, em cinco países: Brasil, China, Finlândia, Gana e Índia. Excetuando a refeição chinesa, o volume calórico por prato feito (PF), como se diz no Brasil, chega a ser, em média, 33% maior do que a de um lanche de fast food (comida rápida). O consumo das porções servidas em restaurantes populares fornece entre 70% e 120% das necessidades calóricas diárias para uma mulher sedentária, cerca de 2 mil quilocalorias (kcal).

“Os profissionais da área da saúde que lidam com pessoas obesas estão muito preocupados em orientar a população para não comer fast food, mas, na hora que vai ver a refeição completa, ela também está exagerada”, afirma a pesquisadora brasileira Vivian Suen, do Departamento de Clínica Médica da Faculdade de Medicina de Ribeirão Preto da USP. Na média, os fast foods oferecem refeições com 809 calorias, enquanto as servidas à la carte (que constam do cardápio), 1.317 kcal.

Além da quantidade de comida oferecida pelos restaurantes em uma única refeição, também foram percebidos preparos que fazem aumentar o ganho calórico. Vivian cita como exemplo o arroz, que comumente está brilhante, indicando cozimento com excesso de óleo. “Precisa prestar atenção nesse prato feito, que é uma refeição completa, mas que não está sendo saudável”, alertou. Os dados mostram que 94% os pratos à la carte e 72% dos servidos em fast foods continham mais de 600 kcal, mais que o consumo energético por refeição recomendado pelo Sistema de Saúde Pública da Inglaterra (NHS).

O estudo mediu as calorias de 223 amostras de pratos populares e de 111 refeições escolhidas aleatoriamente à la carte e



Embora alto, o valor calórico das refeições em fast foods foi inferior ao de de pratos feitos.

de fast foods de restaurantes de Ribeirão Preto, Pequim, Kuopio (Finlândia), Acra (Gana) e Bangalore (Índia). Eram considerados restaurantes que ficam a um raio 25 km de cada centros de pesquisa. O tradicional PF brasileiro, com arroz, feijão, frango, mandioca, salada e pão, tem 841 gramas e 1.656 kcal. O clássico ganês fufu, com carne de bode e sopa, tem 1.105 gramas e 1.151 kcal. O típico prato indiano biryani de carneiro tem 1.012 gramas e 1.463 kcal.

A obesidade é considerada uma epidemia global pela OMS. Estima-se que 1,9 bilhão de adultos tenham sobrepeso, dos quais 600 milhões estão obesos. A pesquisadora explica que as porções exageradas têm efeito no chamado mecanismo compensatório. “São pessoas que não conseguem compensar numa refeição seguinte o que ela comeu antes. O organismo do obeso desenvolve defesas contra perda de peso”. Segundo Vivian, a pessoa obesa perderia a percepção para regular a quantidade de comida necessária para a refeição subsequente.

Vivian diz que o melhor é prevenir o ganho de peso. “Se você vai a um desses restaurantes em que a porção é excessiva, divida. Não coma tudo. E tente, dentro daquilo que existe disponível, escolher as opções mais saudáveis. Depois que a pessoa ganha peso é muito difícil perder”, recomenda a pesquisadora, que aconselha ainda mudanças no ato de comer, como mastigar devagar e dar mordidas menores na comida.



Se a porção de comida é excessiva, a recomendação é não comer tudo, dividir.

Julho Amarelo: lei institui mês de combate a hepatites virais

Lei sancionada pelo presidente Jair Bolsonaro, e publicada sexta-feira (11) no Diário Oficial da União, institui o Julho Amarelo para combate às hepatites virais. De acordo com o texto, a campanha deve ser realizada todos os anos, em todo o território nacional. Grave problema de saúde pública no Brasil e no mundo, a hepatite é uma inflamação do fígado. Pode ser causada por vírus ou pelo uso de remédios, álcool e outras drogas, assim

como por doenças autoimunes, metabólicas e genéticas.

O Ministério da Saúde alerta que as hepatites virais são doenças silenciosas, que nem sempre apresentam sintomas. Quando estes aparecem, podem ser cansaço, febre, mal-estar, tontura, enjojo, vômitos, dor abdominal, pele e olhos amarelados, urina escura e fezes claras. No Brasil, as hepatites virais mais comuns são as causadas pelos vírus A, B e C.

Existem ainda os vírus D e E, sendo que o último é mais frequente na África e na Ásia. Milhões de pessoas no Brasil, segundo a pasta, são portadoras do vírus B ou C e não sabem. “Elas correm o risco de as doenças evoluírem (tornarem-se crônicas) e causarem danos mais graves ao fígado, como cirrose e câncer. Por isso, é importante ir ao médico regularmente e fazer os exames de rotina que detectam a hepatite”, destaca o ministério (ABR).

Ciência e Tecnologia

ricardosouza@netjen.com.br



News @TI

Setor financeiro ganha terminal de comunicação de última geração

@Líder no desenvolvimento de soluções de tecnologia IP para centros de decisão e localizada no Parque Tecnológico UFRJ, a plataforma Neopath possibilita uma comunicação ágil, interface simples e objetiva, facilitando a administração e gerenciamento de gravações e auditorias de registros. Possui arquitetura eficiente e recursos avançados para chamadas simultâneas, criação e gerenciamento de conferências, gravação e reprodução de chamadas. A solução, também ofertada na modalidade de contratação como serviço, beneficia os clientes, que não precisam arcar com altos investimentos de uma só vez. O mercado financeiro é impulsionado no seu dia a dia por tecnologias que estão em constante mudança. No atual contexto de dinamismo e de olho no mercado internacional, a solução NeoPath foi desenvolvida no Brasil com tecnologia de última geração para atender as necessidades de comunicação para centros de decisão, tais como mesas de operações financeiras, despacho de energia, centros de operação e salas de comando e controle, com um sistema robusto, resiliente e facilmente escalável em ambientes que exigem evolução constante. O CEO da Neopath, João Freire Ribeiro afirma que “disponibilizamos uma infraestrutura tecnológica capaz de atender a exigentes requisitos de compliance, cumprindo missão crítica em ambiente de tomada de decisão, oferecendo serviços de gerenciamento, monitoramento, segurança e alta disponibilidade”.

Economia compartilhada: como o seu negócio pode se beneficiar dela?

Consultor empresarial destaca prós e contras de negócios que surgiram na crise de 2008, deram empoderamento ao consumidor e estão mudando o formato de consumo em todo o mundo

Ela está presente na forma como nos locomovemos, ouvimos músicas e nos alimentamos. A economia compartilhada, conceito que surgiu em 2008 e hoje está presente em todo o mundo, trouxe novos formatos à economia global. De acordo com o consultor empresarial Roberto Vilela, esse novo formato não só deu mais autonomia e empoderamento ao consumidor, como também forçou empresas de diversos segmentos a repensarem seus produtos e serviços.

“O crescimento exponencial de coworkings e de negócios como o Uber são exemplos claros de economia compartilhada. Trata-se daqueles negócios em que as empresas dividem recursos – que vão desde investimentos até habilidades

e tempo – e em que há um foco no benefício do produto e não nele próprio. Esse modelo é, muitas vezes, disruptivo e traz novas oportunidades tanto para empreendedores como consumidores”, destaca.

Segundo a consultoria PwC, a economia compartilhada movimentará, até 2025, 335 bilhões de dólares em todo o mundo — 20 vezes mais em relação a 2014. Para Roberto Vilela, essa perspectiva deve ser levada em consideração no planejamento empresarial. Ele destaca fatores positivos e negativos na hora de se investir em economia compartilhada:

- Repensar o modelo de gestão é desafiador
- Segundo o consultor, o grande desafio de quem quer implantar conceitos de economia compartilhada é a resistência a um novo modelo de produção. “Nem sempre gestores e equipes estão preparados, dispostos ou mesmo confiantes. Por isso é importante estudar profundamente um modelo de transformação que gere impactos positivos em longo prazo e que em um primeiro momento não cause um choque na cultura empresarial”, sustenta. Roberto aconselha, por exemplo, a busca de parcerias estratégicas em

áreas tradicionais, como a comercial.

- Englobe mais do que o óbvio
- Uma das bases da economia compartilhada é tirar o foco da quantidade e se voltar à qualidade de um produto ou serviço. “Independentemente de um setor de atuação, significa entregar uma experiência completa ao se cliente. Vale pensar em parceria com empresas e oferecer, além da compra do seu produto, a entrega, a personalização, troca facilitada. Uma padaria que ofereça assinatoria mensal para entrega diária de pães na casa do cliente é um exemplo de união entre produto e serviço”, comenta.
- Foco no consumidor, sempre

Pode parecer clichê, mas de acordo com Roberto Vilela, muitas empresas ainda esquecem que o consumidor é que precisa ser a razão do seu negócio. “De empoderamento ao seu cliente. Ouça o que ele tem a dizer, argumente se achar necessário, mas tenha em mente que é a experiência de compra que fará ele voltar. Você pode atuar em um coworking, pela internet ou ter uma grande loja: se não tratar cada consumidor como único tem grande chance de ser substituído por uma startup com essa visão”, finaliza.

<p>Empresas & Negócios</p> <p>José Hamilton Mancuso (1936/2017)</p>	<p>Diretora Comercial: Lilian Mancuso (lilian@netjen.com.br)</p>
<p>Editorias</p> <p><i>Economia/Política:</i> J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); <i>Ciência/Tecnologia:</i> Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); <i>Livros:</i> Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br); <i>TV:</i> Tony Auad (central-noticia@bol.com.br).</p> <p>Colaboradores: Cícero Augusto, Eduardo Shinyashiki, Geraldo Nunes,</p>	<p>Jornal Empresas & Negócios Ltda</p> <p>Administração, Publicidade e Redação: Rua Vergueiro, 2949 - 12º andar - cjs. 121 e 122 - Vila Mariana - Cep: 04101-300. Tel. 3043-4171 / 3106-4171 - E-mail: (netjen@netjen.com.br) - Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90 - JUCESP, Nire: 35218211731 (6/6/2003) - Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.</p>
<p>Heródoto Barbeiro, J. B. Oliveira, Leslie Amendolara, Mario Enzo Belio Junior.</p>	<p>Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.</p> <p>ISSN 2595-8410</p>
<p>RIO DE JANEIRO: J.C. REPRESENTAÇÕES E PUBLICIDADES EIRELI Av. Rio Branco, 173 / 602 e 603 - Centro - Rio de Janeiro - CEP 20040-007 Tel. (21) 2262-7469 - CNPJ 30.868.129/0001-87</p>	