

# Juntas Comerciais passam a usar certificado digital em nuvem

O NeoID, certificado digital em nuvem do Serpro, já pode ser utilizado nas Juntas Comerciais de 12 estados do país

O processo de abertura, alteração e baixa de empresas nos estados de Alagoas, Amapá, Paraíba, Rio Grande do Norte, Paraná, Maranhão, Rondônia, Tocantins, Piauí, Sergipe, Goiás e Espírito Santo ficou mais prático, ágil e seguro para os usuários do NeoID.

O NeoID foi incorporado ao Sistema Gerenciador da RedeSim (SIGFacil) das Juntas Comerciais, uma solução web que faz a integração entre o Cadastro Sincronizado Nacional (CADSINC) e os diversos órgãos estaduais e municipais envolvidos no processo de abertura, alteração e baixa de empresas. Segundo o gestor do NeoID no Serpro, Thiago Piculo, "a integração amplia as possibilidades de uso do NeoID. Os usuários do SIGFacil passam a ter a opção de assinar documentos digitalmente pelo smartphone, tablet e computador, algo que antes era impossível", informou Piculo.

Essa tecnologia de certificação em nuvem pode ser



armazenada em smartphones, sem a necessidade de token ou arquivo digital. É possível utilizar um único NeoID em múltiplos dispositivos móveis. A solução garante mais segurança com dupla checagem de acesso através dos smartphone ou tablets. Os benefícios para quem possui o certificado digital em nuvem são muitos: possibilidade de visualizar o histórico completo de uso, permitindo rastrear todos os acessos feitos com o certificado; tem validade de três anos e oferece validação por videoconferência.

Na prática, assinar documentos no SIGFacil com

NeoID é muito simples. No ambiente de acesso restrito, quando um solicitante abre processo e anexa os documentos, basta clicar em assinar, durante o processo de assinatura eletrônica do sistema, direto pelo smartphone ou tablet.

O NeoID pode ser utilizado em sites e sistemas que suportem certificado em nuvem pelo smartphone ou tablet. Para usar no computador, é preciso instalar o NeoID Desktop e realizar o pareamento com app NeoID. Alguns exemplos de onde usar o NeoID: Emissão de notas fiscais; e-Social; Receita Federal em seus

diversos sistemas (e-CAC, IRPF); Portal e-CAC https://cav.receita.fazenda.gov.br/autenticacao/login; Serviços do Governo Federal: sites integrados ao https://gov.br; INSS https://www.inss.gov.br/servicos-do-inss/meu-inss/; 12 Juntas comerciais que usam o SIGFacil (Sistema Gerenciador da REDESIM).

Para assinar documentos digitais (PDF) com NeoID em seu computador, use o Assinador Serpro, disponibilizado gratuitamente. Para o correto funcionamento do Assinador Serpro com NeoID é necessário ter o NeoID Desktop instalado em seu computador e pareado com o app NeoID.

Alguns exemplos de uso: assinar documentos digitais gratuitamente; assinar contratos, procurações e declarações, mantendo a validade jurídica (AI/Serpro).

Confira o tutorial online do Assinador Serpro em: (https://www.frameworkdemoiselle.gov.br/v3/signer/tutorial/html/).

# O futuro do varejo passa a ser digital

Elizeu Barroso Alves (\*)

O varejo já estava em plena transição para o mundo digital e com a Covid-19 essa passagem foi antecipada a uma velocidade nunca antes vista. Com o fechamento do comércio em diversas cidades, o varejo digital tem se tornado uma nova forma de empreender, e veio para ficar.

Segundo a pesquisa realizada pela ACI Worldwide, houve no mês de junho, um aumento contínuo (117%) nas vendas de artigos para uso ao ar livre, calçados e artigos esportivos.

Isso tudo para ficarmos em casa, fazer nossas atividades em casa. Nosso lar passa a ser o principal espaço de lazer, entretenimento, trabalho, etc. Porém, empreender no mundo digital não é apenas ter 'uma loja online', ou pior, transportar todos os conceitos do físico para o mundo digital de forma ipso litteris. Com certeza uma estratégia assim está fadada ao insucesso.

A chave é entender que cada celular é um ponto de venda, cada usuário um cliente em potencial, assim, as empresas que não nasceram digitais e precisam fazer essa transição devem traçar novas estratégias, com olho



O varejo digital tem se tornando uma nova forma de empreender, e veio para ficar.

nesso novo consumidor. Por exemplo, precisamos entender o comportamento do consumidor na Era Digital, e o quanto ele anseia pelos mais diversos produtos que podem ser ofertados por meio de estratégias Omni, com a facilidade de adquirir o produto em um local e o retirar em outro.

Para isso, é necessário o uso de estratégias de Marketing Digital, por meio de ferramentas que possam criar sites de alta performance.

O relacionamento digital possibilita conhecer mais de perto o cliente, por meio de suas interações com a empresa e em suas redes sociais, assim, é possível customizar ofertas aos clientes, e encantá-los! É necessário criar a experiência digital. Conceitos como Internet

das Coisas - IOT, BI - Business Intelligence, Big Data, E-Business e E-Commerce e Processos de Design Thinking devem estar na ponta da língua dos empreendedores, e não só isso, tecnologias como as de Inteligência Artificial - IA vão a cada dia mudar a cara dos negócios.

Assim, no mundo digital, o varejo torna-se um lugar de destaque. Aos empreendedores digitais deve-se desenvolver a capacidade de alinhar a gestão comercial de forma estratégica em consonância com o comportamento do consumidor e as dinâmicas de relacionamento e comunicação.

(\*) - É coordenador dos cursos de Gestão Comercial e Varejo Digital do Centro Universitário Internacional Uninter

## Inflação pelo IPC-S ficou em 0,49% em julho

O Índice de Preços ao Consumidor Semanal (IPC-S) registrou inflação de 0,49% em julho em todo o país. A taxa é superior ao 0,36% de junho, segundo dados divulgados hoje (3) pela Fundação Getulio Vargas (FGV). Com isso, o IPC-S acumula inflação de 1,04% no ano e de 2,40% em 12 meses.

Os maiores índices de inflação ficaram com transportes (1,22%), habitação (0,79%) e saúde e cuidados pessoais (0,58%). Outros grupos com aumento de preços foram comunicação (0,54%), despesas diversas (0,22%) e alimentação (0,13%).

Ao mesmo tempo, dois grupos tiveram deflação (queda de preços) em julho: educação, leitura e recreação (-0,60%) e vestuário (-0,45%). O IPC-S é calculado com base em preços coletados em sete capitais: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília, Recife, Salvador e Porto Alegre (ABR).

## As lojas virtuais e as novas opções de pagamento para os clientes

Ralf Germer (\*)

O e-commerce brasileiro faturou 56,8% a mais nos primeiros cinco meses de 2020 em relação ao mesmo período do ano passado

É o que informa a pesquisa realizada pelo Movimento Compre&Confie, empresa de segurança digital para compras na internet, em parceria com a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm). Isso vem ao encontro do que já prevíamos: a quarentena e o isolamento social como decorrência da Covid-19 mudaram os hábitos de consumo e aceleraram o crescimento das lojas virtuais no país.

Paraseter uma ideia, desde o início da pandemia, mais de 135 mil lojas aderiram às vendas online para continuar no mercado e fazer o negócio ter alguma movimentação e renda. Apesar de todas as incertezas sobre o ritmo da recuperação da economia e dos impactos do novo coronavírus, garantido: instituições restritas ao ambiente físico estão em uma situação de desvantagem e precisam correr pela presença no digital.

Mas não é só isso: as lojas virtu-

ais devem estar preparadas para atender com eficiência todos os seus consumidores. O varejo está passando por uma grande transformação e os comerciantes precisam olhar com cuidado para o checkout das plataformas. Oferecer diversas opções de pagamento no momento final da compra e trazer inovações para o comércio eletrônico é a chave para conquistar e fidelizar clientes, ainda mais em um mercado cada vez mais competitivo.

Melhorar a experiência dos usuários e permitir que eles realizem compras no canal que desejarem, com a forma de pagamento que quiserem ou tiverem acesso, faz toda a diferença. Além dos métodos de pagamento tradicionais, como dinheiro físico, cartão de crédito e débito, cheques e boletos, alternativas como carteiras digitais, links de pagamentos, pagamentos por aproximação, QR Code e os pagamentos instantâneos, que ainda estão sendo desenvolvidos pelo Banco Central do Brasil (Bacen), vêm ganhando espaço.

Quem tem uma loja online precisa acompanhar de perto as tendências

do mercado: quanto mais opções de pagamento o cliente tiver disponível, maiores são as chances de retornar para uma nova compra.

Os novos métodos de pagamento dependem apenas de um dispositivo móvel, como os smartphones. Não à toa, o Brasil é o quarto país do mundo que mais movimenta dinheiro em transações feitas com o celular, segundo um relatório da empresa britânica Buyshares com base em informações da consultoria Statista.

Já considerando a pandemia e que pagamentos mobile são realizados sem a necessidade de toque direto nos objetos de pagamentos,

US\$ 22,3 bilhões devem ser transacionados no país até o final de 2020. Ficamos atrás do Reino Unido (US\$ 45,8 bilhões), Estados

Unidos (US\$ 357,5 bilhões) e China (US\$ 755,5 bilhões). Nesse jogo todo mundo sai ganhando: para os lojistas, esses meios de pagamento são interessantes, pois permitem operações mais ágeis.

Já os consumidores têm mais conveniência, segurança e praticidade na hora de realizar uma compra, seja ela no mundo virtual ou físico. Quanto antes você conseguir fazer com que o seu e-commerce se destaque dos demais, mais cedo você colherá os frutos de tanta inovação.

Afinal, a crise vai passar e ninguém vai conseguir fugir do novo normal.

(\*) - É CEO e cofundador da PagBrasil, fintech brasileira líder no processamento de pagamentos para e-commerce ao redor do mundo.

# Fake news e a segurança das informações nas redes sociais

Flavio Silva (\*)

Quando o termo "fake news" aparece, as pessoas logo costumam associar o termo a postagens nas mídias sociais

Embora as postagens compartilhadas nas redes sociais sejam o seu aspecto mais visível, há muito mais notícias falsas por aí do que títulos de notícias exagerados nos feeds. As fake news podem parecer relativamente novas, mas na realidade a única novidade é a sua plataforma. A disseminação de informações não verificadas existe há séculos, e a internet é apenas o meio de comunicação mais recente a ser utilizado para espalhar mentiras e desinformação.

Uso como exemplo, o triângulo do fogo, que representa os três elementos que um fogo precisa queimar: oxigênio, calor e combustível. Da mesma forma, as notícias falsas demandam três itens diferentes para ter sucesso. Eles representam coletivamente o Triângulo das Notícias Falsas, composto por: mídias sociais, motivação e ferramentas. Sem nenhum desses fatores, ele não consegue se espalhar e atingir seu público-alvo. Um recente estudo da Trend Micro entrou a fundo nesse universo.

As ferramentas e serviços servem para manipular e espalhar a mensagem pelas diferentes redes sociais - muitas das quais são vendidas em várias comunidades online de todo o mundo. Uma grande variedade de ferramentas e serviços estão disponíveis. Algumas são relativamente simples (curtidas/seguidores pagos), enquanto outras são mais incomuns. Alguns serviços prometem encher pesquisas online, enquanto outros forçam os proprietários de sites a publicar histórias.

De qualquer forma, as ferramentas e serviços para promoção de mídia social estão prontamente disponíveis, dentro e fora do mercado conhecido como underground. Obviamente, para que essas ferramentas sejam úteis, as redes sociais precisam existir como plataforma para a divulgação de propaganda. Como as pessoas passam mais tempo nesses sites como uma maneira de obter as últimas notícias e informações, sua importância na divulgação de notícias falsas não pode ser subestimada.

No entanto, existe uma diferença entre simplesmente postar informação e realmente transformá-la em algo que o público-alvo consome. Finalmente, a campanha de propaganda sempre vem com a pergunta:

por que? Discutimos com frequência as motivações por trás das fake news. Às vezes, é simplesmente um desejo de ganho monetário via publicidade. Em outros casos, os objetivos podem variar desde motivações políticas ou até mesmo criminosas. Independentemente do motivo, o sucesso de qualquer campanha de propaganda será baseado no quanto isso afeta o mundo real.

Para mostrar a eficácia dessas campanhas, utilizamos vários estudos de caso que mostram como vários atores usariam ferramentas para divulgar notícias falsas para seus próprios fins. Esses estudos de caso incluem: as ferramentas específicas de cada campanha não são particularmente diferentes - seguidores/fãs comprados, curtidas, compartilhamentos, comentários e vídeos.

Algumas campanhas podem achar que vale a pena comprar versões "de alta qualidade" desses produtos - teoricamente mais difíceis de serem detectadas pelas redes sociais. Governos de diversos países estão começando a reconhecer que as fake news são algo que deve ser combatido ativamente. Várias agências governamentais estão agora criando serviços para desmascarar histórias que consideram falsas. Eles também estão considerando impor regulamentos e punir sites que publicam informações erradas.

Os objetivos desses novos regulamentos incluiriam serviços de redes sociais. Isso tornaria as notícias falsas muito ruins para os negócios e, portanto, eles estão tomando medidas para combatê-las. Os passos a serem tomados incluem a suspensão de contas suspeitas ou de robôs, adicionando recursos para permitir que os usuários relatem notícias falsas e contratando mais pessoal para ajudar a lidar com esses relatórios.

No final, no entanto, tudo se resume a usuários instruídos. Discutir alguns dos sinais de notícias falsas, na esperança de que os leitores possam determinar por si mesmos como identificar notícias falsas, é um dos objetivos deste artigo. Também é importante discutirmos a psicologia das notícias falsas - o que faz essas campanhas funcionarem e como elas são capazes de convencer as pessoas - na esperança de que o conhecimento dessas técnicas permita que os leitores resistam a elas.

(\*) - É especialista de Segurança e Sales Engineer da Trend Micro Brasil

### BCV - Banco de Crédito e Varejo S.A.

CNPJ/ME nº 50.585.090/0001-06 - NIRE nº 3530009720
Ata de Reunião da Diretoria Realizada em 17 de Junho de 2020
01 - Data, Horário e Local: Aos dezesseis dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte, às quatorze horas, na Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, nº 1830, Sala 101, Parte, Bloco 01, 10º andar, Condomínio Edifício São Luiz, CEP 04543-000, Bairro Vila Nova Conceição, Município de São Paulo, Estado de São Paulo ("Companhia").
02 - Convocação e Presença: Dispensada a convocação por estarem presentes todos os Diretores da Companhia, a saber: Marco Antonio Antunes, Eduardo Mazon e Flavio Pentagna Guimarães Neto.
03 - Composição da Mesa: Os trabalhos foram presididos pelo Sr. Marco Antonio Antunes e secretariados pelo Sr. Flavio Pentagna Guimarães Neto.
04 - Ordem do Dia: (I) Encerramento de Agência/Filial de Recife/PE.
05 - Deliberações: Discutida amplamente a matéria, os Diretores deliberaram pelo encerramento da Agência/Filial situada em Recife/PE, Rua Antonio Lutzack do Monte, nº 96, sala 301, CEP: 51020-350, Boa Viagem, com registro sob o NIRE nº 2699907513 e inscrita no CNPJ/ME sob o nº 50.585.090/0010-99. Autorizada a Diretoria da Sociedade a adotar todas as providências necessárias para executar as deliberações aprovadas na presente reunião.
06 - Encerramento: Nada mais havendo a ser tratado, foi encerrada a Reunião da Diretoria, da qual se lavrou a presente ata, em forma de sumário, que, lida e achada conforme, foi por todos os presentes aprovada e assinada. São Paulo, 17 de junho de 2020.
Mesa: Marco Antonio Antunes - Presidente; Flavio Pentagna Guimarães Neto - Secretário.
Diretores Presentes: Marco Antonio Antunes, Eduardo Mazon e Flavio Pentagna Guimarães Neto. Confere com a original lavrada em livro próprio.
Mesa: Marco Antonio Antunes - Presidente; Flavio Pentagna Guimarães Neto - Secretário.
Acionista: Banco BMG S.A. - Marco Antonio Antunes - Flavio Pentagna Guimarães Neto. JUCISP nº 274.866/20-1 em 28.07.2020. Gisela Simiema Ceschin - Secretária Geral.

### BANCO CIFRA S.A.

CNPJ/ME nº 62.421.979/0001-29 - NIRE nº 35.300.036.646
Ata de Reunião da Diretoria Realizada em 17 de Junho de 2020
01 - Data, Horário e Local: Aos dezesseis dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte, às treze horas, na sede social do Banco Cifra S.A., na Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, nº 1.830, Sala 102, Parte, Bloco 02, 10º andar, Condomínio Edifício São Luiz, CEP 04543-000, Bairro Vila Nova Conceição, São Paulo/SP ("Companhia").
02 - Convocação e Presença: Dispensada a convocação por estarem presentes todos os Diretores da Companhia, a saber: Marco Antonio Antunes, Eduardo Mazon e Flavio Pentagna Guimarães Neto.
03 - Composição da Mesa: Os trabalhos foram presididos pelo Sr. Marco Antonio Antunes e secretariados pelo Sr. Flavio Pentagna Guimarães Neto.
04 - Ordem do Dia: (I) Encerramento de Agência/Filial no Município de Belo Horizonte/MG.
05 - Deliberações: Discutida amplamente a matéria, os Diretores deliberaram pelo encerramento da Agência/Filial situada em Belo Horizonte/MG, Rua Matias Cardoso, nº 63, sala 1.707, CEP: 30170-914, Santo Agostinho, Belo Horizonte, MG, com registro sob o NIRE nº 31999177023 e inscrita no CNPJ/ME sob o nº 62.421.979/0015-24. Autorizada a Diretoria da Sociedade a adotar todas as providências necessárias para executar as deliberações aprovadas na presente reunião.
06 - Encerramento: Nada mais havendo a ser tratado, foi encerrada a Reunião da Diretoria, da qual se lavrou a presente ata, em forma de sumário, que, lida e achada conforme, foi por todos os presentes aprovada e assinada. São Paulo, 17 de junho de 2020.
Mesa: Marco Antonio Antunes - Presidente; Flavio Pentagna Guimarães Neto - Secretário.
Diretores Presentes: Marco Antonio Antunes, Eduardo Mazon e Flavio Pentagna Guimarães Neto. Confere com a original lavrada em livro próprio.
Mesa: Marco Antonio Antunes - Presidente; Flavio Pentagna Guimarães Neto - Secretário.
Acionista: Banco BIM S.A. - Marco Antonio Antunes, Flavio Pentagna Guimarães Neto. JUCISP nº 274.877/20-0 em 28.07.2020. Gisela Simiema Ceschin - Secretária Geral.

### Engenox Indústria e Comércio Ltda

CNPJ 62.166.467/0001-63- NIRE: 35.209.062.761
Convocação
Ficam convocados os senhores sócios para Assembleia de Sócios, conforme Capítulo VI do Contrato Social, a ser realizada no dia 10 de agosto de 2020, às 17:00 horas na Rua R. Tomas Sepe, 523, bairro Sede, na cidade de Coliá, estado de São Paulo, com o seguinte ordem do dia: a) Exclusão de Sócios; e b) Assuntos Diversos. São Paulo, 30 de julho de 2020 - Administração. (31/07, 01 e 04/08)