

Como o marketing digital pode aumentar as vendas do varejo nesse natal?

Depois de atravessar longos meses incertos, os lojistas estão apostando no aquecimento do mercado e aumento das vendas para este natal

Mas não podemos esquecer que, embora, o comércio e os shoppings já estejam funcionando, obedecem regras estabelecidas nas fases de restrições, que na capital paulista, desde ontem econtra-se na fase amarela, o que impacta a capacidade de funcionamento e exige uso de máscaras e etc. Além disso, boa parte da população continua evitando sair de casa por causa do vírus, o que pode impactar, significativamente, na redução das vendas.

Mesmo as coisas parecendo ter voltado ao normal, os especialistas insistem que o marketing digital continua sendo a melhor estratégia de relacionamento para gerar vendas no período. De acordo com a diretora da Vínculo Consultoria em Comunicação e MKT Digital, Flávia Valentim, as redes sociais terão papel essencial nesse momento, pois farão a ponte entre a empresa e o cliente. “Agora, a rede social vai funcionar, pois é através dela que o cliente vai se comunicar com a empresa para saber os novos horários de funcionamento, regras para provar roupas nas lojas, pedir kit malas para experimentar roupas em casa, fazer pedido de produtos e passar na loja apenas para re-



É fundamental que as empresas tenham uma estratégia de comunicação na internet que foque seu público alvo.

tirar para permanecer menos tempo no estabelecimento.

Da mesma forma, fazer reservas em restaurantes, pesquisar presentes, ou ainda, buscar horários alternativos de compras para evitar aglomerações. Enfim, são muitas as possibilidades de comunicação, além é claro, da vantagem de divulgação da marca, produtos, serviços e promoções”, destacou Flávia. Para a especialista em marketing e comportamento do consumo, Carmela Catarina Sala, o comportamento do consumidor mudou e esse fato não pode ser ignorado pelos lojistas.

A empresária é diretora de marketing do Sala Shopping, um dos edifícios comerciais

mais tradicionais de São José dos Campos. Ela afirma que o prédio oferece mais de 30 lojas de varejo de vários segmentos somente no piso térreo, e que todos estão devidamente preparados para atender o público para o natal, mesmo assim, ela alerta sobre a importância de cada empresário informar seus clientes sobre os horários de funcionamento, além das ofertas via internet, que é um dos melhores canais de comunicação com os consumidores hoje em dia.

“Hoje, quando falamos sobre empreendedorismo é impossível deixar de fora a criação de uma estratégia de marketing para este mercado online, independentemente do tamanho da

empresa, já que em média os brasileiros ficam 9 horas por dia conectados. Assim, é fundamental que as empresas tenham uma estratégia de comunicação na internet que foque seu público alvo, traga conteúdo relevante e busque proporcionar novas experiências. Mas, nem por isso o atendimento presencial deixa de ter sua importância”, ressalta Carmela.

A tendência que se vê cada vez mais consolidada é a união do melhor dos dois mundos, o digital e o físico. Um complemento o outro trazendo maior comodidade para diferentes públicos, abrangendo um número maior de consumidores e fortalecendo a marca das empresas. A empresária Gabriela Mateu, da boutique Fashion Days, relata que se surpreendeu com as redes sociais e se não fosse pelas vias digitais, sua loja teria sofrido muito mais com a pandemia. “No final das contas, essa foi uma excelente oportunidade para eu iniciar nossa divulgação online e esse é um caminho sem volta, pois os clientes que conquistei na internet eu vou continuar atendendo dessa forma”, explica a empresária.

Fonte e mais informações: (www.vinculoconsultoria.com).

Startups ampliam o mercado de trabalho jurídico

Armando Kolbe Junior (*) e Jailson Araújo (**)

Segundo a Associação Brasileira de Startups (Abstartups), temos atualmente no Brasil 12.700 dessas empresas, número 20 vezes superior se compararmos com 2011, quando eram contabilizadas 600

elas são distribuídas por regiões, sendo 5.730 no Sudeste, 2.231 no Sul, 994 no Nordeste, 580 no Centro-Oeste e 228 no Norte. Formam ainda esse ecossistema: 363 incubadoras e 57 aceleradoras. A redução na taxa básica de juros, atualmente em 2.0% a.a., ao mesmo tempo em que desestimula investimentos conservadores em virtude do baixo retorno financeiro, acaba por impulsionar investimentos em projetos baseados em tecnologia inovadora com grande potencial de crescimento, viabilizando que startups recebam aporte de capital externo.

Tais investidores são apelidados de “investidor anjo”, e são caracterizados justamente por investirem em ideias e projetos inovadores que demonstrem forte potencial de crescimento a partir da injeção de capital, criando oportunidades para quem deseja trabalhar com tecnologia e inovação em nosso país. A evolução das startups tem sido auxiliada por medidas legais, tornando o setor particularmente atrativo para investidores. Muitas surgem a partir de ideias inovadoras que resolvem problemas cotidianos, facilitar a vida e agregam valor aos usuários.

É fundamental proteger juridicamente a Propriedade Intelectual desenvolvida nas startups, que constitui seu maior patrimônio e fator de criação de valor. Empresas que se enquadrem nesse perfil, assim definidas pela Lei Complementar nº. 167, de 24 de abril de 2016, a partir de 30 de julho de 2020, podem requerer prioridade no exame dos seus pedidos de patentes, depositadas, no Brasil, junto ao INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, desde que estejam cadastradas na REDESIM – Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios.

Denominada “Lei das Startups”, ela objetiva estabelecer vantagem competitiva, habilitando a condição de que tenham nascimento jurídico, simultaneamente, ao pedido de registro de suas marcas e da concessão de patentes, ainda mais quando fica demonstrada que a proteção da inovação é indispensável para a obtenção de investimentos. Tal proteção é fundamental para que as ideias inovadoras sejam protegidas contra práticas concorrenciais desleais, tais como a pirataria.

Dada a importância da inovação tecnológica e do

incentivo ao empreendedorismo inovador como fator de promoção do desenvolvimento econômico, social e ambiental, tramita no Congresso projeto que institui o Marco Legal das Startups. Trata-se de um projeto que apresenta medidas de incentivo ao ambiente de negócios, ao aumento da oferta de capital para investimento em empreendedorismo inovador; disciplina a licitação e a contratação de soluções inovadoras pela administração pública. E fomenta o empreendedorismo inovador como meio de promoção da produtividade e da competitividade da economia brasileira para a geração de postos de trabalho qualificados.

Também prevê a criação de pontos que possam delimitar a área de atuação das startups, vindo a proporcionar um ambiente juridicamente mais seguro e previsível para empreendedores e potenciais investidores, incentivando cada vez mais potenciais investidores, independentemente de serem os “investidores-anjo” ou aqueles oriundos de fundos de investimento de capital de risco, além de desburocratizar processos, facilitando o crescimento do ecossistema econômico no Brasil.

Esse cenário aponta para novas oportunidades na atuação jurídica, em especial, a assessoria jurídica de startups e empresas de prestação de serviços e produtos baseados em tecnologia digital, carreira atrativa para advogados dispostos a lidar com novos desafios. Além disso, por ser um modelo de negócios diferenciado e inovador, as startups precisam de atenção adicional tanto na sua constituição, por meio da devida formalização como Pessoa Jurídica, os direitos e deveres dos sócios (Direito Empresarial), as relações com os clientes e fornecedores (Direito Civil e do Consumidor), vínculos empregatícios (Direito do Trabalho) e obrigações fiscais (Direito Tributário).

No momento, o principal serviço buscado é o registro e proteção legal das tecnologias desenvolvidas por meio da propriedade intelectual. A legislação brasileira começa a dar o devido tratamento jurídico neste importante ecossistema, proporcionando regulamentação aos emergentes modelos de negócios.

São inúmeros os desafios que as startups podem vir a enfrentar, principalmente quando estão no começo, e os gestores não podem deixar de observar as normas jurídicas específicas para os negócios que operam.

Por terem características peculiares, é vital que cada empreendedor tenha uma assessoria jurídica, tanto para prevenir problemas quanto para viabilizar um crescimento seguro e sustentável do modelo de negócio.

(*) - É mestre em Tecnologias e coordenador do curso de Gestão de Startups do Centro Universitário Internacional Uninter;

(**) - É coordenador do curso de Direito do Centro Universitário Internacional Uninter.

Gerenciamento de risco de terceiros é prioridade estratégica para os negócios

Pelo menos 77% dos líderes entrevistados pela KPMG disseram que o programa de gerenciamento de risco de terceiros é uma prioridade estratégica para os negócios. Além disso, seis em cada dez deles, afirmaram que os riscos mais graves para a reputação da organização vêm do fracasso de terceiros no cumprimento de metas. Já cerca de 60% apontaram que as empresas que lideram foram recentemente sujeitas a sanções e observações regulatórias em relação a esse programa.

O estudo ouviu 1.100 executivos de 14 países, incluindo o Brasil, e de seis setores (automotivo, energia, serviços financeiros, manufatura, farmacêutico e varejo). De acordo com o levantamento, os entrevistados indicaram que o grande volume de atividades de avaliação de terceiros aumentou nos últimos anos em todos os setores. Em contrapartida, apontou que 74% deles admitem que as organizações precisam urgentemente tornar o programa mais consistente em toda a empresa.

Já sobre os principais riscos monitorados como parte da atividade de gerenciamento de terceiros indicados pelos entrevistados estão o operacional e o financeiro (ambos com 60%), tecnologia (57%) e privacidade (54%). “Esses dados destacam o quão dependente a maioria das empresas está em relação aos terceiros para fornecer produtos e serviços essenciais. Além disso, os eventos globais e as incertezas econômicas enfatizaram que os terceiros são necessários para as operações comerciais.

Ao mesmo tempo, a crescente pressão regulatória - especialmente em relação a violações de privacidade e perda de dados do cliente ou à resiliência operacional - está colocando os relacionamentos com terceiros em análise”, analisa o sócio da KPMG, Emerson Mello. Ainda de acordo com o estudo, os dados de governança, privacidade e o risco cibernético são o motor mais importante da atividade de terceiros em todos os



Entre os principais riscos monitorados como parte da atividade de gerenciamento de terceiros estão o operacional e o financeiro.

setores, mas apenas 54% dos entrevistados disseram que priorizam esses aspectos.

Quando questionados sobre os motivadores mais importantes da atividade de gerenciamento de terceiros, os três mais citados foram apoio à transformação do negócio (40%), governança de dados e privacidade (39%) e proteção da marca e reputação (36%). Já sobre as iniciativas em que a equipe estará concentrando mais tempo e energia nos próximos 12 meses, foram elencadas como prioridades as seguintes: adoção de novas tecnologias (39%), automatização de processos (33%) e padronização de processos em toda empresa (32%).

“As organizações dependem cada vez mais de fornecedores terceirizados para oferecer produtos e serviços essenciais aos clientes. Elas também estão descobrindo que falhas de terceiros podem manchar rapidamente reputações e ter implicações operacionais e de custos significativas. À medida que as organizações tratam das preocupações em torno dessas questões, fica evidente que elas precisam de uma estratégia clara para a seleção, aprovação e gerenciamento de terceiros com a ajuda da tecnologia”, analisa o sócio (AI/KPMG).

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL
7º Subdistrito - Consolação
Aldegar Fiori - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **ANDERSON BENEDITO DOS SANTOS**, de nacionalidade brasileira, estagiário de engenharia civil, solteiro, nascido em Carapicuíba, SP, no dia (13/06/1996), residente e domiciliado em São Paulo, SP, filho de Márcio Fonseca dos Santos e de Aparecida de Cassia Benedito. A pretendente: **JESSICA KAROLINE DE JESUS**, de nacionalidade brasileira, auxiliar projetista, solteira, nascida em São Paulo, SP, no dia (10/07/1997), residente e domiciliada em São Paulo, SP, filha de Simele Macario de Jesus e de Marivalda Santos de Jesus.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios