

A transformação do mercado de crédito brasileiro e seu pessoal

Quando acompanhamos as discussões sobre inovação e mercado, não é difícil perceber que, dentro do ambiente de negócios contemporâneo, o setor financeiro é um dos que mais tem avançado em termos de digitalização – e o contexto de pandemia só reforçou este cenário de transformação

Adilson Seixas (*)

De acordo com o levantamento Fintech Report 2020 da Distrito, por exemplo, já são mais de 742 fintechs no país (número 34% maior do que o de 2019); ao passo que os investimentos em tecnologia no sistema bancário aumentaram 48% de 2018 para 2019, chegando a R\$ 24,6 bilhões, segundo a Febraban. Dentro deste contexto, só em 2020, centenas de agências físicas dos principais bancos privados do país foram fechadas e mais de 11 mil funcionários foram cortados do sistema bancário tradicional, fator que reforça uma incógnita dentro do segmento: qual o caminho para os profissionais do setor financeiro?

Em especial para aqueles acima de 40 anos que, a bem da verdade, já sofriam com a rotatividade de funcionários em um segmento no qual, curiosamente, as oportunidades vão se tornando mais escassas à medida em que ganham mais experiência? A boa notícia é que esta mesma digitalização que muda os paradigmas do ambiente de negócios tradicional, também motiva o surgimento de novos modelos de negócio e soluções que favorecem a vida dos consumidores e de empresas, além de, ela pró-



A digitalização que muda os paradigmas, também motiva o surgimento de novos modelos de negócio e soluções.

pria, impulsionar a geração de oportunidades.

E isso vale para os mais diversos nichos do segmento financeiro, incluindo o de crédito, que tem visto surgir empresas com uma visão mais inovadora que respondem a dores importantes do mercado. Para se ter uma ideia, hoje já existem empresas que, ao identificarem a dificuldade de organizações em conseguir crédito junto às instituições financeiras, desenvolvem novas metodologias para facilitar esta relação, garantindo melhores prazos e taxas competitivas para as organizações.

Para tanto, é preciso,

sobretudo, investir na digitalização de processos e na capacitação profissional, como no caso do profissional especialista em crédito empresarial, que é responsável por avaliar – a partir da análise de dados sobre o mercado bancário e avaliação do perfil das empresas solicitantes do crédito – quais bancos possuem as melhores soluções de crédito para aquele negócio, favorecendo o sucesso nas negociações.

Dentro deste cenário e diante da saída em massa de mão de obra do sistema bancário tradicional, é importante que as empresas do setor financeiro invistam

na captação de talentos, incluindo profissionais acima de 40 anos que formam o chamado “mercado de trabalho prateado” e que, ao contrário do que o senso comum poderia supor, são profissionais que oferecem uma contribuição decisiva para a construção de empresas inovadoras.

Um estudo recente do MIT aponta, por exemplo, que 1/4 das startups e empresas mais inovadoras têm como líderes acima de 45 anos - e os dados vão além, apontando que as empresas que contam com os profissionais mais experientes são aquelas que contam com os melhores resultados em termos de crescimento.

Para finalizar, é importante compreendermos que o mercado, em um momento inicial, pode gerar dúvidas inclusive sobre o futuro de algumas profissões; o fato é que também impulsiona o surgimento de novas oportunidades que podem contribuir para o avanço de transformações positivas para os consumidores e empresas, bem como, para a concepção de um trabalho mais inclusivo, que encare a experiência como um fator de diferenciação.

(*) - É fundador e CEO da Loara (www.loara.com.br).



Livros em Revista

Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



Dependência Virtual: 100 perguntas sobre como lidar com a conectividade de forma saudável

Carla Egídio Iemos - Matrix - Uma ideia genial para chamamento de atenção a uma febre – alguns dirão praga – que nos acomete, praticamente sem exceção, quase que uma obrigação: Internet. Naturalmente seus benefícios são inúmeros, se fazem sentir por toda sociedade. Todavia, há um outro lado que é notoriamente nefasto: o vício atrelado. Não raro, por exemplo, vê-se profissionais de saúde, à frente de paciente, consultando uma maquina qualquer plugada à Internet. A dra. Carla, nesta obra em forma de caixinha, menor que embalagem de baralho, que contém 100 perguntas sobre ação e reação a esse costume, imprimiu toda sua abrangente experiência clínica sobre o assunto. Não chega a ser lúdica, também chata não é. Textos claros, elucidativos e porque não, didáticos, vão esclarecendo, apontando o que está a ocorrer e indica “saídas”. Válida para qualquer faixa etária, com alcance eficaz.



Santo Guerreiro: Roma invicta

Eduardo Spohr - Versus - O jornalista autor, lastreou-se em documentos arqueológicos para ficcionar a vida do aclamado santo São Jorge, que figura de maneira icônica e perpassa por várias religiões e seitas. Suas quase 600 páginas fazem o encantamento do leitor numa viagem a priscas eras e distantes paragens, com mapas detalhados. Válidas e críveis informações propiciando momentos de qualificado lazer, mesmo para os não sectários. Também passível para uma ótima cinematografia.



O Ano em que a Terra Parou

Luciano Trigo - Faro - Com impressionante clareza, com total imparcialidade, o jornalista escritor, várias vezes laureado, radiografou o ano de 2020. Aspectos socioeconômicos, políticos, estruturais, foram analisados à luz de fatos e dados extraídos do cotidiano, normalmente estampados na imprensa nacional e internacional, na mídia mundial, naturalmente possível de ser vista. Aspectos que normalmente passam despercebidos aos olhos, ele os ilumina, explica e replica. Está prontinho para um documentário. Suas páginas não nos deixam esquecer momentos importantes, fundamentais da nossa sociedade. Deve ser lido por jovens, estudantes em geral e óbvio, por adultos pensantes que pretendem não deixarem-se dirigir. Absolutamente oportuno!



Jorge e o Barco de Brincar

Anna Carolina Ribeiro - Pedro A. Lemos - Paloma Dalbon (Ilustr) - Scortecchi - A dupla de autores criou uma estória para ensinar aos infantes o valor da busca, por mais árdua que seja, de um ideal, da participação familiar, o valor de um acordo e palavra empenhada, bem como o evitar consumo desnecessário. Jorge, queria, por que queria um barquinho, desses de banheira. Seus pais haviam combinado que presentes, somente no Natal e aniversário. Como resolver essa “parada”? A solução que a família encontrou calça os valores básicos para formação de uma têmpera de um adulto consciente. Indico para crianças de qualquer idade e adultos responsáveis pela educação infantil.

www.bcctelevision.com.br

Assista ao programa Livros em Revista. Um canal repleto de novidades do universo literário. Entretenimento garantido!



Com apresentação de Ralph Peter.



MARUBENI BRASIL S.A.
 CNPJ (MF) nº 60.884.756/0001-72 - NIRE 35.300.028.180
 Ata da Assembleia Geral Extraordinária Realizada em 01/02/2021
 Local, Hora e Data: Na sede da Companhia localizada na Avenida Paulista, nº 954, 12º andar, Bela Vista, São Paulo - SP, às 10h00 no dia 01 de fevereiro de 2021, reuniram-se os acionistas. **Convocação e Presenças:** Dispensada a convocação, nos termos do artigo 124, parágrafo 4º, da Lei 6.404/76 em razão da presença de Acionistas representando a totalidade do Capital Social, conforme assinaturas lançadas na presente Ata e no Livro de Presença dos Acionistas. **Composição da Mesa:** Presidente - Sr. Koichi Nagashima, Diretor Presidente da Companhia, Secretário - Sr. Tatsuya Taguchi, Diretor da Companhia. **Ordem do dia:** Deliberar acerca de: I) a nomeação do Sr. Tomoharu Suzuki ao cargo de Diretor da Companhia. **Deliberações:** Após discussão da matéria da ordem do dia, os Acionistas aprovaram, por unanimidade de votos, I) a nomeação do Sr. Tomoharu Suzuki, de nacionalidade japonesa, portador do Passaporte nº TR3646788, expedido pelo Governo Japonês, RNM nº F324870X, inscrito no CPF sob o nº 066.090.757-78, com endereço comercial na Praia de Botafogo, nº 228, 11º andar, sala 1109, Rio de Janeiro/RJ, para o cargo de Diretor, junto à filial no Rio de Janeiro/PJ. **Encerramento:** Nada mais havendo a tratar, foram suspensos os trabalhos pelo tempo necessário para a lavratura da presente ata, no livro próprio, a qual foi lida, aprovada, e assinada por todos os presentes. Mesa: Koichi Nagashima - Presidente da Mesa, Tatsuya Taguchi - Secretário. Acionistas: Marubeni Corporation - p.p. Koichi Nagashima, Koichi Nagashima. JUCESP sob nº 127.220/21-5 em 03/03/2021.

COOPERATIVA DE TRABALHO DOS CATADORES AUTÔNOMOS DE PAPEL, APARAS E MATERIAIS REAPROVEITÁVEIS - COOPAMARE
 CNPJ. 60.908.308/0001-61 - Inscrição Estadual: 112.582.578.113 - CCM. 3.667.459-1
 Rua Galeno de Almeida, 659 - Pinheiros - CEP 05410-030 - São Paulo
 E-mail: coopamare@gmail.com - Tel.: 3064-3976 Site: www.coopamare.org.br
 Edital de Convocação - Assembleia Geral Ordinária
 O Diretor Presidente, da Cooperativa de Trabalho dos Catadores Autônomos de Papel Aparas e Materiais Reaproveitáveis (COOPAMARE), no uso das atribuições que lhe confere o Estatuto Social, **convoca** os associados para reunirem em Assembleia Geral Ordinária, a realizar-se na sua sede social, à **Rua Galeno de Almeida nº 659, Pinheiros**, no dia 10-03-2021, às **10h00** com 2/3(dois terços) dos seus associados: para primeira convocação às 10h00 com metade mais um de seus associados, em segunda convocação: ou às 10h00 com o número mínimo de 11 associados em terceira convocação: sendo o quórum para verificação de cooperados de 22 pessoas, para deliberarem sobre os seguintes assuntos: 1) Apresentação e aprovação da Prestação de Contas dos exercícios de 2020 e seus respectivos relatórios de atividades, os documentos estão à disposição dos associados no escritório da cooperativa; 2) Eleição e Posse de 2/3 do Conselho Fiscal para 2021; 3) Apresentação, discussão e aprovação do Plano de Trabalho para 2021; 4) Assuntos Gerais de interesse social da cooperativa.
 São Paulo, 10 de março de 2021
 Nilzete Romão dos Santos - Diretor Presidente

Planejamento e organização para uma segura presença digital

O planejamento é um passo fundamental para o sucesso em e-commerce. O comércio online vem se tornando cada vez mais profissional e por isso é essencial que qualquer empreitada nesse segmento seja precedida de muita pesquisa e planejamento. No ano de 2020, com as medidas adotadas para conter a pandemia, milhares de vendedores e milhões de novos consumidores migraram para o comércio eletrônico.

Com isso, o e-commerce brasileiro cresceu em níveis não vistos nos últimos 20 anos. Segundo pesquisa da Ebit/Nielsen, feita em parceria com a Elo, o faturamento com as vendas online subiu mais de 45%. Com isso, é importante que o PME fique atento às expectativas para o futuro. 2021, assim como o ano passado, será marcado pelo crescimento constante do mercado digital.

Os pequenos empreendedores precisam ter um planejamento claro e objetivo para entrar no mundo digital. “Muita gente acredita que a etapa de planejamento é complexa, mas efetivamente, uma vez que se tenha um roteiro para criação de lojas virtuais isso se torna muito mais fácil. Esse roteiro pode ser um plano de negócios simples, porém eficiente”, afirma Thiago Mazeto, diretor comercial da Tray, unidade de negócio da Locaweb.

“Podemos estabelecer um planejamento de e-commerce a partir de um modelo simples, mas que seja abrangente e realista. Quando se elabora um projeto de empreendimento no mundo físico, o planejamento é uma das principais preocupações, por que no comércio eletrônico seria diferente?”, explica Mazeto. Para começar a elaborar um planejamento, é importante que o empreendedor tenha essas estruturas básicas:

- **Análise do Empreendimento** - O que será feito e quais são as atribuições de cada um. Como eu quero apresentar a minha marca? Qual o meu nicho de mercado?



É preciso ter um planejamento claro e objetivo para entrar no mundo digital.

- **Análise do Mercado** - Quem é o meu público alvo? Quais suas tendências?
- **Análise de Produto** - O que será oferecido ao mercado e quais seus principais diferenciais. O que eu posso oferecer de diferente do meu concorrente?
- **Planejamento de Marketing** - Estratégias e ferramentas para a divulgação do negócio. O mundo digital oferece diversas plataformas para customizar o próprio negócio, é interessante buscar qual apresenta as melhores solução para cada um;

gital oferece diversas plataformas para customizar o próprio negócio, é interessante buscar qual apresenta as melhores solução para cada um;

- **Planejamento Financeiro** - Origem e aplicação dos recursos para a viabilização do negócio;
- **Cronograma e Metas** - Programação de implantação e metas a serem atingidas.

O marketing da loja virtual tem uma importante função dentro de um planejamento para e-commerce e por existir uma gama de opções de ferramentas online, é importante que o empreendedor faça um detalhamento mais criterioso para que não ocorram desperdícios em investimentos com ferramentas que não produzem um resultado satisfatório.

Em termos de planejamento do e-commerce, tudo deve ser levado em consideração, pois o sucesso de uma loja virtual é composto pelo somatório de diversas ações e muitas delas dizem respeito justamente à etapa de planejamento da loja virtual.

Mas lembre-se: a presença digital não se resume apenas a redes sociais.

Existem diversas ferramentas que além de trazer resultados efetivos são ótimas opções para mensurar os resultados com mais facilidade e exatidão, além de ajudar a definir o público do seu negócio. “O seu e-commerce não é uma simples lojinha na internet. É necessário que todos os dias você dê alguns passos, que aproxime sua marca de uma melhor rentabilidade.”, completa Mazeto. - Fonte e outras informações: (www.tray.com.br).