

## Embalagem Livre de Frustração: conceito referência para o e-commerce

Manuel Alcalá (\*)

*É de conhecimento geral que a preferência pelo e-commerce e pelo varejo online vem aumentando significativamente nos últimos anos*

Esse movimento ganhou força em 2020, durante a pandemia, que demandou que as pessoas ficassem em casa e, por consequência, adquirissem grande parte dos produtos pela internet. Com esse choque, empresas que não tinham uma presença no universo digital tiveram que reinventar seus modelos de trabalho, a fim de atender às novas necessidades dos consumidores.

De acordo com o relatório sobre o desempenho do e-commerce na América Latina dos últimos três anos, divulgado recentemente pela PayU, o Brasil tem, atualmente, o maior e mais desenvolvido comércio eletrônico da região, com quase US\$ 40 bilhões processados anualmente e projeções próximas a US\$ 60 bilhões entre 2021 e 2022. E com essa nova realidade do e-commerce, vimos o crescimento paralelo de outro mercado importantíssimo para o ciclo de produção: o de embalagens.

As embalagens são itens indispensáveis para a experiência dos consumidores, desde a proteção dos objetos até o momento em que as pessoas abrem suas compras, e essa importância é refletida no crescimento do setor - muito puxado pela ascensão do e-commerce -, que registrou um aumento de 31% no primeiro semestre de 2021. E quais aspectos têm que ser levados em conta para garantir uma jornada positiva dos clientes com as embalagens, e dar continuidade à trajetória gradativa desse mercado no Brasil?

Pensando no e-commerce, existe um conceito muito importante para o sucesso dessas soluções, o que chamamos de "Embalagem Sem Frustração" (Frustration-Free Packaging - FFP). O termo tem premissas como o foco no transporte das mercadorias

e no unboxing do consumidor, com o objetivo de solucionar dois problemas: o impacto das embalagens ao meio ambiente - diminuindo a quantidade de plástico ou isopor dentro de um pacote - e a insatisfação do cliente no processo de desempacotamento.

As soluções que recebem o certificado de FFP têm como grande diferencial o volume do pacote, que será menor e mais leve justamente por não conter componentes desnecessários. A facilidade do unboxing e a resistência durante o transporte dos produtos - aspectos padrões avaliados a fim de minimizar os danos durante a manipulação, transporte e o manuseio - também se diferenciam das embalagens convencionais.

Adotar esse programa pode trazer diversas vantagens para as empresas, como a redução de custos de empacotamento, economia de tempo, melhoria da experiência do cliente, diferenciação e o mais importante: aumento do índice de reciclagem.

Em abril, a Smurfit Kappa, empresa que liderou no Brasil, recebeu a certificação FFP da Amazon devido ao design inovador da embalagem Bag-in-Box de três litros da companhia.

Desde então, as empresas que vendem no marketplace da Amazon podem utilizar esse design pronto para uso da SK. O modelo faz parte do portfólio eBottle da empresa, ideal para transportar substâncias como vinhos e sucos, e utiliza em média 75% menos plástico do que embalagens plásticas rígidas, além de ser feito de materiais de fácil separação e reciclagem.

Pensando nos rumos que o setor de embalagens vem tomando e as preferências de consumo das pessoas - que estão em constante transformação -, é possível concluir que, cada vez mais, as empresas presentes no e-commerce devem aderir à metodologia de "Embalagem Livre de Frustração", uma vez que soluções com esse certificado trazem diversos benefícios para as companhias, clientes e, no longo prazo, ao meio ambiente.

(\*) - É CEO da Smurfit Kappa no Brasil.

## Teto do seguro-desemprego sobe para R\$ 2.106,08

O trabalhador demitido sem justa causa está recebendo um valor maior de seguro-desemprego. A tabela das faixas salariais usadas para calcular o valor da parcela seguiu o INPC de 2021 e foi reajustada em 10,16%. Com a correção, o valor máximo do seguro-desemprego subirá de R\$ 1.911,84 para R\$ 2.106,08, diferença de R\$ 194,24. O piso segue a variação do salário mínimo e aumenta de R\$ 1,1 mil para R\$ 1.212.

Os novos valores estão sendo pagos para as parcelas emitidas para saque e vale tanto para quem recebe o seguro-desemprego como para quem ainda dará entrada no pedido. A parcela do seguro-desemprego é calculada com base na média das três últimas remunerações

do trabalhador antes da demissão. Após a correção das faixas salariais, o benefício será definido da seguinte forma.

Pago ao trabalhador com carteira assinada dispensado sem justa causa, o seguro-desemprego tem de três a cinco parcelas, que dependem do número de meses trabalhados no emprego anterior e do número de pedidos do benefício. O benefício pode ser pedido por meio do Portal Emprego Brasil, do Ministério do Trabalho e Previdência. O trabalhador não pode ter outro vínculo empregatício. O prazo para fazer o pedido varia entre o 7º e o 120º dia da demissão, para trabalhadores formais, e entre o 7º e o 90º dia, para empregados domésticos (ABR).

# Cinco dicas para pequenos negócios em 2022

Tradicionalmente o início do ano é considerado uma época ruim para as vendas do comércio, devido à necessidade da população de organizar as finanças e as contas pendentes do período como IPVA e IPTU

No entanto, existem táticas que podem ser adotadas para ajudar a virar o jogo e aumentar as suas vendas. A Zippi, fintech que oferece o cartão de crédito semanal para autônomos, trouxe cinco dicas para aplicar no seu negócio o quanto antes. Confira:

### 1) Realize uma queima de estoque

Apesar do período de fim de ano ser muito buscado para a realização de compras pela maioria das pessoas, algumas preferem aproveitar o começo de ano quando normalmente os preços dos produtos diminuem. Portanto, vale utilizar essa fase para fazer queimas de estoque com os produtos que não foram vendidos no Natal ou realizar descontos nos serviços oferecidos para atrair esse público.

### 2) Esteja preparado para gastos emergenciais

Em momentos com vendas mais baixas, é importante estar preparado financeiramente para possíveis gastos emergenciais que possam surgir, como pequenos reparos ou reposição de alguma mercadoria.



Existem táticas que podem ser adotadas para ajudar a virar o jogo e aumentar as suas vendas.

O que pode auxiliar em situações como essa é utilizar um meio de pagamento que acompanha o seu fluxo de recebimentos no trabalho, como um cartão de crédito semanal igual ao da Zippi. Dessa forma, assim que você conseguir realizar o serviço ou vender a mercadoria já consegue quitar a sua dívida.

### 3) Flexibilize as formas de pagamento

Uma boa forma de alcançar um grande número de clientes é oferecer diversas opções de pagamento, que se encaixem nos mais variados bolsos e estilos de vida. Muitos negócios perdem vendas justamente por

não aceitarem a forma de pagamento que o cliente tem a oferecer. O PIX, por exemplo, é uma novidade que está sendo cada vez mais usada e pode agregar no seu negócio.

### 4) Aproveite as trocas para vender mais

Começo de ano também é época de muitas pessoas aproveitarem para realizar trocas de produtos que compraram ou ganharam de presente. Essa pode ser uma chance de convencer o cliente a levar mais produtos para casa ou de fidelizar alguém que ganhou um presente e foi realizar a troca. Busque mostrar as promoções da queima de estoque e rea-

lizar um atendimento cuidadoso e atencioso para auxiliá-lo a escolher um novo produto que se encaixe nas suas necessidades.

### 5) Utilize as redes sociais

Principalmente depois da crise provocada pela pandemia, tornou-se essencial para os negócios aumentar a sua presença digital. De acordo com um levantamento realizado no início de 2021 pelo Sebrae e pela FGV, 70% das empresas de pequeno porte vendiam por canais digitais, como WhatsApp, Instagram e Facebook.

Portanto, se o seu empreendimento ainda não está presente nas redes sociais, aproveite este momento para começar e poder alcançar um público ainda maior.

Busque estudar as funcionalidades que são importantes para o seu comércio em cada uma das principais redes. Lembre-se também que é preciso criar um perfil para negócios, pois o pessoal não disponibiliza as funcionalidades que estão aptas para quem quer posicionar-se profissionalmente. - Fonte e outras informações, acesse: (<https://zippi.com.br/>).

## Área de tecnologia é desigual entre gêneros no quesito salarial

A Pesquisa de Remuneração Total (TRS, na sigla em inglês) da Mercer, publicada em 2021, traz indicativos de como será a dinâmica do mercado de trabalho no pós-pandemia e detecta algumas discrepâncias de gênero ainda existentes no mundo corporativo. A consultoria analisou 30 mil empresas, dentre as quais 759 no Brasil.

De acordo com o levantamento, no nível de executivos a disparidade salarial chega a 36%, índice atingido pela indústria de alta tecnologia. Em segundo lugar no ranking das indústrias que possuem maior diferença entre salários de homens e mulheres, está a indústria de energia (29%) e depois a de Life Sciences (28%). No nível de gerentes a disparidade é menor, sendo liderada pela indústria de energia (11%), seguida pelo segmento de agronegócios (7%) e alta tecnologia (7%).

Esse patamar se mantém quando analisados os cargos de base - profissionais e operacionais. Nos postos de liderança executiva, as mulheres ocupam 2 entre 8 "cadeiras" disponíveis, sendo que as áreas mais desiguais são: atendimento, estratégia digital e finanças. As menos desiguais são as de RH, jurídico e marketing. A pesquisa objetiva ajudar as empresas a definir a melhor estratégia de remuneração e das políticas de RH em geral e, assim, se adaptar com agilidade e embasamento confiável às novas realidades.

Realizada anualmente, abrange indústrias com significativa representatividade global e local, tais quais Manufatura, Bens de Consumo, Alta Tecnologia, Life Sciences, Varejo e Atacado. Este ano, o número de organizações brasileiras participantes foi 5% maior do que no ano anterior, abrangendo mais de 900 mil profissionais de todos os setores econômicos. - Fonte: ([www.mercer.com.br](http://www.mercer.com.br)).

## O momento certo para migrar para o modelo híbrido de trabalho

Raphael Tavares (\*)

Flexibilidade tornou-se o ponto-chave para o mercado de trabalho pós-pandemia. Nesse contexto, o modelo híbrido ganhou destaque - a estratégia de mesclar o escritório com a casa se tornou a saída para muitas empresas que desejam o retorno gradativo dos funcionários à sua sede física, mas sem abandonar de vez o famoso home office. Afinal de contas, do ano passado pra cá, empregados e empregadores puderam entender melhor a eficácia do trabalho remoto.

Além de ter contribuído para conter o avanço do Coronavírus, o modelo reduziu gastos e até mostrou sinais de aumento da produtividade e satisfação dos funcionários. Por outro lado, depois de quase dois anos em pandemia, é inegável a falta que o convívio social faz. A tecnologia ajuda, é verdade, mas a perda de interação física, inclusive no ambiente de trabalho, pode pesar. Por esses e outros fatores que o modelo híbrido parece fazer sentido para muitas empresas.

Afinal, mesclar os benefícios do trabalho presencial ao remoto, em uma jornada de trabalho flexível, oferece autonomia aos funcionários. Esse aspecto, por sua vez, tem um grande peso quando falamos em satisfação do colaborador, ponto fundamental para a produtividade e entrega de resultados. Mas como saber se a minha empresa está pronta para adotar o modelo híbrido? Algumas estratégias contribuem para identificar o momento certo para essa transição e fazê-la de maneira eficaz. Confira cinco passos para adotar o modelo híbrido de trabalho:

### 1) Ouça seus colaboradores

Equipes de recursos humanos (RH) e departamento pessoal podem realizar pesquisas para avaliar a preferência dos funcionários e como eles se adaptam a cada modelo de trabalho. Questionários via



A tecnologia ajuda, é verdade, mas a perda de interação física, inclusive no ambiente de trabalho, pode pesar.

e-mail são uma opção para levantar essas opiniões. Inclua perguntas em tópicos, relacionadas, por exemplo, à produtividade, à satisfação e se os funcionários já se sentem à vontade para o retorno presencial.

### 2) Converse com os gestores

Além de avaliar as opiniões individuais, ouvir o que os gestores sentiram em relação às suas equipes nos diferentes modelos de trabalho pode ser de grande ajuda. Como ficaram os resultados? Os colaboradores relataram suas percepções trabalhando de casa? E o engajamento? As trocas continuam eficazes? Esses são alguns pontos que devem ser avaliados.

### 3) Organize-se

Defina os melhores dias da semana para a ida ao escritório. Nesse aspecto, muitas empresas têm aderido ao revezamento de funcionários para evitar aglomerações (medida ainda recomendada pelas autoridades de saúde). Todas essas informações precisam estar bem alinhadas antes de dar início ao retorno presencial. Para contribuir com essa tarefa, aplicativos de gestão de espaços e jornadas podem ser bastante úteis.

### 4) Deixe as informações claras

Os funcionários

devem estar cientes sobre suas escalas e quais os cuidados ao irem presencialmente ao escritório. Lembre-se que medidas como o uso de máscara e o distanciamento continuam sendo úteis. Nesse sentido, disponibilize tudo o que for necessário: espaço, ventilação dos ambientes, itens para higienização das mãos e dos equipamentos de trabalho, avisos. E para evitar desconfortos, também vale estabelecer regras de conduta - que tal continuar substituindo os apertos de mão e abraços por acenos?

### 5) Oriente-se com o seu jurídico

Embora mais recorrente, o modelo híbrido de trabalho ainda não é amparado pelas leis trabalhistas. O que pode ser feito para resguardar a relação entre empregador e empregado é um aditivo de contrato home office, ou seja, um documento comprovando o acordo entre as partes para esse novo tipo de jornada, definindo suas regras.

Acione o jurídico da sua empresa para chegar à solução mais adequada. (\*) É Diretor de Marketing, Vendas e Sucesso do Cliente da startup Escala, HRTech nascida no Laboratório de Inovação do Hospital Israelita Albert Einstein (<https://escala.app/>).

**DISTRIBUIDORA AUTOMOTIVA S.A.**

CNPJ/ME nº 61.490.561/0001-00 - NIRE 35.3.0001676-9

Ata da Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária - Realizada em 26 de outubro de 2021

**Data, Hora e Local:** Aos 26 de outubro de 2021, às 11h50min (onze horas e cinquenta minutos), na sede social da Companhia, localizada social na Rua Ernesto de Castro, 37, Brás, São Paulo/SP, CEP 03042-010. **Presença:** Presentes os Acionistas que representaram a totalidade do capital social da Companhia, conforme assinaturas apostas no Livro de Presença de Acionistas, em razão do que fica dispensada a publicação de anúncios e da convocação dos acionistas, bem como sanada a inobservância do prazo de publicação do Relatório da Administração, das Demonstrações Financeiras e do Parecer dos Auditores Independentes, nos termos dos artigos 124, §4º e 133, §4º da Lei nº 6.404/76. **Mesa:** Assumiram os trabalhos na qualidade de Presidente, o Sr. **Sergio Comolatti**, que convidou a mim, **José Álvaro Sardinha**, para secretári-**o. Ordem do Dia:** Deliberar sobre: **I - Assembleia Geral Ordinária:** (i) A apreciação do Relatório da Administração, do Relatório Complementar da Diretoria, das Demonstrações Financeiras e do Parecer dos Auditores Independentes, referentes ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2020, publicados no Diário Oficial do Estado de São Paulo, em edição nº 15/10/2021, na página 29 (Certificado pela Companhia de Processamento de Dados do Estado de São Paulo - PRODESP, em 15/10/2021 08:49:28. Nº de Série do Certificado 4FBE87E182CC225A4E3EA86C93CC344B2A1383F5 (São Paulo 131 (195)-29) e no Jornal "Empresas & Negócios, edição de 15/10/2021, página 5, ficando dispensada a presença dos Auditores Independentes. (ii) Aprovar a destinação do lucro líquido do exercício, no valor de R\$ 61.275.736,00 (sessenta e um milhões, duzentos e setenta e cinco mil, setecentos e trinta e seis reais) da seguinte forma: (a) R\$ 9.411.351,00 (nove milhões, quatrocentos e onze mil, trezentos e cinquenta e um reais) para o aumento de capital social da Companhia; (b) R\$ 3.063.787,00 (três milhões e sessenta e três mil, setecentos e oitenta e sete reais) para a Reserva Legal; (c) R\$ 48.800.598,00 (quarenta e oito milhões, oitocentos mil, quinhentos e noventa e oito reais) para Reserva para Investimentos e Capital de Giro; (iii) Reeleger 04 membros da Diretoria, conforme segue qualificados, que terão prazo de mandato até a próxima Assembleia designada para aprovar as contas dos administradores e as Demonstrações Financeiras, conforme disposto no Artigo 132 da Lei nº 6.404/76, mediante os Termos de Posse anexos, firmados em livro próprio e arquivados na sede da Sociedade: a) Para ocupar o cargo de **Diretor Presidente, Sergio Comolatti**, brasileiro, casado, administrador de empresas, portador da CI/RG nº 5.438.032-8 SSP/SP, inscrito no CPF/ME nº 649.708.688-91, residente e domiciliado em São Paulo/SP, com endereço comercial na Rua Ernesto de Castro, 37, Mooca, CEP 03042-010; b) Para ocupar o cargo de **Diretor, José Álvaro Sardinha**, brasileiro, casado, administrador de empresas, portador da CI/RG nº 10.669.146 SSP/SP, inscrito no CPF/ME nº 006.320.938-11, residente e domiciliado em São Paulo/SP, com endereço comercial na Rua Ernesto de Castro, 37, Mooca, CEP 03042-010; c) Para ocupar o cargo de **Diretor, Conrado Comolatti Ruivo**, brasileiro, casado, economista, portador da CI/RG nº 22.005.376-5 SSP/SP, inscrito no CPF/ME nº 297.335.508-76, residente e domiciliado em São Paulo/SP, com endereço comercial na Rua Ernesto de Castro, 37, Mooca, CEP 03042-010; d) Para ocupar o cargo de **Diretor, Armando Sentin**, brasileiro, casado, administrador de empresas, portador da CI/RG nº 5.402.149-2 SSP/SP, inscrito no CPF/ME nº 766.074.458-53, residente e domiciliado em São Paulo/SP, com endereço comercial na Rua Ernesto de Castro, 37, Mooca, CEP 03042-010. (vii) Ratificar a remuneração paga aos Diretores durante o exercício social de 2020 e fixar a remuneração global e mensal dos membros da Diretoria em R\$ 106.121,00 (cento e seis mil, cento e vinte e um reais), ficando a cargo do Diretor Presidente determinar a forma de distribuição individual entre os Diretores, em ato apartado, podendo ser alterada a qualquer tempo por deliberação dos Sócios. **II - Assembleia Geral Extraordinária:** Instalada a Assembleia, após discussão da matéria constante da Ordem do Dia, os acionistas deliberaram, por unanimidade de votos e sem quaisquer restrições: (i) Aumentar o capital social da Companhia de R\$ 349.899.528,00 (trezentos e quarenta e nove milhões, oitocentos e noventa e nove mil, quinhentos e vinte e oito reais) para R\$ 359.310.879,00 (trezentos e cinquenta e nove milhões, trezentos e dez mil, oitocentos e setenta e nove reais), mediante a capitalização de R\$ 9.411.351,00 (nove milhões, quatrocentos e onze mil, trezentos e cinquenta e um reais) correspondente à parcela do lucro líquido do exercício encerrado em 31/12/2020. a) O referido aumento de capital será realizado sem a emissão de novas ações, na forma do Artigo 169, § 1º da Lei nº 6.404/76. b) Desta forma, o Artigo 5º do Estatuto Social da Companhia passará a vigorar com a seguinte redação: **"Artigo 5º - O capital social, suscrito e totalmente integralizado, representado em moeda corrente nacional é de R\$ 359.310.879,00 (trezentos e cinquenta e nove milhões, trezentos e dez mil, oitocentos e setenta e nove reais), dividido em 17.217 (dezesete mil, duzentas e setenta e sete) ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal."** (ii) Tanto em vista a alteração do artigo 5º do Estatuto Social deliberada nesta Assembleia Geral, resolvem os Acionistas aprovar a consolidação do Estatuto Social da Companhia, de acordo com o documento Anexo I - Estatuto Social, o qual é cópia fiel do texto transcrito e assinado no Livro de Atas das Assembleias Gerais, bem como a aprovação da Ata em 31/12/2020, conforme segue: **Acionistas: Saneamento Participações S.A.** 6.645 38,60% **Santas Participações Ltda.** 3.106 18,04% **Santas Participações Ltda.** 4.417 25,65% **Campasch Participações Ltda.** 2.167 12,59% **Tesouraria (Distribuidora Automotiva S.A.)** 882 5,12% **Total** 17.217 100%

**Encerramento:** Nada mais havendo a ser tratado, o Presidente deu por encerrada a Assembleia, da qual se lavrou a presente Ata de forma sumária conforme lhe facultou a lei, que, lida e achada conforme, foi por todos assinada, São Paulo, 26 de outubro de 2021. **Nossa: Sergio Comolatti** - Presidente da Mesa: **José Álvaro Sardinha** - Secretário da Mesa: **Sete Participações S.A.** (Sergio Comolatti), **Duas Participações Ltda.** (Sergio Comolatti e Ana Lucia Del Carlo Comolatti), **Santas Participações Ltda.** (Tereza Maria Comolatti

**SPM Participações S.A.**

CNPJ/ME nº 00.567.209/0001-31 - NIRE 35.300.317.491

Ata da Assembleia Geral Ordinária realizada em 27 de abril de 2021

**Data, Hora e Local:** 27 de abril de 2021, às 10:00 horas, na Av. Brigadeiro Faria Lima, nº 2092, 15º andar, conjunto 153, Jardim Paulista, nesta Capital. **Presença:** Dispensadas as formalidades de convocação, uma vez que se encontra presente a totalidade de seus acionistas, conforme assinaturas apostas em livro próprio. **Composição da Mesa:** Presidente: **André Petrich Mellão**; Secretário: **Marcos Mellão Alves de Lima. Ordem do Dia:** (1) prestação de contas dos administradores, exame, discussão e deliberação sobre as demonstrações financeiras da Companhia, relativas ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2020, publicadas na forma da lei; (2) destinação do resultado do exercício; e (3) fixação da verba global destinada à remuneração anual dos administradores. **Deliberações Tomadas por Unanimidade de Votos dos Presentes:** 1. aprovados, sem emendas ou ressalvas, com a abstenção dos legalmente impedidos, o relatório e as contas dos administradores da Companhia, bem como as demonstrações financeiras relativas ao exercício encerrado em 31 de dezembro de 2020; 2. aprovada, sem emendas ou ressalvas, a destinação do lucro líquido do período final de 2020; 2. aprovada, sem emendas ou ressalvas, a destinação do lucro líquido do período final de 2020; 3. aprovada, em 20/10/2021, o montante de R\$ 15.899.877,70 (quinze milhões, oitocentos e noventa e sete reais e sete centavos), correspondentes a 15% do lucro líquido destinados ao fundo de reserva a que se refere a alínea "c" do artigo 19 do Estatuto Social; e (4) R\$ 1.633.741,42 (um milhão, seiscentos e noventa e três reais e oitenta e nove centavos), correspondentes a 5% do lucro líquido, destinados à reserva legal; b) R\$ 2.384.981,66 (dois milhões, trezentos e oitenta e quatro mil, novecentos e oitenta e um reais e sessenta e seis centavos), correspondentes a 15% do lucro líquido, destinados ao fundo de reserva a que se refere a alínea "c" do artigo 19 do Estatuto Social; c) R\$ 3.778.220,95 (três milhões, setecentos e setenta e seis mil, duzentos e vinte reais e noventa e cinco centavos), destinados ao pagamento de dividendos aos acionistas, a serem pagos ao longo do exercício, até 31 de dezembro de 2020, a medida em que houver disponibilidade de caixa, a critério da Diretoria; d) R\$ 8.943.681,21 (oito milhões, novecentos e quarenta e três mil, seiscentos e oitenta e um reais e vinte e um centavos) destinados à Reserva Especial de Lucros. 3. a fixação de remuneração anual global dos administradores será objeto de oportuna deliberação. **Encerramento:** Nada mais havendo a tratar, o Sr. Presidente declarou encerrados os trabalhos, suspendendo-se a reunião pelo tempo necessário à lavratura da presente ata, que, depois de lida e achada conforme, foi assinada por todos os acionistas presentes. São Paulo, 27 de abril de 2021. **André Petrich Mellão**, Presidente da Mesa; **Marcos Mellão Alves de Lima**, Secretário. Acionistas: E. **Mellão Participações Ltda.** p.p. José Artur Lima Gonçalves; R. **Mellão Participações Ltda.** p.p. Gabriela Mellão Alves de Lima; **ME Mellão Participações Ltda.**; **Marcos Mellão Alves de Lima**; **Gabriela Mellão Alves de Lima**; **Federico Mellão Alves de Lima**; **Maria Eudóxía Mellão Figueiredo Atkins**; **Sergio Mellão Figueiredo**; **André Petrich Mellão**; **Renata de Tomasi Mellão** p.p. André Petrich Mellão. **JUCESP** - Registrado sob nº 666.495/21-0 em 30/12/2021. **Gisela Simiema Ceschin** - Secretária Geral.

**RCB Mellão Participações S.A.**

CNPJ/ME nº 09.516.458/0001-72 - NIRE 35.300.359.500

Ata da Assembleia Geral Ordinária realizada em 27 de abril de 2021

**Data, Hora e Local:** 27 de abril de 2021, às 11:00 horas, na Avenida Brigadeiro Faria Lima, nº 2092, 15º andar, conj. 153, Jardim Paulista, nesta Capital. **Presença:** Dispensadas as formalidades de convocação, uma vez que se encontra presente a totalidade de seus acionistas, conforme assinaturas apostas em livro próprio. **Composição da Mesa:** Presidente: **Maria Eudóxía Mellão Figueiredo Atkins**; Secretário: **Federico Mellão Alves de Lima. Ordem do Dia:** (1) prestação de contas dos administradores, exame, discussão e deliberação sobre as demonstrações financeiras da Companhia, relativas ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2020, publicadas na forma da lei; (2) destinação do resultado do exercício; e (3) fixação da verba global destinada à remuneração anual dos administradores. **Deliberações Tomadas por Unanimidade de Votos dos Presentes:** 1. aprovadas, sem emendas ou ressalvas, com a abstenção dos legalmente impedidos, o relatório e as contas dos administradores da Companhia, bem como as demonstrações financeiras relativas ao exercício encerrado em 31 de dezembro de 2020; 2. aprovada, sem emendas ou ressalvas, a destinação do lucro líquido do período final de 2020; 2. aprovada, sem emendas ou ressalvas, a destinação do lucro líquido do período final de 2020 no montante de R\$ 2.042.176,78 (dois milhões, quarenta e dois mil, cento e setenta e seis reais e setenta e oito centavos), da seguinte forma: a) R\$ 102.108,84 (cento e dois mil, cento e oito reais e oitenta e quatro centavos), correspondentes a 5% do lucro líquido, destinados à reserva legal; b) R\$ 306.326,52 (trezentos e seis mil, trezentos e setenta e seis reais e setenta e seis centavos), correspondentes a 15% do lucro líquido destinados ao fundo de reserva a que se refere a alínea "c" do artigo 19 do Estatuto Social; e (4) R\$ 1.633.741,42 (um milhão, seiscentos e noventa e três reais e oitenta e nove centavos), correspondentes a 5% do lucro líquido, destinados ao pagamento de dividendos aos acionistas, a serem pagos ao longo do exercício, até 31 de dezembro de 2020; d) e ainda, a distribuição adicional de dividendos da Reserva Especial, no montante de R\$ 2.412.537,62 (dois milhões, quatrocentos e doze mil, quinhentos e trinta e sete reais e sessenta e dois centavos), também destinados ao pagamento de dividendos aos acionistas, a serem pagos ao longo do exercício, até 31 de dezembro de 2020, a medida em que houver disponibilidade de caixa, a critério da Diretoria; 3. a fixação de remuneração anual global dos administradores será objeto de oportuna deliberação. **Encerramento:** Nada mais havendo a tratar, o Sr. Presidente declarou encerrados os trabalhos, suspendendo-se a reunião pelo tempo necessário à lavratura da presente ata, que, depois de lida e achada conforme, foi assinada por todos os acionistas presentes. São Paulo, 27 de abril de 2021. **Assinaturas: Mesa:** Maria Eudóxía Mellão Figueiredo Atkins - Presidente; Federico Mellão Alves de Lima - Secretário. **Acionistas:** E. Mellão Participações Ltda. p.p. José Artur Lima Gonçalves; R. Mellão Participações Ltda. p.p. Gabriela Mellão Alves de Lima; **ME Mellão Participações Ltda.** **Marcos Mellão Alves de Lima**; **Gabriela Mellão Alves de Lima**; **Federico Mellão Alves de Lima**; **Maria Eudóxía Mellão Figueiredo Atkins**; **André Petrich Mellão**; **Renata de Tomasi Mellão**, p.p. André Petrich Mellão. **JUCESP** - Registrado sob nº 667.372/21-0 em 30/12/2021. **Gisela Simiema Ceschin** - Secretária Geral.

**BANCO BMG S.A.**

Companhia Aberta

CNPJ/ME nº 61.186.680/0001-74 - NIRE nº 3530046248-3

Ata da Reunião Ordinária do Conselho de Administração Realizada em 16 de Dezembro de 2021

**01- Data, Hora e Local:** Aos dezesseis dias do mês de dezembro de dois mil e vinte e um, às onze horas, na sede da Companhia situada na Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, nº 1.830, 14º andar, Bloco 01, Condomínio Edifício São Luiz, CEP 04543-900, Bairro Vila Nova Conceição, Município de São Paulo, Estado de São Paulo. **02 - Convocação e Presença:** Em atendimento à convocação realizada, estiveram presentes os Conselheiros Ricardo Annes Guimarães, Antônio Mourão Guimarães Neto, Ângela Annes Guimarães, Olga Stankevicius Colpo, Dorival Dourado Junior, Manuela Vaz Artigas, José Eduardo Gouveia Domingale, Regina Annes Guimarães e Marco Antonio Antunes. **03 - Composição da Mesa:** Os trabalhos foram presididos pelo Sr. Ricardo Annes Guimarães e secretariados pela Sra. Deise Peixoto Domingues. **04 - Ordem do Dia:** Deliberar sobre (i) a declaração e o pagamento de juros sobre capital próprio aos acionistas da Companhia; e (ii) a autorização para que a administração da Companhia pratique os atos necessários para a implementação das deliberações tomadas. **05 - Deliberações:** Após a análise das matérias constantes da ordem do dia, os senhores Conselheiros deliberaram, por unanimidade e sem restrições: (i) Aprovar a declaração e o pagamento de juros sobre o capital próprio aos acionistas da Companhia, calculados nos termos do artigo 9º da Lei nº 9.249/95, no valor total bruto de R\$ 184.000.000,00 (cento e oitenta e quatro milhões de reais), com retenção de 15% (quinze por cento) de imposto de renda na fonte, exceto para os acionistas comprovadamente imunes ou isentos, resultando em juros sobre capital próprio líquidos de R\$ 156.400.000,00 (cento e cinquenta e seis milhões e quatrocentos mil reais), equivalente ao valor líquido de R\$ 0,268184180 por ação ordinária e preferencial de emissão da Companhia. Os juros sobre capital próprio ora declarados serão imputados, *ad referendum* da Assembleia Geral Ordinária a se realizar em 2022, aos dividendos mínimos obrigatórios devidos aos acionistas da Companhia. O pagamento aos acionistas será efetuado até o dia 29 de abril de 2022, na proporção da participação de cada acionista no capital social da Companhia, fazendo jus ao pagamento os acionistas constantes da base acionária da Companhia em 27 de dezembro de 2021. (ii) Autorizar a diretoria da Companhia a praticar todos os atos necessários para a implementação das deliberações aprovadas do Conselho. **06 - Encerramento:** Nada mais havendo a ser tratado, foi encerrada a reunião do Conselho de Administração, da qual se lavrou a presente ata, em forma de sumário, que foi aprovada por todos os presentes. Ricardo Annes Guimarães, Ângela Annes Guimarães, Antônio Mourão Guimarães Neto, Dorival Dourado Junior, Regina Annes Guimarães, Olga Stankevicius Colpo, Manuela Vaz Artigas, José Eduardo Gouveia Domingale e Marco Antonio Antunes. **Ricardo Annes Guimarães** - Presidente da Mesa; **Deise Peixoto Domingues** - Secretária da Mesa. **JUCESP** 3.446/22-0 em 07.01.2022. **Gisela Simiema Ceschin** - Secretária Geral.

**BANCO BMG S.A.**

Companhia Aberta

CNPJ/ME nº 61.186.680/0001-74 - NIRE nº 3530046248-3

Ata da Reunião Ordinária do Conselho de Administração Realizada em 16 de Dezembro de 2021

**01- Data, Hora e Local:** Aos dezesseis dias do mês de dezembro de dois mil e vinte e um, às dezesseis horas, na sede da Companhia situada na Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, nº 1.830, 14º andar, Bloco 01, Condomínio Edifício São Luiz, CEP 04543-900, Bairro Vila Nova Conceição, Município de São Paulo, Estado de São Paulo. **02 - Convocação e Presença:** Em atendimento à convocação realizada, estiveram presentes os Conselheiros Ricardo Annes Guimarães, Antônio Mourão Guimarães Neto, Ângela Annes Guimarães, Olga Stankevicius Colpo, Dorival Dourado Junior, Manuela Vaz Artigas, José Eduardo Gouveia Domingale, Regina Annes Guimarães e Marco Antonio Antunes. **03 - Composição da Mesa:** Os trabalhos foram presididos pelo Sr. Ricardo Annes Guimarães e secretariados pela Sra. Deise Peixoto Domingues. **04 - Ordem do Dia:** Atualização da Política de Divulgação de Informações e Negociação de Valores Mobiliários; Disciplina ampliativa a matéria, os membros do Conselho de Administração, por unanimidade de votos e sem quaisquer ressalvas ou restrições, aprovaram a atualização da Política de Divulgação de Informações e Negociação de Valores Mobiliários, com vigência até 16/12/2022, mediante o documento faz parte integrante desta ata e encontra-se arquivado na Secretaria de Governança do Conselho. **05 - Encerramento:** Nada mais havendo a ser tratado, foi encerrada a reunião do Conselho de Administração, da qual se lavrou a presente ata, em forma de sumário, que foi aprovada por todos os presentes. Ricardo Annes Guimarães, Ângela Annes Guimarães, Antônio Mourão Guimarães Neto, Dorival Dourado Junior, Regina Annes Guimarães, Olga Stankevicius Colpo, Manuela Vaz Artigas, José Eduardo Gouveia Domingale e Marco Antonio Antunes. **Ricardo Annes Guimarães** - Presidente da Mesa; **Deise Peixoto Domingues** - Secretária da Mesa. **JUCESP** 3.448/22-8 em 07.01.2022. **Gisela Simiema Ceschin** - Secretária Geral.

**Edital de Citação Prazo de 20 dias, Processo nº 1006382-70/2020.8.26.0008.0(A)M. Juiz(a) de Direito da 4VC, do Foro Regional VIII Tatapuá, Estado de SP, Dr(a). Rubens Pedreira Lopes, na forma da Lei, etc. Faz Saber ao(s) Ivanildo Albuquerque de Freitas, CPF 033.706.354-02, e Fabiana Domingos de Araújo Rodrigues Freitas, CPF 009.317.284-28, que lhe foi proposta uma ação de Execução de Título Extrajudicial por parte de Marino Pravatto Junior, que lhes foi proposta ação de despejo por falta de pagamento c.c. Cobrança de aluguéis e acessórios, que foi convertida em Execução de Título Extrajudicial, dividida entre oriunda do imóvel localizado na Rua Asfaltine, 193, Vila Formosa - CEP 03358-110, /SP, que se encontra locado aos executados, para fins residenciais através do contrato de locação, e, entretanto que os executados estão em débito com os aluguéis e acessórios vencidos entre abril e junho de 2020 importando o débito em R\$ 8.791,92. Encontrando-se os réus em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua Citação, por Edital, para, no prazo de 03 (três) dias que fluirã após o decurso do prazo do presente edital, paguem a dívida no valor de R\$ 8.791,92, que deverá ser atualizada até a data do efetivo pagamento (art. 829 do Novo Código de Processo Civil). Ficam aliados Intimados, para indicação de bens passíveis de penhora, sua localização e valores respectivos (art. 774.V,NCPC) bem como para eventual oposição de embargos (art. 915, NCPC), ficando ciente de que, desde já, não estará deferido o pagamento parcelado do débito, na forma disposta no art. 916 do Novo Código de Processo Civil. No caso de não oposição de embargos, fixados os honorários advocatícios em 10% (dez por cento) sobre o valor da execução, ficando reduzidos à metade no caso de pagamento integral do débito (art. 827, caput e § 1º do NCPC). Prazo Para Embargos: 15 (quinze) dias, que fluirã após o decurso do prazo do presente edital. Não havendo interposição de embargos, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial (art. 257, IV, do CPC). Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. Nada mais. Dado e passado nesta cidade de São Paulo, aos 16 de novembro de 2021**

**A importância do RH Mobile nas empresas**

Paulo Oliveira (\*)

O que a mobilidade pode trazer de importante para o RH?

O conceito de reunir todas as informações na palma da mão chegou à gestão de pessoas com o RH Mobile. Acredite: esse não é um conceito passageiro, é melhor começar a mobilizar sua empresa para este passo importante dentro da realidade. Para não se tornar um dinossauro dentro do mercado. De acordo com a PNAO Continua TIC, realizada pelo IBGE em 2020, o percentual de pessoas que acessam a internet pelo celular passou de 97% para 98,1%.

Enquanto o mobile ganha espaço, outros equipamentos perdem. O uso de computadores caiu de 56,6% para 50,7% e de tablets, de 14,3% para 12%. Ou seja: o reinado absoluto do acesso à rede está bem aí na sua mão. Partindo dessa premissa, a questão não é mais se sua empresa deve ou não assumir estratégias em mobile, mas sim o quanto ela está atrasada por ainda não ter tomado decisões nesse sentido. No entanto, por onde se deve começar?

Um mapeamento dos anseios de seus colaboradores por ferramentas que gerem agilidade e conforto pode ser o primeiro passo. Identificar os gargalos do RH e quais seriam as soluções digitais para estes impasses outra medida importante. Os softwares e aplicativos já invadiram o setor de RH e estão sendo cada vez mais utilizados para realizar atividades operacionais, otimizar a produtividade, calcular indicadores, fornecer autonomia aos colaboradores por meio do autoatendimento, bem como melhorar a comunicação interna, tudo por meio de dispositivos móveis.

Com aplicativos, já é possível ter acesso a demonstrativos de pagamentos, e todos demais processos como décimo terceiro e PLR, consegue se informar sobre treinamentos e campanhas de segurança e medicina preventiva, programar suas férias, ter auxílio na integração de novos funcionários por meio de funções onboarding, acesso a dashboards com dados demográficos de performance, e uma série de outros recursos. Em resumo, o RH divide com os próprios funcionários uma série de funções que até pouco tempo ele não tinha livre acesso, nem autonomia em sua tomada de decisões.

O autoatendimento tende

(\*) - É Gerente de Marketing da Adpata.

**BANCO BMG S.A.**

Companhia Aberta

CNPJ/ME nº 61.186.680/0001-74 - NIRE nº 3530046248-3

**Ata da Reunião Ordinária do Conselho de Administração Realizada em 16 de Dezembro de 2021** **01- Data, Hora e Local:** Aos dezesseis dias do mês de dezembro de dois mil e vinte e um, às dezesseis horas, na sede da Companhia situada na Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, nº 1.830, 14º andar, Bloco 01, Condomínio Edifício São Luiz, CEP 04543-900, Bairro Vila Nova Conceição, Município de São Paulo, Estado de São Paulo. **02 - Convocação e Presença:** Em atendimento à convocação realizada, estiveram presentes os Conselheiros Ricardo Annes Guimarães, Antônio Mourão Guimarães Neto, Ângela Annes Guimarães, Olga Stankevicius Colpo, Dorival Dourado Junior, Manuela Vaz Artigas, José Eduardo Gouveia Domingale, Regina Annes Guimarães e Marco Antonio Antunes. **03 - Composição da Mesa:** Os trabalhos foram presididos pelo Sr. Ricardo Annes Guimarães e secretariados pela Sra. Deise Peixoto Domingues. **04 - Ordem do Dia:** Deliberar sobre a Alteração do endereço da Agência Belo Horizonte/Minas Gerais. **05 - Deliberações:** Após a análise das matérias constantes da ordem do dia, os Conselheiros deliberaram, por unanimidade e sem restrições: Em atendimento ao disposto no art. 24, item 7º, do Estatuto Social, os Senhores Conselheiros deliberaram por unanimidade dos votos, autorizar a alteração do endereço da Agência Belo Horizonte/Minas Gerais, para fins de fazer constar conforme abaixo: **DE:** Avenida Álvares Cabral, nº 1707, 1º andar, Parte, CEP: 30170-915, Bairro de Lourdes, Belo Horizonte, Minas Gerais, CNPJ: 61.186.680/0047-57, NIRE 3190235073-6. **PARA:** Avenida João Pinheiro, 190 - 2º e 3º andar - Lourdes - CEP: 30130-180 Belo Horizonte, Minas Gerais, CNPJ: 61.186.680/0047-57, NIRE 3190235073-6. Fica a Diretoria da Sociedade autorizada 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 do Conselho de Administração, da qual se lavrou a presente ata, em forma de sumário, que foi aprovada por todos os presentes. Ricardo Annes Guimarães, Ângela Annes Guimarães, Antônio Mourão Guimarães Neto, Dorival Dourado Junior, Regina Annes Guimarães, Olga Stankevicius Colpo, Manuela Vaz Artigas, José Eduardo Gouveia Domingale e Marco Antonio Antunes. **Ricardo Annes Guimarães** - Presidente da Mesa; **Deise Peixoto Domingues** - Secretária da Mesa. **JUCESP** 3.041/22-0 em 07.01.2022. **Gisela Simiema Ceschin** - Secretária Geral.

**Dez Asas Participações S.A.**

CNPJ/ME nº 17.456.871/0001-17 - NIRE 35.300.447.859

Ata da Assembleia Geral Ordinária realizada em 27 de abril de 2021

**Data, Hora e Local:** 27 de abril de 2021, às 12:00 horas, na Av. Brigadeiro Faria Lima, nº 2.092, 15º andar, conj. 153, Jardim Paulista, nesta Capital. **Presença:** Dispensadas as formalidades de convocação, uma vez que se encontra presente a totalidade de seus acionistas, conforme assinaturas apostas em livro próprio. **Composição da Mesa:** Presidente: **André Petrich Mellão**; Secretário: **Marcos Mellão Alves de Lima. Ordem do Dia:** (1) prestação de contas dos administradores, exame, discussão e deliberação sobre as demonstrações financeiras da Companhia, relativas ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2020, publicadas na forma da lei; (2) destinação do resultado do exercício. **Deliberações Tomadas por Unanimidade de Votos dos Presentes:** 1. aprovados, sem emendas ou ressalvas, com a abstenção dos legalmente impedidos, o relatório e as contas dos administradores da Companhia, bem como as demonstrações financeiras relativas ao exercício encerrado em 31 de dezembro de 2020. 2. tendo em vista o resultado do exercício, restou prejudicada a matéria relativa ao item "(2)" da ordem do dia. **Encerramento:** Nada mais havendo a tratar, o Sr. Presidente declarou encerrados os trabalhos, suspendendo-se a reunião pelo tempo necessário à lavratura da presente ata, que, depois de lida e achada conforme, foi assinada por todos os acionistas presentes. São Paulo, 27 de abril de 2021. **André Petrich Mellão**, Presidente da Mesa; **Marcos Mellão Alves de Lima**, Secretário. Acionistas: E. **Mellão Participações Ltda.** p.p. José Artur Lima Gonçalves; R. **Mellão Participações Ltda.** p.p. Gabriela Mellão Alves de Lima; **ME Mellão Participações Ltda.**; **Gabriela Mellão Alves de Lima**; **Maria Eudóxía Mellão Figueiredo Atkins**; **Sergio Mellão Figueiredo**; **Renata de Tomasi Mellão** p.p. André Petrich Mellão; **Federico Mellão Alves de Lima**; **André Petrich Mellão**; **Marcos Mellão Alves de Lima**. **JUCESP** - Registrado sob nº 666.496/21-9 em 30/12/2021. **Gisela Simiema Ceschin** - Secretária Geral.



sefa ozel\_CANVA

PLANEJAMENTO

# TENDÊNCIAS DE CIBERSEGURANÇA: O QUE 2022 NOS RESERVA?

Os ataques cibernéticos explodiram durante a pandemia e, infelizmente, parece que vão continuar, já que a nova força de trabalho distribuída traz mais oportunidades que os criminosos podem aproveitar.

Laurence Pitt (\*)

Os cibercriminosos provavelmente continuarão explorando qualquer vulnerabilidade humana ou técnica, e capitalizando com relação aos requisitos de TI cada vez mais complexos da era de trabalho híbrido.

Aqui, examinamos quais os ataques cibernéticos podem ser as maiores ameaças para este novo ano, mas também o que os líderes de TI podem fazer para evitar que a sua organização seja vítima de um próximo ataque.

**1 Ataques contra a cadeia de abastecimento** – Em 2021, houve um aumento dramático nos ataques contra a cadeia de abastecimento: a Agência da União Europeia para Cibersegurança (ENISA) relatou um aumento de quatro vezes nos ataques.

A natureza desses ataques foi diversa, mas os criminosos buscaram cada vez mais manter como alvo as cadeias de abastecimento de softwares, permitindo que às vezes comprometessem milhares de vítimas por meio de uma única violação, ao mesmo tempo que era fornecido a eles um amplo acesso interno via sistemas confiáveis.

É muito provável que esses ataques continuem em 2022, à medida que as organizações passarão a interagir cada vez mais, não apenas com os fornecedores terceirizados, mas também com as pessoas externas. Com a ameaça exacerbada pelos desafios de proteger o novo panorama distribuído, as organizações devem pensar seriamente em como garantir que a sua cadeia de abastecimento seja a mais segura possível.

**2 Ataques de comprometimento de DNS** – Os ataques cibernéticos, como ransomware e ataques de phishing, foram manchetes em 2021, mas junto com eles, estamos vendo surgir um outro tipo de ameaça: a falsificação de DNS ou o comprometimento de cache de DNS.

Pesquisas mostram que os ataques relacionados ao DNS estão crescendo: 72% das organizações pesquisadas sofreram um ataque de DNS em 2021 e um terço delas foi vítima de comprometimento de cache de DNS. Esses são os tipos de ataques de redirecionamento, por meio dos quais um invasor cibernético viola o Sistema de Nomes de Domínio (DNS) de um usuário.



cottonbro, abre em uma nova aba ou janela de Pixels\_CANVA

Por exemplo, o usuário pensa que está visitando o site A, mas, na realidade, está sendo redirecionado para o site B. Portanto, em vez de visitar o site A, ele é direcionado para um site que se parece com o site A, mas este é falso. O usuário ainda pode ser direcionado para o site pretendido, mas seguirá por outro caminho onde todos os dados inseridos poderão ser coletados.

**3 Confiança zero (Zero Trust)** – Um método de proteger os valiosos sistemas e dados das organizações é implementar uma política Zero Trust. Muitas organizações já estão familiarizadas com o conceito, mas em 2022 a política Zero Trust ganhará mais impulso entre as organizações.

Zero Trust desempenha um papel importante no desafio de proteger a cadeia de abastecimento, por exemplo, porque depende de não confiar em ninguém com acesso aos seus dados ou à sua rede até que se qualifique como "confiável" novamente, mesmo que apenas se confie nesse ponto por um determinado tempo ou para uma atividade em particular.

Zero Trust também pode mitigar algumas das ameaças associadas ao trabalho remoto, incluindo a prevenção do acesso a sistemas e a dados por meio de dispositivos inseguros rodando em uma mesma rede, que um dispositivo remoto corporativo. Na verdade, o Zero Trust cria um casulo em torno das atividades dos funcionários para garantir que qualquer ataque cibernético em potencial não se espalhe além dessa instância.

**4 Segurança desde o design** – Sempre que as pessoas tomam decisões sobre segurança, elas devem considerar a criação de segurança do zero. Há duas razões para isso. A primeira é que é muito mais fácil projetar uma segurança eficaz e onipresente no início de qualquer implementação, em vez de tentar aplicá-la quando todas as decisões tiverem sido tomadas.

O segundo motivo é que às vezes a adição de camadas de segurança pode afetar outras coisas, como a experiência do usuário. Por exemplo, a aplicação de filtros projetados para impedir que as pessoas visitem determinados sites, na verdade, pode impedi-las de acessar sites de negócios perfeitamente válidos.

É por isso, também, que às vezes a segurança tem a reputação de ser um departamento que diz: "não". Talvez as decisões de design tenham sido feitas e, em seguida, a proteção tenha sido adicionada, deixando a equipe de segurança sem opção a não ser dizer "não" ao detectar vulnerabilidades.

Além disso, a relevância da segurança deve ser claramente comunicada aos funcionários e às partes interessadas. Não deve ser algo feito de maneira inconsistente. Deve ser comunicada com muita clareza, de forma que as mudanças estejam ocorrendo no ambiente de TI. É um desafio cultural e tecnológico.

**5 Ssshhh ... protegendo a rede em silêncio** – A era do trabalho híbrido está chegando. Dados do governo do Reino Unido mostram que 85% das pessoas desejam aplicar a abordagem híbrida para trabalhar em casa e no escritório, futuramente. Portanto, embora haja a tendência de maior retorno à vida no escritório em 2022, os mesmos níveis de atividades provavelmente não serão observados como antes da pandemia.

Uma ocupação menor e padrões de trabalho menos previsíveis serão possíveis no futuro. Com muitos escritórios operando com capacidade e atividades na rede reduzidas e com uma menor pressão, agora pode ser uma grande oportunidade de realizar um benchmark do ambiente, detectando quaisquer elementos potenciais que não deveriam estar lá e entendendo onde pode haver riscos.

Pense nos dispositivos de rede que foram implementados - eles estão fazendo seu trabalho, porém representam algum risco? Talvez as TVs na sala de conferência, que podem se conectar à rede Wi-Fi corporativa ou até mesmo via Bluetooth?

É possível haver todos os tipos de dispositivos em uma rede corporativa, que poderiam ser melhor configurados com relação à segurança, mas isso não aconteceu no passado porque ninguém teve tempo ou sempre foi muito difícil devido a um grande tráfego de rede com um enorme número de pessoas no edifício.

As organizações estão buscando a tecnologia da Internet das Coisas (IoT), para ajudá-las a manter um ambiente confortável no escritório, mais seguro e com eficiência energética. Agora, é o momento perfeito para otimização da segurança desses e de quaisquer outros dispositivos na rede até 2022.

(\*) - É Estrategista de Segurança Global da Juniper Networks (<https://www.juniper.net/br/pt/>).



LagartoFilms\_CANVA

# Balcão Único da Jucesp completa um ano de funcionamento

“O Balcão Único é o melhor exemplo do processo de transformação digital que estamos implantando na Jucesp: praticidade, agilidade e redução de custos para o cidadão, o que traz reflexos positivos para o empreendedorismo no Estado”

Laçado em 15 de janeiro de 2021, o Balcão Único é uma ferramenta online da Junta Comercial de São Paulo (Jucesp) que agrupa, em apenas um formulário, todos os dados necessários para a abertura de uma empresa e os distribui para órgãos das esferas federal, estadual e municipal de maneira automática. Isso permite que o usuário abra gratuitamente uma empresa em poucos minutos. Em 2021, foram abertas 17.885 empresas pelo sistema.

É uma funcionalidade do Integrador Estadual, plataforma que reúne os órgãos responsáveis pelas diferentes etapas de abertura de uma empresa: a viabilidade do nome e do local de funcionamento, a emissão do CNPJ, o registro da empresa, a emissão das inscrições tributárias e o licenciamento. Enquanto no fluxo tradicional o usuário preenche formulários diferentes, no Balcão Único



Em 2021, através do Balcão Único, foram abertas 17.885 empresas.

as etapas acontecem de maneira instantânea, o que permite ao usuário abrir a empresa em poucos minutos, dependendo apenas de ter os dados à mão durante o procedimento.

“O Balcão Único é o melhor exemplo do processo de transformação digital que estamos implantando na Jucesp: praticidade, agilidade e redução de custos para o cidadão, o que traz reflexos

positivos para o empreendedorismo no Estado”, explica Walter Ioshii, presidente do órgão. A média do tempo de abertura de uma empresa pelo Balcão Único tem sido de 1h09, sendo que 47% dos casos acontecem em menos de uma hora e 11% em menos de quinze minutos. O recorde até o momento é de apenas 3m23s.

Vale ressaltar que a contagem deste índice inclui todo

o tempo em que o usuário está logado, do início ao fim do processo. É um dos poucos do país com todas as etapas automatizadas, tendo sido necessárias adaptações nos procedimentos de cada órgão envolvido para que isso acontecesse. No registro, por exemplo, o usuário deve utilizar um contrato padrão emitido pelo sistema, que será preenchido com os dados inseridos no formulário.

A Receita modernizou seu sistema para que a emissão do CNPJ acontecesse de maneira automática. A viabilidade em relação ao zoneamento da sede da empresa e a inscrição tributária dependem de sistemas automatizados nos municípios. Por isso, o serviço está disponível por enquanto apenas para a cidade de São Paulo, pelo fato da capital já possuir a automação em seus sistemas de viabilidade, inscrição municipal e licenciamento (Al/Jucesp).

## Como eu me vejo e você me vê

Pedro Signorelli (\*)

“Sou como você me vê. Posso ser leve como uma brisa ou forte como uma ventania. Depende de quando e como você me vê passar”

Essa afirmação é da escritora e jornalista ucraniana Clarice Lispector. A frase traz uma reflexão sobre como nos vemos e os outros nos veem, e que, por vezes, é diferente do que somos de fato. Nesse contexto, nas relações profissionais, por exemplo, nem sempre atendemos às expectativas, o que gera frustrações para ambos os lados, para quem entrega e para aquele que recebe.

Isso, seguramente, em decorrência da nossa percepção individual, dos nossos vieses e excesso de conhecimento ou falta dele. As nossas experiências pessoais e profissionais tendem a indicar o melhor caminho para a realização de um trabalho e indicar uma solução aos clientes. Por outro lado, assim como nós, o nosso parceiro ou cliente também possui o próprio discernimento do que lhe parece ser a melhor, ou seja, mesmo com a certeza da melhor entrega, quem recebe nem sempre compartilha da mesma percepção.

A partir de uma experiência pessoal, comecei a refletir sobre essa questão, em tempos de pandemia. Por conta das restrições sociais, muitos precisaram se adaptar em relação às atividades do cotidiano como a ida ao cabeleireiro ou barbeiro. Como no meu caso em que decidi cortar, pela primeira vez, o cabelo do meu filho. Fiz o meu melhor e pelo resultado tive a certeza de ter realizado um excelente trabalho, contudo ao finalizar notei nitidamente o descontentamento dele.

No primeiro momento, não compreendi o motivo do aborrecimento, uma vez que o corte ficou muito bom e alinhado. Mesmo orgulhoso do meu feito, questionei o que teria o entristecido. Ele me respondeu que esperava a

finalização do corte. Quando vai ao cabeleireiro, o profissional que o atende já sabe que ele é fã de dinossauros, e finalizava o visual modelando o cabelo dele com gel em formato de escamas, assim como os animais jurássicos.

Por um lado, eu estava certo de que fiz o meu melhor, mas isso, não foi suficiente para atender à expectativa do meu filho, falhei no detalhe e, neste caso, todo o esforço anterior tornou-se irrelevante. Esse relato pode nos trazer reflexões e aprendizados no mundo dos negócios. No campo profissional atuamos, em nossa maioria, focados na entrega e certos de oferecer o melhor serviço ou solução.

Contudo, nem sempre o que julgamos ser o melhor ou a parte mais importante é o esperado por quem demanda. Às vezes pode ser no detalhe o caminho para nossas maiores conquistas. Na gestão isso é sempre muito presente. É preciso entender o que o cliente vislumbra e estar atento às expectativas dos integrantes do time. Quando abre uma empresa, o fundador sabe para onde quer ir, é o seu propósito.

A chave para o sucesso é justamente conseguir conectar essa missão da companhia ao dia a dia das pessoas que passam a integrar o time. Na gestão por OKR - Objectives and Keys Results - essa conexão é permanente. Porque está no O (Objetivo) a narrativa do propósito da companhia.

Pensando nos novos gestores que podem vir a integrar uma equipe lembrei do que diz o professor e palestrante Ram Charan, certamente um dos maiores gurus de liderança na atualidade. “Amplie sua visão, não apenas lendo livros, mas olhando sob a ótica dos outros”. O corte de cabelo era perfeito, mas não correspondia à expectativa do meu cliente.

(\*) - Especialista na implementação do método OKR, fundou a Pragmática Consultoria em Gestão, para ajudar outras organizações em suas jornadas de transformação e gestão (www.gestaopragmatica.com.br).

## Setor de serviços cresceu 2,4%, após dois meses de queda

O setor de serviços cresceu 2,4% na passagem de outubro para novembro, após dois meses de taxas negativas, recuperando a perda acumulada de 2,2%. Com o resultado de novembro, o setor ficou 4,5% acima do patamar pré-pandemia, registrado em fevereiro de 2020, mas está 7,3% abaixo do recorde alcançado em novembro de 2014. Os dados são da pesquisa divulgada ontem (13) pelo IBGE.

Segundo o gerente da pesquisa, Rodrigo Lobo, a recuperação do mês de novembro coloca o setor no maior patamar dos últimos seis anos, igualando-se ao nível de dezembro de 2015. “Das últimas 18 informações divulgadas, na comparação mês contra mês anterior, 15 foram positivas e 3 foram negativas: março, devido à segunda onda de Covid-19, e setembro e outubro, por conta de aumentos de preços em telecomunicações e passagens aéreas”, disse, em nota, o pesquisador.

Segundo o IBGE, quatro das cinco atividades pesquisadas avançaram no mês de novembro, com destaque para serviços de informação e comunicação (5,4%), que



Sobressaiu o setor de TI, nos segmentos de portais, provedores de conteúdo e ferramentas de busca da internet.

recuperaram a perda de 2,9% verificada nos dois meses anteriores. Com isso, a atividade se coloca num patamar 13,7% acima de fevereiro de 2020. “Nessa atividade, sobressai o setor de TI, nos segmentos de portais, provedores de conteúdo e ferramentas de busca da internet; desenvolvimento e licenciamento de softwares e consultoria em tecnologia da informação”, disse Lobo.

O setor de TI cresceu 10,7% de outubro para novembro, maior taxa desde janeiro de 2018 (11,8%), ficando 47,4% acima do patamar pré-pandemia. O segundo impacto positivo veio da atividade de transportes, que cresceu 1,8% e praticamente recuperou a perda de 1,9% observada entre setembro e outubro. Com isso, a atividade está num patamar 7,2% acima de fevereiro de 2020. “Os destaques na área de transportes foram transporte aéreo de passageiros, correio e transporte rodoviário de carga”, informou Lobo.

Com alta de 2,8%, os serviços prestados às famílias representaram o terceiro impacto positivo no mês. “Esta é a oitava taxa positiva seguida, acumulando um crescimento de 60,4%, mas ainda insuficiente para voltar ao patamar pré-pandemia. O segmento está operando num nível 11,8% abaixo de fevereiro de 2020”, explicou o pesquisador. Por outro lado, com queda de 0,3%, os serviços profissionais, administrativos e complementares apresentam a quarta taxa negativa seguida, acumulando perda de 3,7% (ABR).



lobato@netjen.com.br

### A – Livros Espanhóis

Não existe mais limite territorial para literatura de qualidade. Com o mercado editorial cada vez mais promissor, o Escritório Econômico e Comercial da Embaixada da Espanha em São Paulo, acaba de soltar sua lista com os títulos espanhóis cujos direitos autorais estão disponíveis para as editoras brasileiras. A lista pode ser vista no portal (www.newspanishbooks.br.com). O Ministério da Cultura espanhol também oferece concessões para incentivar e promover o conhecimento no Brasil das obras que compõem o patrimônio cultural espanhol, financiando o custo da tradução para a língua portuguesa. De acordo com o Instituto Cervantes, 7,8% da população mundial, ou 650 milhões de pessoas, falam espanhol.

### B – Crédito Pesqueiro

A Caixa está disponibilizando linhas de crédito para pescadores artesanais enquadrados no Pronaf. A taxa de juros é a partir de 3% ao ano e o prazo para reembolso é de até 12 meses na modalidade de custeio da atividade pesqueira e de até 120 meses para quem contrata os recursos para investimento. Na modalidade de custeio, é possível contratar até R\$ 250 mil e o recurso pode ser utilizado para financiamento das despesas relacionadas à captura do pescado e à conservação das embarcações e equipamentos. Para investimento, o pescador pode financiar até R\$ 200 mil para aquisição e reforma de máquinas e equipamentos, bem como para construção ou ampliação de benfeitorias.

### C – Jazz Festival

Manaus se transformará na capital mundial do jazz em 2022, com a realização do Amazonas Green Jazz Festival. Serão 16 apresentações, reunindo a nata da música instrumental brasileira com a elite internacional do gênero, no palco do Teatro Amazonas, entre os dias 22 e 30 de julho. Durante a maratona de jazz na cidade, serão dois concertos por noite. “Uma oportunidade ímpar de conferir de perto alguns dos maiores instrumentistas e intérpretes da atualidade, além de aproveitar a ampla programação multicultural que ocorrerá durante o festival”, destaca Marcos Apolo Muniz, titular da Secretaria de Cultura. O público poderá garantir os ingressos para os espetáculos, a partir de 1º de fevereiro, na bilheteria do teatro ou pelo site: (www.festivalamazonasjazz.com.br). Os valores variam de R\$ 30 a R\$ 100 (inteira).

### D – Transações em Dólar

A Conta Global do C6 Bank ganhou uma funcionalidade que vai facilitar a vida de quem precisa realizar transações financeiras internacionais. Já

disponível no app para um grupo de clientes, o recurso de transferência para outros países permite que o correntista, em poucos passos, envie e receba dólares de qualquer conta bancária no exterior. É preciso ter a conta para usufruir do serviço. Atende ao cliente que deseja, por exemplo, enviar dinheiro para o filho no exterior, receber salário de empresa estrangeira, realizar investimentos em outro país, receber aluguel de imóvel próprio situado no exterior, pagar cursos, entre outras necessidades. O prazo para o envio de dólares é de dois dias úteis e a taxa é de US\$ 30. Saiba mais em: (https://www.c6bank.com.br).

### E – Região Enoturística

O Alentejo, maior região de Portugal, recebeu uma importante distinção do jornal norte-americano New York Times. O destino foi incluído na lista “52 Places for a Changed World”, que selecionou os destaques ao redor do mundo onde os viajantes podem ser parte da solução para o planeta. Foi destacado como uma região enoturística, pois tem os elementos para a viticultura: sol, solo, diferentes castas de uvas e uma tradição na produção de vinho. No entanto, faltam chuvas para que as condições sejam perfeitas. Por isso, em 2015, o Alentejo criou o Programa de Sustentabilidade, com medidas que priorizam a conservação de água e ajudaram as herdades a reduzir o consumo de água Alguas, que utilizavam 14 litros de água para produzir um único litro de vinho, diminuíram esse número para 6 litros. Para mais informações, visite (www.turismodoalentejo.com.br).

### F – Consumo de Tilápia

O nome Saint Peters já é conhecido e facilmente confundido com uma variedade de peixes. Isso porque a marca, pertencente ao grupo GeneSeas, é sinônimo de excelência e está presente nas melhores redes de supermercados. Para a empresa, porém, esse é apenas o começo. A missão é ampliar o consumo de pescados no país, oferecendo um produto versátil e de qualidade, sem perder a redução do impacto ambiental através da aquicultura responsável. Foi montada uma estrutura de produção com atuação em todos os elos da cadeia, partindo da produção de ração, passando pela piscicultura, beneficiamento e distribuição. Se conseguiu, com isso, que, depois de abatida, a tilápia fosse embalada e congelada de forma que as propriedades nutricionais e o frescor do peixe permanecessem intactos (www.saintpeters.com.br).

### G – Água e Alimentos

Para apoiar as famílias afetadas pelas chuvas que atingem a Bahia, o Grupo Ultra, em uma ação conjunta com a Ipiranga e a rede de lojas de conveniência AmPm, anunciou a doação de 4 mil cestas básicas e mais

de 10 mil litros de água potável para as cidades de Camaçari e Itabuna. Duas mil cestas estão sendo entregues ao Corpo de Bombeiros de Camaçari e 2 mil levadas à filial da Ultrazag em Itabuna. Mais de 10.200 litros de água potável foram entregues à filial da Ultrazag em Itabuna, e os próprios funcionários levarão até os abrigos 2.688 garrafas de 1,5 litro e 1.248 galões de cinco litros. As fortes chuvas no estado da Bahia causaram 26 mortes. Mais de 850 mil pessoas foram atingidas pelas tempestades em 176 cidades.

### H – Inglês para Jornalistas

A Universidade da Pensilvânia, nos Estados Unidos, está iniciando um novo ciclo de seu curso de inglês para jornalistas, gratuito com legendas em português. O “English for Journalism” é destinado a profissionais do setor que já falem inglês mas não sejam nativos e queiram aperfeiçoar o domínio do idioma, e também a quem se interessa por temas como jornalismo internacional e mídia digital. Além de treinar os participantes no vocabulário da área, o curso cobre técnicas da prática jornalística, úteis para os que trabalham na imprensa ou em áreas afins e para os que desejam aprender mais a respeito da indústria de mídia. A escala é flexível, com as aulas podendo ser assistidas no horário mais conveniente para os participantes. Inscrições e mais informações: (https://www.classcentral.com/course/journalism-6009).

### I – Diamantes das Cinzas

Para homenagear familiares ou amigos preciosos, eternizando-os, é que a Casa Funerária São João Batista, localizada na Barra da Tijuca/RJ e administrada pelo Grupo Riopae, firmou parceria exclusiva com o laboratório Heart in Diamond, com matriz no Reino Unido e filial na Califórnia, para lançar diamantes produzidos a partir das cinzas de pessoas que foram cremadas. É feito usando a fonte pessoal de carbono de uma pessoa, o que o torna uma lembrança única e com extremo envolvimento emocional por conter memórias valiosas. Para criar essa memória especial em meio ao luto, é possível escolher entre mais de 500 conjuntos de joias nas cores laranja amarelado, amarelo esverdeado, vermelho escuro, azul e branco, e receber o diamante em forma de anel, brinco ou colar. Saiba mais em: (https://we.tl/LqYR1FKznV) - (www.riopae.com.br).

### J – Data Driven

A revolução data driven já é uma realidade que impacta diferentes áreas de negócios e o marketing e a comunicação não ficam de fora. Muitas companhias e profissionais da área, no entanto, não sabem como dar o primeiro passo para viabilizar esse tipo de ação. Não conhecem as ferramentas e ainda não possuem uma cultura guiada por dados. Pensando nisso, a Cortex promove, gratuitamente, no próximo dia 18 (terça-feira), às 9h, na Plataforma: Zoom, um bate-papo sob o tema: “Posicionamento da Marca com dados: use o Big Data para ações de Marketing e Comunicação”. Os participantes mostrarão como usar as inúmeras fontes de dados que temos disponíveis hoje para traçar um planejamento de posicionamento de marca para os diferentes tipos de empresa. Inscrições para o meetup já estão abertas em: (https://pages.cortex-intelligence.com/meetup-posicionamento-de-marca-com-dados).

## COLUNA DO HERÓDOTO

Eleições  
à vista

Heródoto Barbeiro (\*)

*Ano de eleição é ano incomum no Brasil. Especialmente quando está em disputa a presidência da república.*

Já era esperada uma radicalização de parte a parte e por isso a disputa se polariza entre o candidato apoiado pela direita e pela esquerda. A situação é ainda mais tensa porque um dos candidatos vem das forças armadas. O envolvimento de militares na política vem desde a época da proclamação da república, passa pelos movimentos tenentistas, pela ascensão de Vargas e por todas as crises que se sucederam.

A situação vivida pelo país agrava ainda mais a tensão da campanha. Há uma inflação descontrolada, queda do poder aquisitivo da população e o empobrecimento real. Há um descontentamento geral no campo e no setor financeiro. A imprensa avisa que o Brasil não tem como pagar as parcelas vencidas da dívida externa, que não deixa de crescer.

Os juros internacionais não param de subir o que contribui para piorar as contas públicas. Os gastos públicos estão descontrolados e decididos por critérios puramente políticos o que favorece os que estão encastelados no poder há décadas.

Na disputa presidencial não pode faltar um ríspido debate entre os que são favoráveis ao nacionalismo, com a ampliação das estatais especialmente em setores considerados estratégicos como petróleo, minérios e aciaria.

As empresas estrangeiras devem ser nacionalizadas como aconteceu em Cuba, líder da campanha contra a influência norte americana no continente. É uma das bandeiras principais da esquerda.

Do outro lado estão os que querem a privatização e a abertura para uma eco-

nomia liberal de mercado. Estes são rotulados de entreguistas, vinculados ao capital internacional que tem como objetivo dominar as nações latino americanas, e entre elas o Brasil.

No fundo os programas eleitorais se assentam nos pilares do capitalismo ou socialismo. A vitória de um ou outro candidato pode determinar o caminho da economia nacional. Os partidos políticos estão embotados. Mudam de lado de acordo com o vento político.

As pesquisas eleitorais servem de norte para os partidos apoiarem um ou outro candidato à presidência. Além dos candidatos mais cotados, abre-se a possibilidade de uma terceira via, alguém que se distanciasse dos radicalismos divulgados tanto pela imprensa como nas reuniões políticas. Isto possibilita a candidatura populista de Adhemar de Barros, ex-interventor em São Paulo.

O marechal Henrique Teixeira Lott inicia a campanha de forma robusta mas vai perdendo força ao longo da campanha. Tem o apoio da esquerda e ao seu lado, candidato a vice, está João Goulart, ex-Ministro do Trabalho no governo democrático de Vargas. O candidato da oposição ao presidente Juscelino é o ex-governador de São Paulo, Jânio Quadros.

Outro populista, hábil na comunicação popular e que conta com o apoio de amplos setores da direita, especialmente do setor industrial. A disputa chega ao auge com o lançamento da chapa Jan-Jânio, ou seja Jânio e Jango, ainda que este esteja na chapa do marechal Lott. A legislação eleitoral permite. Essa aliança recebe nas urnas o apoio do eleitorado.

Jânio é eleito com 48% dos votos, Lott tem 32% e Adhemar 20%. Começa a crise que culmina com a renúncia do presidente.

(\*) - É jornalista da Record News, R7 e Nova Brasil fm (www.herodoto.com.br).

## Quatro grandes tendências de marketing mobile para 2022

Com o começo de um novo ano, começam também as previsões e tendências que estão por vir. Com os efeitos da pandemia da COVID-19 e a introdução de alterações no IDFA com o iOS 14 no início deste ano, mudanças profundas ocorreram no marketing mobile (e no mundo como um todo).

Com os efeitos desses eventos ainda presentes, 2022 parece ser outro ano transformador para o marketing mobile. Vejamos algumas das principais previsões e tendências que acredito para 2022.

## #1) O e-commerce continuará priorizando cada vez mais o mobile

Os efeitos da pandemia da COVID-19 levaram a mudanças duradouras em muitos setores, e um dos mais notáveis é a aceleração do e-commerce ao invés do comércio físico, comum no varejo. De acordo com o último relatório da Adjust, o Brasil registrou o segundo maior número de downloads de apps de comércio eletrônico no mundo, e a América Latina registrou um aumento de 27% de tempo de uso em apps de compras em 2021, mostrando a força das compras por celular no continente.

Como resultado dessa mudança, uma série de grandes varejistas, como a Sephora, mudaram seu orçamento interno para se concentrar mais em campanhas mobile do que em campanhas de lojas físicas. Para navegar neste espaço cada vez mais competitivo, os profissionais de marketing e desenvolvedores de aplicativos precisarão se concentrar na criação de experiências convenientes entre dispositivos, além de incentivar e reter seus usuários com sucesso.

## #2) Aplicativos de finance se tornando "super apps" de estilo de vida financeiro

Populares na Ásia, os "super apps" são aplicativos mobile que fornecem vários serviços para se tornar uma abrangente plataforma de comércio e comunicação. Aplicativos como o WeChat integram um grande número de "mini programas" que permitem aos usuários pedir um táxi, solicitar um empréstimo ou comprar de uma empresa local, tudo no mesmo lugar.

Seguindo essa tendência, os aplicativos financeiros em outras regiões, como o PayPal nos EUA e o Nubank se destacando no Brasil, estão se expandindo cada vez mais para fora dos serviços bancários, criando apps de finanças gerais e de estilo de vida. Muitos bancos estão criando recursos, como planejamento financeiro, diretamente em seus aplicativos, criando uma oportunidade para que seus apps forneçam serviços financeiros ao consumidor além de um banco regular.



## #3) Podcasts terão uma participação cada vez maior nos investimentos com anúncios para celular

Embora os podcasts não sejam uma novidade no espaço da mídia digital, nos últimos anos eles deram um salto em termos de crescimento do número de ouvintes, e os anunciantes perceberam. De acordo com a eMarketer, os investimentos com anúncios em podcasts ultrapassaram US \$1 bilhão em 2021 e devem ultrapassar US \$2 bilhões até 2023. O crescimento e as atividades de conversão que acontecem na publicidade em podcast apresentam grandes oportunidades para os profissionais de marketing, especialmente no mercado brasileiro, já que 57% da população começou a ouvir podcasts durante a pandemia. Além disso, o Brasil é o quinto maior consumidor de podcasts no mundo atualmente.

Os podcasts estão intimamente ligados ao desenvolvimento do marketing de influência, com a confiança implícita no host ou criador do conteúdo, desempenhando um papel fundamental nas decisões de compra. Isso é particularmente verdadeiro para os compradores mais jovens, com 70% dos consumidores dos Millennials e da Geração Z relatando que compraram itens por recomendação de um social influencer.

Os compradores de anúncios estão respondendo, com quase metade, planejando aumentar seus investimentos em podcasts e 71% planejando aumentar o investimento em conteúdo de marca por influenciadores, de acordo com Kantar. Nos próximos anos, esperamos que os podcasts, e particularmente seus hosts, desempenhem um papel fundamental no direcionamento aos ouvintes mais jovens.

## #4) O excesso de serviços por assinatura levará a mais canais com suporte de anúncios e inventário de anúncios para CTV/OTT

A última década viu uma mudança constante nos hábitos de assistir televisão, da TV aberta ou serviços de TV por assinatura, para streaming e serviços Over The Top (OTT). A pandemia apenas acelerou essa tendência. O crescimento da TV conectada (CTV) explodiu em 2020 e 2021, e um grande fluxo de novos serviços de streaming entrou no mercado, incluindo HBO Max, Disney+, Apple TV+ e Discovery+. Mais de um milhão de assinaturas de TV Paga foram canceladas no ano passado, o movimento em direção ao streaming de CTV e OTT é claro.

No entanto, este grande fluxo também criou uma "overdose de serviços por assinatura", já que o aumento nos serviços de streaming também significa mais taxas mensais para os usuários acessarem o conteúdo. Em última análise, há um limite para o número de assinaturas que a maioria das pessoas está disposta a fazer para esses serviços, e uma pesquisa recente da Hub Research já mostra que 41% dos entrevistados preferem assistir a conteúdo gratuito com anúncios.

Em 2022, esperamos ver muito mais opções de canais de streaming gratuitos e com suporte de anúncios. Isso dará aos anunciantes novas oportunidades dentro da CTV, que está evoluindo rapidamente como um canal de marketing. Enquanto os anúncios lineares da Televisão convencional funcionam principalmente como um canal de reconhecimento de marca, os recursos da CTV permitem que as grandes telas se tornem mais um canal de marketing de desempenho, com novas opções de análise, rastreamento, refinamento, segmentação e promoção em dispositivos diferentes.

## Startup apresenta o Currículo Oculto como nova ferramenta de diversidade e inclusão para empresas

A Jobecam, HRTech referência no setor de recrutamento, seleção e D&I, que torna os processos seletivos mais diversos, acessíveis e eficientes por meio da tecnologia de vídeo e entrevistas às cegas, dá mais um importante passo nas práticas de diversidade e inclusão dos processos seletivos dentro das empresas. A startup, que dobrou de tamanho no último ano (2021), com 200% de crescimento, projeta crescer 300% em 2022, segue o seu plano de atuação no mercado brasileiro com o lançamento de mais uma funcionalidade. Agora, além de contarem com os vídeos às cegas, os recrutadores podem requerer o currículo oculto da pessoa candidata.

O currículo oculto segue o modelo tradicional na sua estrutura. A diferença é que não é revelado o nome, foto, idade e nem o bairro onde a pessoa candidata mora. Ou seja, as informações pessoais são excluídas para evitar discriminações de gênero, raça, classe e faixa etária.

Com a novidade, a pessoa recrutadora terá acesso aos dados básicos do talento

como: Profissão, Idiomas falados, Experiências Profissionais (sem mencionar a empresa, apenas o seu segmento), Histórico Acadêmico (sem mencionar a instituição de ensino) e Habilidades. Os avatares, já conhecidos na tecnologia de vídeo da Jobecam, também são usados, substituindo a foto das pessoas candidatas.

"A nova ferramenta é mais uma forma de combate aos vieses inconscientes. Por exemplo, evitamos percepções com relação a localização de pessoas que moram em locais afastados e têm mais chances de não serem descartadas por esse motivo, além da faculdade que cursou e gênero", comenta a CEO da Jobecam, Camilla Yochabell.

A startup que hoje atende clientes do porte do Bradesco e Vivo, aposta na oferta de uma experiência cada vez mais completa para os profissionais de RH, criando um ambiente ainda mais diverso dentro das empresas, com cursos e materiais educativos sobre diversidade, inclusão e vieses inconscientes.

A Jobecam que foi acelerada pela Oracle, Google, Microsoft e Estação Hack from Facebook e já recebeu aporte da BRQ, Harvard Angels, BVC e People + Strategy, espera agora expandir sua atuação nas regiões Sul, Sudeste e Nordeste do país já nos próximos meses.

A novidade chega em um momento em que 39% das empresas já vem investindo em tecnologias que evitam vieses discriminatórios na contratação, segundo o Guia Salarial 2022, da Robert Half, divulgado em outubro deste ano. Hoje, a plataforma já promove um aumento de cerca de 70% de diversidade nas contratações, mantendo o sigilo da voz, a aparência e dados da pessoa avaliada durante toda a entrevista. Além disso, o uso de inteligência artificial otimiza os processos seletivos em mais de 80%.

"Práticas de diversidade, equidade e inclusão melhoram produtividade e impactam positivamente na cultura da companhia. Além de atrair e reter talentos, tornando o ambiente mais criativo", finaliza.

## News @TI

## Motorola retorna ao mercado de tablets

AA Motorola anuncia a chegada do moto tab g70 a partir de hoje em todo o Brasil, marcando o retorno da Motorola ao mercado de tablets e a expansão do ecossistema de produtos da marca. O aparelho vem em duas versões: o moto tab g70, que possui conectividade com a rede Wi-Fi dual band (frequências 2,4 GHz e 5 GHz), e o moto tab g70 LTE, que além do Wi-Fi, também agrega conexão de dados móveis até 4G, por isso o nome LTE. O moto tab g70 vem com a versão pura do Android 11 e foi projetado para o entretenimento, atendendo uma das principais demandas dos consumidores no momento em que a tendência de atividades híbridas ganham cada vez mais relevância no mundo. "Mais uma vez, a Motorola escutou seus usuários e decidiu aumentar o seu ecossistema de produtos, oferecendo uma nova opção para curtir seus jogos e programas favoritos em uma tela maior", disse Juliana Mott, head de MKT da Motorola. "E nada melhor do que lançar um tablet com o nome da família moto g, a mais querida do Brasil. O moto tab g70 segue a mesma linha de posicionamento da franquia moto g: um produto de qualidade com um preço competitivo" (https://www.motorola.com.br/).

Empresas & Negócios José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Laurinda Machado Lobato (1941-2021)

Publisher: Lillian Mancuso (lilian@netjen.com.br)

**Editorias**  
Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterariaralph.com.br);  
Comercial: Tatiana Sapateiro - tatiana@netjen.com.br  
Publicidade Legal: lillian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; Edição Eletrônica: Ricardo Souza.  
Revisão: Maria Cecília Camargo; Serviço Informativo: Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

**Jornal Empresas & Negócios Ltda**  
Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 - Vila Mariana - São Paulo - SP - CEP: 04128-080 - Telefone: (11) 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.

Colaboradores: Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro.

ISSN 2595-8410

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

# Maioria das empresas querem adotar o Zero Trust em 2022

De acordo com o levantamento, 80% dos entrevistados afirmam que suas empresas pretendem adotar o Zero Trust em 2022, enquanto 96% acreditam que sua implementação é capaz de neutralizar ou limitar um ciberataque

O Zero Trust é uma das principais tendências do mercado de segurança cibernética. A Appgate, multinacional especializada em acesso seguro e cibersegurança, em parceria com o Dr. Chase Cunningham - também conhecido como Dr. Zero Trust, uma das maiores autoridades mundiais do assunto - apresenta números de um estudo global com 1.300 profissionais de segurança e risco para entender suas opiniões a respeito e conhecer os planos das empresas para sua implementação.

De acordo com o levantamento, 80% dos entrevistados afirmam que suas empresas pretendem adotar o Zero Trust em 2022, enquanto 96% acreditam que sua implementação é capaz de neutralizar ou limitar um ciberataque.

“A pesquisa conduzida pelo Dr. Cunningham demonstra que, apesar de eventuais restrições no orçamento e de algumas dificuldades técnicas, como aplicar uma mentalidade de segurança moderna ao ecossistema existente com infraestrutura legada, a maioria das organizações vêem o Zero Trust como uma estratégia necessária”, observa Marcos Tabajara, diretor de vendas da Appgate do Brasil.

“Pessoas em posição de liderança precisam ser incentivadoras da mudança para o Zero Trust. Há muitas organi-



A maioria das organizações vêem o Zero Trust como uma estratégia necessária.

zações que continuam a ser hackeadas, o que mostra que a abordagem arcaica da segurança atual simplesmente não resistirá aos cenários futuros, e as lideranças começaram a perceber que existe uma chance de fazer as coisas de maneira diferente”, explica Cunningham, responsável pela criação da estrutura Zero Trust eXtended Ecosystem durante sua gestão na consultoria de tecnologia Forrester.

“Também é preciso entender que há uma curva de maturidade. Só porque a empresa está adotando o Zero Trust não significa necessariamente que ela está começando do zero, continua o Dr. Zero Trust. “Há coisas que você faz primeiro porque vão trazer uma mudança substancial, como o

gerenciamento de identidade e acesso (IAM), e há coisas que você faz depois.

Onde estamos agora é realmente sobre os usuários: identidade, acesso e privilégios - esse é o fator-chave em torno do qual gira o ciberespaço. Então, se você vai resolver um problema primeiro, que seja o gerenciamento de identidade e acesso”, completa. Veja os principais dados coletados pela pesquisa:

- 80% das empresas planejam adotar o Zero Trust em 2022;
- 93% dos profissionais afirmam que suas empresas entendem o Zero Trust como necessário;
- 96% acreditam que o Zero Trust pode interromper ou limitar o

sucesso de um ataque;

- 52% apontam maior produtividade que os modelos tradicionais como principal motivo para considerar ou implementar o Zero Trust;
- 42% consideram a abordagem do gerenciamento de identidade e acesso (IAM) como primeira etapa crucial na adoção do Zero Trust;
- 28% atribuem a restrições no orçamento o principal motivo para o adiamento da implementação de uma estrutura Zero Trust;
- 30% vêem o gerenciamento de políticas e a aplicação do Zero Trust em ambientes dinâmicos como os desafios técnicos mais significativos.

“Estudos como esse mostram que, se você adotar o Zero Trust, haverá benefícios para os negócios, como redução de custos, entre outras vantagens. Também precisamos ser realistas com as pessoas e torná-las ao menos cientes de que mudar nunca é fácil.

No entanto, esta é uma situação binária: ou você se adapta, muda e sobrevive; ou apenas reza enquanto espera - e, até o momento, rezar e esperar não provaram ser uma boa estratégia de sobrevivência”, conclui o Dr. Cunningham. - Fonte e outras informações, acesse: (www.appgate.com).

## Janeiro é mês propício para começar a investir

O começo do ano é sempre um período carregado de novas metas a serem idealizadas, e por que não usar a data para repensar o seu comportamento financeiro e começar a investir? Para Bernardo Pascowitch, fundador do Yubb, maior buscador de investimentos do país, o mês de janeiro é propício para trazer um novo comportamento de investidor às pessoas.

“Investir é criar hábitos. Essa é a regra mais importante e, nesse começo de ano, que repensamos tanto metas e objetivos, por que não colocar a vida financeira nessas mudanças? Para começar, o principal ponto é criar um costume: sempre que receber seu salário, a pessoa deve separar uma quantia para os investimentos. Mas nunca se comprometer com o que não consegue arcar. Vale começar com pouco, R\$ 30, R\$ 50 ou R\$ 100, e ir aumentando o valor quando puder”, explica Bernardo.

Para saber o quanto a pessoa consegue separar a cada mês, a dica é fazer um controle das despesas essenciais. “É importante anotar os gastos com alimentação, moradia, água, luz, telefone, gasolina e outras despesas fixas. É a soma desses valores que indicará o seu custo de vida mensal. Essa definição dos gastos é essencial para saber o quanto poderá ser destinado aos investimentos”, detalha.

Após juntar o dinheiro, o desafio seguinte é escolher onde investi-lo. “Para começar, eu recomendo investimentos de renda fixa com baixo risco e

liquidez diária. São os investimentos onde o rendimento é menor, mas não há riscos de perda do dinheiro. E aí, conforme a pessoa for se identificando e se familiarizando com o ambiente dos investimentos, ela pode arriscar para outros caminhos”, pontua Bernardo. No Brasil, a forma mais popular de investimento é a poupança, mas ela não é a mais recomendada. “O problema da poupança é seu baixo rendimento. É importante buscar outras opções em renda fixa que tenham um melhor rendimento, mas com a mesma segurança, como CDB, LCI, LCA e fundos de investimento”.

Nos últimos anos, a internet e a consequente modernização do mercado financeiro fizeram com que corretoras e bancos digitais ganhassem espaço ao auxiliar pessoas que desejam começar a investir. Para auxiliar ainda mais quem quer investir e não sabe por onde começar, o Yubb também criou um Guia de Melhores Empresas de Investimento, disponível gratuitamente em seu site.

“Nós ainda temos aquela visão de que investir é para um público segmentado, mas não é assim, e a internet está auxiliando na difusão da educação financeira. As informações estão mais acessíveis, é só a pessoa ficar atenta. Agora, uma última dica: ao escolher uma corretora, procure aquela que tem menos taxa. Afinal, quanto menos você pagar, mais dinheiro tem para render”, conclui Bernardo. - Fonte e mais informações: (https://yubb.com.br/).

## As novas obrigações das instituições financeiras

Suelen Saigo (\*)

O ano de 2022 começa e, assim como aconteceu em 2021, novas obrigações começam a vigorar para as instituições financeiras.

Em linha com os avanços dos últimos anos e com o objetivo de aumentar a transparência e a segurança do sistema financeiro, os órgãos reguladores passam a exigir mais dados e detalhamento já a partir deste mês de janeiro. O primeiro a entrar em vigor é o chamado DLI, Demonstrativo de Limites Operacionais Individuais. Trata-se de um complemento de regulamentação de Basileia.

De acordo com a Instrução Normativa nº 85, lançada pelo Banco Central no dia 10 de março de 2021, todas as instituições individuais pertencentes aos segmentos S1, S2, S3 e S4, integrantes ou não de conglomerados, precisam enviar os dados mensalmente com base nos registros contábeis definitivos (Cosif), posteriores aos atos societários. O envio acompanha o calendário do DLO - Demonstrativo de Limites Operacionais, ou seja, deve ser enviado até o dia 5 do segundo mês seguinte ao da respectiva data-base.

Com o DLI, o Banco Central consegue ter uma visão mais detalhada das

instituições financeiras, identificando informações que hoje não são possíveis identificar. Se no DLO as informações envolvem todo o conglomerado, no DLI, os dados são enviados de forma individualizada, o que contribui para a transparência e a segurança.

Outra exigência que passa a valer em janeiro de 2022 diz respeito ao cálculo do IRRBB para o segmento S4. A circular do Banco Central que dispõe sobre o tema define metodologias e procedimentos para a avaliação da suficiência do valor de Patrimônio de Referência (PR) mantido pela instituição financeira para a cobertura do

risco de variação das taxas de juros em instrumentos classificados na carteira bancária.

De modo geral, reflete o impacto que a variação da taxa de juros gera no capital e nos resultados de intermediação financeira nos instrumentos banking. Por fim, mas não menos importante, vale destacarmos o Relatório de Gerenciamento de Riscos Pilar 3, que começou a valer este ano para as instituições classificadas no Segmento 1 (S1), Segmento 2 (S2), no Segmento 3 (S3) e Segmento 4 (S4). O Relatório envolve o envio para o BC de 48 tabelas, sendo 13 delas qualitativas.

Apesar da proximidade dos prazos de entrega, ainda há tempo para que as instituições se preparem para atender às novas exigências. Todas as definições, apesar de aumentarem o custo de observância dos bancos, são extremamente importantes para preservação das instituições e, consequentemente, da solidez do sistema financeiro.

A cada ano, o padrão está subindo e devemos nos mobilizar para atender todas as exigências da melhor forma possível.

(\*) - É CEO e sócia da Luz Soluções Financeiras.

Carol Olival (\*)

## Economia da Criatividade #FullSailBrazilCommunity

### Gamificação: será que você sabe o que é essa estratégia?

Você com certeza já ouviu falar que gamificação, virou tendência e palavra obrigatória nas reuniões de marketing e vendas. Empresas estão gamificando processos de venda, de treinamento, de seleção de novos colaboradores, de planos de fidelidade. Mas afinal, o que é a gamificação?

Gamificação é o uso de ferramentas de jogos em processos e projetos que não são jogos. Gamificar não é, portanto, criar um jogo ou um aplicativo. Em um processo de gamificação pode-se chegar à conclusão de que um jogo deveria ser criado como parte da solução do projeto, mas gamificar não significa necessariamente criar um jogo.

Pois bem, se gamificar é usar elementos de jogos, quais são esses elementos? Jogos tem regras, desafios, objetivos, jogadores (individuais ou grupos) e competidores - só para nomear alguns dos elementos dos jogos. Jogos despertam em seus jogadores estímulos de competição e de colaboração (as vezes as

duas coisas juntas!). Em jogos o feedback é dado aos jogadores em real-time, quer dizer, tão logo o jogador toma uma decisão e faz um movimento, ele já recebe os resultados dessa decisão e entende se a jogada foi boa ou ruim imediatamente. Sempre que você implementar um projeto que tenha um ou mais desses elementos, você pode dizer que está implementando um projeto gamificado, simples assim.

E por que as empresas estão usando tanto o conceito de gamificação em seus projetos? Se você joga algum jogo, você com certeza concorda que você: 1. Sabe a história do jogo de cor (isso se chama retenção); 2. Ao mesmo tempo em que treina, você se diverte (isso se chama aprender de forma lúdica); 3. Gosta de compartilhar os resultados do seu jogo com outros (isso de chama promoção); 4. Gosta de conversar com outros jogadores dos mesmos jogos para trocar dicas e impressões (puro engajamento em comunidade). As empresas gamificam seus processos porque estão atrás do aprendizado lúdico, com retenção, com promoção dos conteúdos de suas campanhas e

criação de comunidades. Tudo isso é muito difícil de ser criado em campanhas de marketing, mas com o uso de elementos de jogos é possível criarmos todos esses resultados.

Bons exemplos de projetos gamificados são os planos de fidelidade dos cartões de crédito e das companhias aéreas. Aplicativos de redes sociais são fortemente gamificados (por isso muitas vezes perdemos a noção do tempo quando estamos navegando). São inúmeros os processos gamificados que nos acompanham diariamente. As empresas agora perceberam que essa estratégia pode (e deve) ser aplicada em todos os processos, porque os tornam mais leves, agradáveis e prazerosos aos usuários, garantindo ainda resultados de engajamento naturais e espontâneos por parte dos usuários.

(\*) - Com graduação em Arquitetura e Urbanismo, pós graduação em Administração, MBA em Empreendedorismo e Inovação, e Master in Digital Marketing, Carol Olival tem um perfil multidisciplinar e transita com segurança pelos mercados de educação, marketing, vendas e treinamento. Carol operou escolas próprias de inglês por 10 anos, e hoje é Community Outreach Director da Full Sail University, responsável pela criação e manutenção de comunidades internacionais para a universidade através da divulgação das imensas possibilidades que as carreiras na economia criativa oferecem.