

## Passaporte da vacina: mecanismo de controle de transmissão da covid-19?

Viviane de Macedo (\*)

*O passaporte da vacina da Covid-19 é uma ferramenta que permite aos indivíduos provarem que estão totalmente vacinados contra o Coronavírus*

A exigência da apresentação de comprovante de vacina contra a Covid-19 para viajantes que chegam ao Brasil, determinada pelo ministro Luís Roberto Barroso em concordância com as recomendações da Anvisa, foi validada pelo Supremo Tribunal Federal (STF) no dia 15 de dezembro. O comprovante foi discutido pela primeira vez no início de 2021, quando as vacinas foram disponibilizadas.

No Brasil, 20 capitais estão exigindo o passaporte da vacina para eventos de grande porte. No mundo, além do Brasil, outros países da América do Sul - exceto Venezuela e Paraguai, que exigem apenas teste negativo para entrada em seus territórios - estão cobrando o certificado de vacinação. Tanto Estados Unidos quanto Canadá também adotaram o passaporte da vacina.

Para vários países da Europa como Alemanha, Espanha, França também é necessária a certificação de imunização completa dos viajantes. Mas, exigir passaporte vacinal é algo novo? Não, já temos essa exigência desde 2005 com a vacina da febre amarela. Muitos países com risco para a doença exigem que os viajantes comprovem que estão imunizados. Então, qual a importância do passaporte da vacina da Covid-19?

Em primeiro lugar, tem sido registrado em países cuja vacinação está bem avançada, como, por exemplo, no Brasil, que houve redução no número de casos, hospitalizações e mortes. Isso comprova que a vacina realmente tem sido um diferencial para o controle da pandemia. Em segundo lugar, pesquisas científicas têm mostrado uma menor transmissão do vírus de pessoas vacinadas para não vacinadas.

Por exemplo, uma pessoa não vacinada que mora com uma pessoa vacinada (que tem um contato mais próximo e mais prolongado) tem um risco menor de adquirir a Covid-19, algo em torno de 30%. Outro fato importante, é que pessoas vacinadas, mesmo quando infectadas, conseguem eliminar o vírus mais rápido do que pessoas não vacinadas, podendo reduzir, dessa forma, o tempo de transmissão da doença.

Elas também podem eliminar menos partículas virais para o ambiente, transmitindo menos o vírus.

A redução da transmissão é necessária para reduzir a circulação do vírus, alcançar a imunidade coletiva e colocar fim à pandemia. A exigência de um passaporte da vacina pode também estimular as pessoas não vacinadas, e que têm acesso à vacina, a se vacinarem, aumentando assim a cobertura vacinal mundial. Também é importante lembrar que a vacina vai além do direito individual. Isso porque, ao tomar a decisão consciente de que não quer se vacinar, a pessoa não apenas coloca em risco a sua saúde, mas também a saúde de toda a coletividade.

Assim sendo, a recusa à vacinação promove a continuidade da pandemia, causando prejuízos não apenas na saúde pública, mas também no desenvolvimento sócio-econômico-cultural e educacional de uma nação. Um questionamento pode surgir: o passaporte da vacina é o suficiente para conter a transmissão da doença? Infelizmente não.

Como vimos, pessoas vacinadas também podem se infectar e transmitir a doença, apesar da taxa de transmissão ser menor. Por esse motivo, além da vacina, é importante também permanecer com as outras medidas sanitárias, como higienização das mãos, distanciamento social e, principalmente, fazer o uso de máscara, que reduz a transmissão de gotículas ao respirar, falar, rir, cantar etc, para o ambiente.

Além de exigir o passaporte da vacina de estrangeiros ou brasileiros que retornam do exterior, outras medidas seriam importantes, como cobrar o teste negativo para Covid-19 antes da entrada no país, quarentena para pessoas não vacinadas que não tiveram acesso à vacina, como as que vêm de países do continente africano ou para quem tem alguma contra-indicação à vacina.

Enquanto não tivermos outros meios de controle da pandemia neste mundo globalizado, a exigência dessa certificação para pessoas com acesso à vacina, pode ser sim um possível mecanismo de controle da disseminação do SARS-COV2. Lutemos então para que todos os países possam ter acesso à vacina, pois, só dessa maneira, conseguiremos frear novas variantes e a pandemia.

(\*) - É infectologista, doutora em Ciências e professora de Doenças Infecciosas e Parasitárias do curso de Medicina da Universidade Positivo (UP).

## Transformar sua loja física em Dark Store pode ser a solução

Com o crescimento do sistema de dark stores no Brasil, varejistas por todo o país começam a abrir os olhos para esse setor que pode aumentar exponencialmente o lucro de empresas durante o atual momento de crise econômica

Esse modelo de negócio funciona como um centro logístico e de distribuição, em que as empresas recebem os pedidos pela internet ou contato direto com um atendente.

O principal diferencial é o prazo de entrega, que geralmente é de até 24 horas. Além disso, mais de um pedido pode ser coletado ao mesmo tempo, o que otimiza o trabalho dos colaboradores. De acordo com Eduardo Maia, CTO da GTI Plug, alguns varejistas viram a oportunidade de transformar lojas físicas em dark stores temporariamente.

“Essa experimentação permite observar se é possível adaptar determinados negócios para esse tipo de modelo. Comerciantes costumam usar esse tempo de teste para modelar uma operação de dark store permanente, o que também serve como um período de aprendizado para um novo modelo de negócio”, relata.



O crescimento das dark stores tem relação direta com a mudança na forma de consumo e do avanço das compras digitais.

Ao adentrar no setor, os custos de vários critérios devem ser considerados. Novos funcionários, mais espaço de armazenamento, software para gerir pedidos e vários outros itens são necessários.

Maia revela que existem especialistas que avaliam se é viável usar o mesmo espaço de uma loja física para a dark store. “Se seus pedidos online tiverem gran-

de demanda diária, pode ser um sinal de que você deve implantar uma dark store à parte, evitando problemas de logística, conflito de estoque e atendimento lento”, pontua.

O crescimento das dark stores tem relação direta com a mudança na forma de consumo e do avanço das compras digitais no dia a dia das pessoas. Em 2020, uma pesquisa da ABComm

revelou que, só naquele ano, mais de 20 milhões de pessoas começaram a comprar pela internet. Foram 301 milhões de compras por métodos digitais, o que gerou um crescimento de 68% em comparação ao ano anterior.

De acordo com o CTO da GTI Plug, a pandemia do Coronavírus alavancou a força dos e-commerces em geral, o que acelerou o processo de compras por outros canais além do físico. “As marcas tiveram que se adaptar para continuar no mercado de forma competitiva ou até sobreviverem.

Nos EUA, por exemplo, a maioria das grandes marcas optou por passar por esse processo. Em algum momento, sua marca deverá entrar nesse modelo de negócio para se manter atualizada, tendo em vista que as dark stores vieram para ficar e com certeza farão parte do futuro do varejo”, finaliza o especialista. - Fonte e mais informações em: (<https://gtiplug.com.br/>).

## Mercado de consórcio com produto voltado para as mulheres

A Eutbem ingressa no mercado financeiro como a primeira fintech de consórcio totalmente digital e voltada para as mulheres. A nova administradora foi autorizada pelo Banco Central e está focada em desintermediar a venda de consórcios feita quase que pelos grandes bancos e conglomerados financeiros. A empresa quer proporcionar acesso ao crédito justo para as mulheres e ser uma catalisadora de realizações de sonhos, sejam eles: abrir um negócio, reformar a casa, viajar, fazer uma faculdade, uma cirurgia plástica ou a festa de casamento.

Isso tudo, sem ter que recorrer a financiamentos ou empréstimos com altas taxas de juros. Inspirada pelos Sete Princípios de Empoderamento das Mulheres criado pela ONU, foca em especial em dar vida à equidade de gênero ao incentivar o primeiro princípio (liderança corporativa), o quarto princípio (educação e formação) e o quinto princípio (políticas de empoderamento de mulheres). O mercado de consórcios representa 3,9% do PIB brasileiro, mas ainda é muito tradicional. Praticamente opera da mesma forma desde a sua criação na década de 60.

O setor totalizou R\$289 bilhões de ativos no ano passado, e apesar de ter atingido recorde em outubro, com 8,4 milhões de consorciados, e R\$181,85 bilhões em créditos comercializados, o mercado ainda está concentrado em poucos players. Os dados da Abac (Associação Brasileira de Administradoras de Consórcio) tornam evidente a alta concentração do setor onde apesar de existirem 142 administradoras de consórcio, mais de 50% das cotas pertencem aos grandes bancos e conglomerados financeiros. Esses players não tem incentivo em inovar ou mudar a forma como a venda de consórcios é feita hoje.

A Eutbem quer trazer uma nova forma de se relacionar com o público, em especial o feminino, com uma solução mais digital e didática. Nem sempre as mulheres têm a mesma oportunidade para a conquista de crédito. “A missão da Eutbem é incentivá-las a dar o primeiro passo rumo à realização de seus sonhos, por meio de parcelas acessíveis e com planos simples de entender, sem pegadinhas ou taxas escondidas” completa Cristina Famano, sócia-fundadora e CEO da Eutbem.

Hoje em dia, muito dos sonhos das pessoas são da categoria de serviços, o mais jovem dos tipos de consórcios criado em 2008, e que chama a atenção pelos indicadores de crescimento: em 2020, o segmento fechou com 171% a mais de créditos disponibilizados em relação a 2019, totalizando R\$461,55 milhões e, pela primeira vez, desde que foi criado, ultrapassou a casa de R\$1 bilhão



O objetivo é empreender em um segmento que possa gerar real impacto na vida das mulheres.

de créditos comercializados e mais de 197,20 mil cotas ativas até outubro de 2021.

“O que realmente queremos é conversar com as mulheres e oferecer um produto que tenha uma comunicação voltada para nós, sem clichês, que dialogue de verdade”, explica Cristina Famano, sócia-fundadora e CEO da Eutbem. Depois de 21 anos atuando em empresas como Apple, Vivo, Nextel e SKY, ela tomou a decisão de mudar de lado e empreender em um segmento que pudesse gerar real impacto na vida das mulheres.

Segundo dados da Abac, somente 35% dos consórcios pertencem às mulheres, apesar de 45% dos lares brasileiros (34,4 milhões) serem chefiados por elas, segundo dados da PNAD Contínua, divulgados em maio de 2019 pelo IBGE. A Eutbem aposta em oferecer um espaço com textos e vídeos que conversem diretamente com as mulheres, trazendo informações que ajudarão no planejamento financeiro de seus sonhos. A ideia é fazer com que as clientes tenham mais informações para escolher qual o melhor consórcio atenderá suas demandas e gastos envolvidos.

A empresa entra no mercado trazendo uma oferta de lançamento com taxa zero até a contemplação, sem cobrança retroativa. Após a contemplação, a taxa mensal é de 0,5% do crédito. A empresa forma grupos pequenos, onde há maior probabilidade de ser contemplada no sorteio. As cartas de crédito variam de R\$15 mil a R\$25 mil, com parcelas a partir de R\$375,00 e prazo de 30 a 40 meses de duração. - Fonte e outras informações: ([www.eutbem.com.br](http://www.eutbem.com.br)).

## A realidade aumentada na manutenção da indústrias de processo

Empresa focada em tecnologia e líder em soluções para a indústria, a Siemens reforça seu portfólio com o lançamento do “Comos Mobile Worker”, novo aplicativo de software para gerenciamento de dados móveis com funcionalidades integradas de realidade aumentada. O novo dispositivo foi desenvolvido em cooperação com a Augmensys GmbH, especialista na área de gestão de dados móveis e realidade aumentada.

Para a manutenção rápida e segura das plantas de processo,

o aplicativo visualiza e processa todos os dados necessários, por exemplo, de sistemas ERP, dados de engenharia e também dados vivos do sistema de controle de processos em uma interface fácil de usar. Graças à conexão direta com o software de engenharia Comos, todos os dados de engenharia podem ser vinculados e, assim, possibilitar uma visão holística da planta.

Alterações ou anotações podem ser transferidas de forma fácil e segura através da troca bidirecional entre os sistemas.

A integração dos dados de localização também suporta navegação no local. Se necessário, a realidade aumentada exibe as informações relevantes para o usuário em um dispositivo móvel, como um tablet, smartphone ou óculos de dados. O usuário pode editar os dados diretamente no campo e, por exemplo, documentar pacotes de trabalho como “feito” e importar fotos e notas de volta para as fontes de informação correspondentes através de uma interface bidirecional.

Essas informações ficam acessíveis a todos os funcionários autorizados e, por sua vez, podem ser processadas diretamente. Ao entrar em contato com o técnico de serviço via chat por vídeo, os tempos de inatividade não planejados da planta podem ser reduzidos a um mínimo ou evitados completamente. Os casos de uso incluem comissionamento, inspeção, manutenção móvel e acesso remoto a especialistas. Uma conexão contínua de Ethernet do sistema não é necessária, pois os

dados processados pela função offline podem ser sincronizados retrospectivamente.

O aplicativo Comos Mobile Worker é baseado na plataforma de software UBIK do parceiro da Siemens, Augmensys, e também pode ser usado de forma autônoma. A solução faz parte do “Siemens Digital Worker”, um conceito que permite a equipe operacional digitalizar e automatizar o trabalho no campo utilizando tecnologias de ponta, como AR/VR. Mais informações: ([www.siemens.com.br](http://www.siemens.com.br)).

# Estratégia Omnichannel ganha mais importância para o sucesso dos negócios

Mesmo quando se trata de negócios com pontos de venda físicos, o consumidor tem diversas formas de obter informações sobre os produtos, como sites empresariais, fóruns, redes sociais, telefone fixo, WhatsApp, entre outros

Alguns desses canais são de total responsabilidade das empresas, que devem garantir uma boa comunicação para obter e fidelizar os clientes.

É disso que se trata o Omnichannel, uma estratégia de conteúdo que visa trabalho integrado entre os canais para que a experiência do consumidor seja a melhor possível. “Quando você tem um ponto de venda, deve oferecer um ambiente amigável e organizado, com hierarquização de produtos e pessoas que atendam rapidamente, com conhecimento sobre o negócio. No ambiente digital, funciona da mesma forma.

O consumidor só volta quando se sente confortável e obtém interações rápidas e efetivas. Ocorre o mesmo quando o negócio é híbrido e funciona tanto no meio físico quanto no digital”, explica Marcelo Castilho, especialista em vendas da PhoneTrack. “Por isso, os canais de comunicação que a empresa disponibiliza são decisivos para garantir uma boa experiência para o cliente”. Um meio de comunicação não chega a substituir totalmente o outro.

Para que a venda seja realizada com sucesso, o ideal é



Omnichannel é uma estratégia de conteúdo que visa trabalho integrado entre os canais para que a experiência do consumidor seja a melhor possível.

que os canais disponibilizados funcionem de maneira eficiente e integrada. “Houve uma época em que as empresas viam o WhatsApp como uma ameaça ao contato por telefone, mas o tempo nos mostrou que as pessoas utilizam os dois meios para entrar em contato. Nas transações pelo WhatsApp, 58% dos usuários esperam que a interação ocorra em até um minuto.

Essa plataforma tem ganhado cada vez mais espaço, mas se for o único canal disponível e não houver essa interação rápida, vai gerar frustração nos consumidores e, em alguns casos, desistência de compra. O cliente está cada vez mais exigente, e é preciso adaptar a comunicação para fazer o

que se propõe”. Enquanto o cliente que procura a empresa pelo WhatsApp deve ser direcionado rapidamente a uma solução, o mesmo ocorre com quem prefere utilizar o telefone.

As empresas precisam garantir uma relação saudável no atendimento e no pós-compra. Cerca de 95% das ligações de todos os setores que a PhoneTrack atende são originadas de telefonia móvel. Por isso, quando o atendimento não é imediato, temos a automação de envio de SMS para propor uma continuidade do contato via WhatsApp, o que é uma alternativa conveniente para o consumidor. “Em torno de 85% das pessoas que recebem o SMS abrem a mensagem e continuam

com a interação”, aponta Marcelo.

O formulário de cadastro e o atendimento por chat também são canais importantes, mas não devem ser os únicos. “Mais de 50% dos formulários preenchidos são encerrados se há falta de retorno do contato. Já o chat se torna uma experiência pouco satisfatória quando o cliente percebe que está falando com um robô e não consegue a informação que necessita. Ele deve ter opções para se comunicar da maneira com que se sente mais confortável”, alerta o especialista.

Para que a empresa ofereça uma boa experiência e invista nos canais mais apropriados para o negócio, é fundamental obter dados e mensurar os resultados dos contatos. Sem as informações necessárias, é impossível tomar boas decisões.

Por isso, para melhorar os canais de comunicação e os resultados de venda, é preciso mensurar o tráfego. Com a inteligência artificial, é possível analisar diversos aspectos do atendimento para criar melhores estratégias e realizar treinamentos que melhorem a relação entre consumidor e empresa. - Fonte e outras informações: (www.phonetrack.com.br).

## Inteligência artificial para humanizar as interações

Ricardo Andrade (\*)

*Frequentemente as empresas recebem perguntas de seus clientes, que desejam entender melhor alguma questão ou até mesmo solucionar um problema*

Imagina como seria bom se existisse uma ferramenta que as ajudassem a responder às dúvidas recorrentes do trabalho, de forma empática e eficaz, para otimizar o tempo de cada atendimento. Bom, isso já é possível por meio do uso de inteligência artificial. Na prática, o intuito da aplicação dessa tecnologia nesse processo não é substituir, mas sim agregar.

A proposta é ter um ambiente de atendimento misto, no qual a tecnologia e o humano trabalhem em conjunto para que possam trazer melhores resultados, tanto para a vida pessoal diária, quanto para o mundo dos negócios. Essa, inclusive, já é uma realidade para muitas empresas que optaram por aderir a pelo menos uma das frentes da IA em sua atuação.

Dentro do guarda-chuva de possibilidades que essa tecnologia apresenta, uma bem conhecida pelo mercado profissional é a de processamento de linguagem natural. Por meio do uso de inteligência artificial, é possível interpretar diálogos e criar conversas entre humanos e robôs de forma empática e emocional durante o atendimento aos clientes.

As ferramentas de Natural Language Processing (NLP) são capazes de detectar como o humano se apresenta, como ele fala e quais são as sensações que ele passa durante o diálogo e, assim, identificar padrões e descobrir as intenções por trás daquilo.

Contudo, num país tão rico culturalmente como o Brasil, com tanto regionalismo, é fundamental treinar os chatbots - robôs especializados nesse tipo de atividade - a entenderem palavras e expressões típicas, como “um cadinho”, “bah”, “tchê”, “logo ali”, entre tantas outras. Pois, por trás de cada um desses fonemas, há uma intenção e uma informação, que, ao interpretar, uma pessoa conseguiria entender com facilidade e seguir com a conversa de maneira fluída.

A inteligência artificial precisa aprender a ter essa mesma habilidade para dar continuidade de

forma efetiva a um atendimento. Talvez fique o questionamento de qual é a real vantagem de ensinar uma máquina a ter a capacidade de realizar atividades como essa. O propósito é simples: criar recursos para que se possa estabelecer relações de atendimento mais humanizadas, de uma pessoa para outra. Parece controverso? Na verdade, não é.

Quando se automatiza processos operacionais que necessitariam de um atendimento humano prolongado para atividades mais triviais, gerando repetição e desgaste, você traz a possibilidade de agilizar as demandas e fazer com que a pessoa que está atendendo foque toda sua atenção em um só ponto: no outro humano que está por trás da linha.

O ganho de tempo e agilidade nos outros processos corriqueiros, alcançados com a automação, permite que o profissional canalize a atenção necessária para resolver a questão de quem está sendo atendido de forma mais atenciosa, pessoal e de qualidade. Isso estreita a relação humana e otimiza a troca entre os dois.

Essa prática já é realidade em muitas empresas e tende a crescer.

A projeção é que todo o mercado de IA comece a se expandir para uma estrutura que tem uma expectativa de tamanho de 2,5 bilhões de dólares, com mais de 2 mil competidores trabalhando em plataformas conversacionais que envolvem inteligência artificial. Com aderência a essas soluções, uma grande tendência de mercado é o crescimento e investimento em tecnologias que caminhem rumo a automação de processos conversacionais.

Isso utilizando técnicas de machine learning, deep learning e process mining, que conseguem ajudar a analisar esses atendimentos humanos e indicar em quais pontos é possível focar para que, de fato, possa realizar uma transformação e trazer um resultado efetivo para a organização, além de um atendimento final cada vez mais humanizado e acolhedor para o cliente.

A tecnologia será a peça necessária para humanizar os processos e permitir realizar interações mais pessoais, para que o humano possa focar no que realmente importa: o outro humano.

(\*) - É Diretor de Produto da Woopi, empresa do Grupo Stefanini.

## A importância do negociador empresarial ante os laços comerciais

Diferentemente do que se imagina, a negociação não é uma estratégia geradora de conflitos. Quem faz essa afirmativa é o consultor e especialista em negociação, Jorge Gueren, diretor global do Team Business Group, empresa especializada em tornar negócios mais lucrativos por meio das consultorias e programas especializados de negociação e inovação.

A economia global, em retomada, desafia as instituições à renovação constante com o propósito de restabelecer o equilíbrio entre investimento e lucratividade. As tomadas de decisões devem ser eficazes, ter como base estratégias que possam ser positivas para o segmento de atuação e promover, inclusive, projeção no setor.

Gueren conta que negociar é uma forma de estreitar relacionamentos e estabelecer laços comerciais ainda mais fortes entre as partes, onde todos deveriam sair satisfeitos. Além disso, diz que existem inúmeras formas de negociação. Se bem aplicadas, a probabilidade de sucesso é alta.

“Investir na capacitação profissional para negociações é essencial atualmente! O mercado está mais duro e competitivo. Se antes a concorrência já era acirrada, agora, para se destacar, o diferencial tem que ser ainda maior durante as transações. O profissional dessa área deve estar preparado. Fazer da teoria a prática e ter sucesso”, explica Gueren.

Os princípios da negociação estão instaurados dentro de todas as instituições, independentemente da área de atuação, e tem como alicerce principal a confiança entre os negociadores, que apresentam os seus interesses, expectativas, vantagens, benefícios, medos, dúvidas, apreensões e prazos nas reuniões empresariais.

“Negociar depende da prática e da aplicação da teoria. O que fazemos para diferentes empresas, pelo mundo, é preparar o executivo e a equipe para as situações mais diversas da negociação, pois elas podem ser simples e rá-



Negociar é uma forma de estreitar relacionamentos e estabelecer laços comerciais ainda mais fortes.

pidas ou estressantes e demoradas”, cometa o especialista.

“Apesar de oferecer às instituições argumentos concretos sobre a necessidade de uma equipe de negociação bem-preparada, ainda há certa resistência para a adoção de programas especializados de negociação. Seja por falta de conhecimento e/ou interesse dos gestores (incluindo diretores, VPs e CEOs), ou pelo simples pensamento de que “negociar se aprende no trabalho”, e que treinar não é necessário.

Seja por um motivo ou pelo outro, os dois pensamentos estão equivocados e afastam a empresa do fechamento de grandes negócios, além de perdas financeiras até em negociações concretizadas. Está comprovado que os profissionais que passam por programas especializados de negociação conseguem melhores resultados econômicos para as empresas”, conclui. - Fonte e outras informações: (https://teambusinessgroup.com/).

### Ecolife Vila Maria Empreendimentos Imobiliários Ltda.

CNPJ/MF nº 08.856.694/0001-75 - NIRE 35.224.169.903

Reunião de Sócios - Edital de Convocação

Ficam os Srs. Acionistas convocados para a Reunião de Sócios que se realizará no dia 31/01/2022, às 10:30h, na sede da Sociedade, para deliberarem sobre a seguinte Ordem do Dia: (I) a alteração do endereço da sede social da Companhia.

ALESSANDRO RINCO - Diretor

### Ecolife Morumbi Empreendimentos Imobiliários Ltda.

CNPJ/MF nº 08.909.378/0001-14 - NIRE 35.224.056.581

Reunião de Sócios - Edital de Convocação

Ficam os Srs. Acionistas convocados para a Reunião de Sócios que se realizará no dia 31/01/2022, às 10:00h, na sede da Sociedade, para deliberarem sobre a seguinte Ordem do Dia: (I) a alteração do endereço da sede social da Companhia.

ALESSANDRO RINCO - Diretor

### Companhia de Biodiesel do Vale do São Francisco - BIOVASF

CNPJ/MF 07.803.979/0001-85 - NIRE 35.300.583.914

Edital de Convocação para Assembleia Geral Extraordinária

Ficam convocados os senhores acionistas da Companhia de Biodiesel do Vale do São Francisco - BIOVASF para se reunirem em Assembleia Geral Extraordinária, no dia 31 de janeiro de 2022, às 11:00h, na sede da Companhia, na Rua Boa Vista, 254, 10º andar, Centro, CEP 01014-907, São Paulo/SP, para deliberar sobre a seguinte ordem do dia: a) Transformação da Companhia em Sociedade Empresária Limitada. São Paulo, 17 de janeiro de 2022. Roberto Dotta Filho, Diretor.

(21, 22 e 25)



Oko\_SwanOmurphy\_CANVA



A IMAGEM É FUNDAMENTAL

## QUAL A IMPORTÂNCIA DA MARCA PARA O SUCESSO DE UM NEGÓCIO?

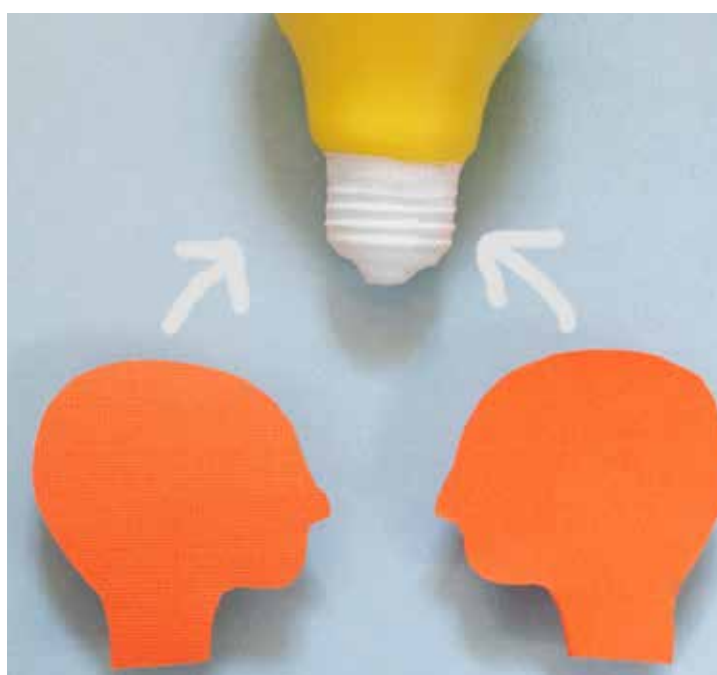
São diversos os fatores que proporcionam o crescimento de uma empresa, independente de sua área de atuação, como a qualidade dos produtos oferecidos, o atendimento adequado e os preços. Porém, não se pode negar que a imagem da marca também é fundamental para conquistar a clientela e garantir bons resultados.

A partir dessa diretriz, percebe-se que é fundamental estabelecer a marca que represente o "DNA" da empresa, criando uma conexão com o cliente e uma relação de confiança e fidelização. A marca vai muito além de uma imagem; é necessário que se demonstre a capacidade do negócio para atender às necessidades do consumidor, garantindo satisfação e melhor experiência de quem escolhe o empreendimento.

Com isso, há a representação do conjunto de valores pensados pela gestão do negócio para dar identidade ao serviço prestado. Segundo Rosa Sborgia, sócia da Bicudo Marcas e Patentes, "a marca deve ser tratada como um dos ativos mais importantes da empresa, pois é ela quem identifica o produto ou serviço, dando a eles uma personalidade própria e os conectando com seu público consumidor".

Ela explica que a imagem contida na marca é um dos elementos que alcança o emocional do consumidor, o fazendo desejar o respectivo produto ou serviço, além de estabelecer uma regra de memorização. Portanto, a imagem da marca, que é transmitida pelo seu logotipo, tem, entre diferentes funções, o papel de identificar a personalidade da marca e viabilizar a identificação do seu público consumidor.

Rosa acrescenta que "um desafio para profissionais, publicitários e criadores de marcas é criar ou inovar sinais que sejam dotados de fácil interpretação e, principalmente, que facilitem a fixação na memória do seu público consumidor, afastando logotipos ou imagens complexas e de difícil entendimento". Além da correta apresentação da marca, com logotipo moderno e dinâmico, que atenda ao seu público consumidor, a empresa deve manter a efetiva proteção legal da marca, incluindo o seu logotipo, para defendê-la de eventuais piratarías.



"É certo que nenhuma marca nova ou reformulada pode conter elementos que a associem a outras marcas, uma vez que isto caracteriza violação de marca, tornando passível que a empresa violadora seja responsabilizada pela cópia indevida", alerta. Mesmo com todos esses benefícios, criar ou mudar uma marca não é um processo simples, como muitas empresas pensam e fazem. O caminho parte de um planejamento prévio, realizando pesquisa com o público que pretende atingir, parceiros e funcionários.

Tudo isso ajuda o empresário a reconhecer qual a imagem que o seu negócio transmite e verificar se condiz com o que se espera. Para Ângelo Vieira, especialista em marcas e diretor de comunicação e operações da Farmarcas, administradora de redes farmacêuticas, o cuidado deve ser minucioso. "Quando vamos realizar

alguma alteração em uma de nossas marcas, nos preparamos para uma verdadeira operação de guerra, pois temos que estar atentos para que nenhuma falha ocorra nesse processo", detalha.

"A criação da marca é só o primeiro passo desse trabalho. Temos profissionais que ficam constantemente conectados nas redes para observar se o uso da marca está se dando da maneira correta. Quando aparecem inconsistências, ações corretivas são tomadas imediatamente", explica Ângelo. Qualquer descuido ou brecha pode ser catastrófico e a recuperação pode ser muito difícil. "Sempre agimos de forma preventiva, demonstrando o valor da marca e como ela, bem trabalhada, resultará em lucros para os associados", finaliza.

### Veja algumas dicas na hora de construir uma marca

- O desenvolvimento da marca deve partir da estratégia da empresa. Para isso, é necessário ter como base a missão, a visão e os valores, tendo também alinhamento com estratégia e posicionamento da empresa;
- Antes de qualquer coisa, é preciso o comprometimento dos gestores da empresa com esse movimento de mudança, pois sem a confiança deles não será possível que os demais participantes da empresa "abracem" a mudança;
- Não se deve esquecer das projeções futuras do negócio, pois isso poderá trazer dificuldade futura para a marca, levando em conta as atividades e o público-alvo do empreendimento;
- O desenvolvimento da arte da marca tem que passar uma comunicação adequada. Deve-se perceber nela a mensagem que se objetiva, sendo atraente e original;
- A marca deve ser uma mescla de harmonia e identidade verbal e visual, isto é, a justificativa deve ir ao encontro do que está escrito, falado ou em imagem, estando bem especificado na utilização de todos os materiais;
- O início do uso da marca também deve ser planejado minuciosamente, não basta ter todo um trabalho e simplesmente mudar, deve-se pensar em como e onde vai iniciar a divulgação da marca, o público e o alcance;
- É preciso desenvolver um manual de uso de marca, no qual devem estar detalhados todos os cuidados e limites na utilização, contemplando impressos e digitais, arquitetura e decoração, fazendo com que tudo se comunique.

A manutenção da marca e possíveis revisões também devem estar em foco, especificando como se dará a manutenção. A gestão da marca deve alinhar todo o universo da empresa, desde o produto até o ambiente, de forma a valorizar a imagem do negócio e garantir consistência e continuidade no uso da marca.

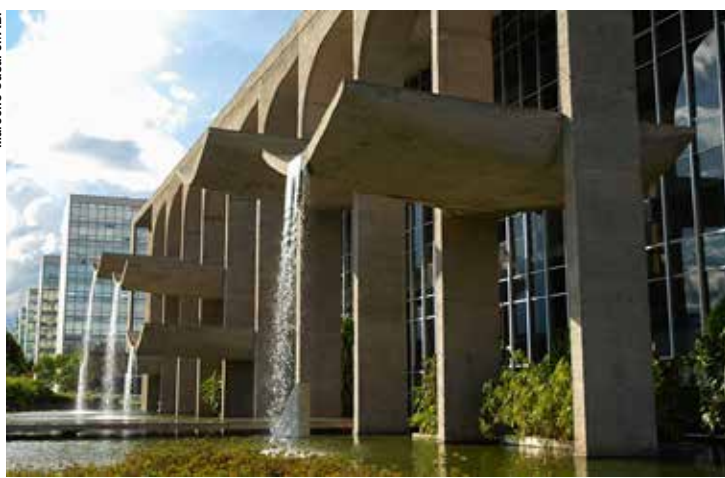


# Regulamentado o visto temporário para nômades digitais no Brasil

A medida, publicada ontem (24) no Diário Oficial da União, estabelece prazo inicial de um ano de residência, que poderá ser renovado por igual período

Com o objetivo de estimular atividades dos chamados “nômades digitais” no Brasil, o Conselho Nacional de Imigração, do Ministério da Justiça e Segurança Pública, regulamentou a concessão de visto temporário e autorização de residência a imigrante que, sem vínculo empregatício no país e fazendo uso de tecnologias da informação, possa a executar trabalhos para empregadores estrangeiros. A medida, publicada ontem (24) no Diário Oficial da União, estabelece prazo inicial de um ano de residência, que poderá ser renovado por igual período.

Para o secretário nacional de Justiça e presidente do colegiado, José Vicente Santini, a regulamentação atende tendência mundial e contribui, inclusive, com o



O Ministério da Justiça também regulamentou a autorização de residência no país.

setor de turismo. “A remuneração dos nômades digitais é de origem externa, e os recursos trazidos por esses imigrantes movimentam a economia nacional. Esse é um passo importante para que o Brasil promova um dos modelos mais modernos de trabalho”, afirmou

O visto temporário deverá ser requerido em qualquer repartição consular brasileira no exterior, com a apresentação dos documentos previstos na resolução, como seguro saúde válido no território nacional e a comprovação de condição de nômade digital. O imigrante

que se encontre em território nacional poderá apresentar pedido de autorização de residência ao Ministério da Justiça pelo Sistema MigranteWeb.

Em ambos os casos, a comprovação da condição de nômade digital deverá ser feita com a apresentação de contrato de trabalho ou de prestação de serviços, entre outros documentos que demonstrem vínculo com empregador estrangeiro. Além disso, é necessário comprovar meios de subsistência no Brasil. O Conselho Nacional de Imigração (CNIg) tem entre as principais competências a coordenação e orientação das atividades de imigração laboral, bem como a promoção de ações visando a atração de mão de obra imigrante qualificada para o país (ABr).

## INSS começa 2022 com desafio de zerar filas

No fim do ano passado, cerca de 1,8 milhão de brasileiros estava com pedidos de aposentadorias, pensões e auxílios em análise. A falta de servidores públicos para analisar os processos e a paralisação parcial de perícias médicas provocadas pela pandemia são os principais fatores. Segundo levantamento recente do Instituto Brasileiro de Direitos Previdenciários (IBDP), 1.838.459 pedidos de benefícios aguardavam uma resposta em dezembro.

Do total de pedidos em análise, cerca de 500 mil dizem respeito ao Benefício de Prestação Continuada (BPC) a pessoas com deficiência. Em relação às perícias médicas, o INSS informou ao IBDP que 457,8 mil segurados tinham consulta agendada em dezembro.

Pormeio de um acordo homologado com o STF, o INSS comprometeu-se a analisar os processos no prazo máximo de 30 a 90 dias, dependendo do tipo de benefício pedido, e a fazer as perícias médicas e de assistência social em até 45 dias, podendo chegar a 90 dias nos locais de difícil acesso. Ao assumir o cargo, em novembro, o presidente do INSS, José Carlos Oliveira, prometeu zerar a fila até julho deste ano (ABr).

## Mercado financeiro aumenta previsão de inflação

Instituições financeiras consultadas semanalmente pelo Banco Central (BC) estimam, em boletim divulgado ontem (24), que o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), inflação oficial do país, deve fechar 2022 em 5,15%. Há uma semana, a projeção do mercado era que a inflação terminasse o ano em 5,09%. Há quatro semanas, era 5,03%. Para 2023, o mercado manteve a expectativa de inflação da semana passada, de 3,4%. Em 2024, a previsão também é a mesma da última semana.

O boletim Focus reúne a projeção do mercado para os principais indicadores econômicos do país. Na estimativa desta semana, o Focus indica a mesma variação do Produto Interno Bruto (PIB) registrada há sete dias, de 0,29%. Há



IPCA, inflação oficial do país, deve fechar 2022 em 5,15%.

quatro semanas, o mercado previa crescimento da economia brasileira de 0,42%. O boletim registra ainda diminuição na expectativa de crescimento do PIB para 2023, passando de 1,75% na semana passada para 1,69%. Para 2024, a projeção se manteve estável, em 2%.

A previsão do mercado para a taxa básica de juros, a Selic, em 2022, também ficou estável em relação ao divulgado na semana passada, 11,75% ao ano. Há quatro semanas, a projeção

era que a Selic fecharia 2022 em 11,5% ao ano. A taxa, definida pelo Copom está atualmente em 9,25% ao ano. Na próxima reunião do órgão, em fevereiro, o Copom já sinalizou que deve elevar a Selic em mais 1,5 ponto percentual.

Para o fim de 2023, a estimativa é que a taxa básica caia para 8% ao ano, a mesma da semana passada. Para 2024, a previsão para a Selic é 7% ao ano, índice igual ao da semana anterior. A expectativa do mercado para a cotação do dólar em 2022 também se manteve igual ao projetado na semana passada, R\$ 5,60. No próximo ano, a projeção é de alta no câmbio. Para 2023, a previsão da cotação do dólar subiu de R\$ 5,46 para R\$ 5,50 e, para 2024, se manteve estável em R\$ 5,40 (ABr).

## Coleta de dados: exageros na abordagem ao consumidor

Nathalia Ferreira (\*)

*Quantas vezes somos abordados no nosso dia a dia em situações que precisamos conceder o nosso CPF para concluir uma compra ou para ganhar um desconto?*

Sob este aspecto, vale questionar até que ponto a solicitação dos dados pessoais é um exagero das empresas ou uma necessidade para o negócio e para nossos interesses. Com a LGPD sancionada em agosto de 2020, regulamentando todo o ecossistema de coleta e tratamento de dados pessoais, ficou definido como dado pessoal uma informação que identifica a pessoa física e dados sensíveis seriam informações como de saúde, raça, vida sexual, informações biométricas, entre outros, que podem causar algum tipo de prejuízo ou discriminação ao titular de dados.

A LGPD também traz à tona princípios gerais que devem nortear qualquer tratamento de dados pessoais. Um desses princípios é o da necessidade, ou seja, a coleta deve ser proporcional à realização da atividade e os dados não podem ser excessivos. Por exemplo, caso seja necessário fornecer o CPF para realizar a identificação do titular de dados, não faz sentido fornecer a biometria para a mesma finalidade, ou seja, este é um caso de captura excessiva de informação.

Neste ano tivemos uma situação similar com uma rede de farmácias que, além do CPF, iniciou a coleta de biometria (dado sensível) para identificação e liberação de desconto personalizado. Após um questionamento do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IBDC), a rede voltou atrás. Assim, quando o tratamento de dados pessoais atende obrigações legais, contratuais e de proteção ao crédito, a coleta de dados torna-se justificável perante a LGPD.

Todavia, quando a coleta é excessiva perante a finalidade da atividade e além, envolvendo dados sensíveis, como no caso acima, o tratamento

passa a não ter uma base legal adequada e compromete os direitos e liberdades fundamentais do titular de dados. Outra situação que pode ocorrer são os anúncios personalizados. Neste caso, as empresas utilizam os dados para identificar gostos e necessidades dos consumidores, podendo, neste caso, ter uma boa receptividade a partir do momento que se torna uma ação proporcional.

Quando o titular acessa um aplicativo de supermercado e consta na primeira página os alimentos que já foram consumidos no passado, destacando descontos exclusivos, é uma situação que concede rapidez ao titular na hora das compras e, ao receber um desconto, este será afetado positivamente nas suas economias pessoais. Aqui, ambos empresa e titular se beneficiam mutuamente com o tratamento de dados pessoais.

Por isso, é importante que as empresas definam quais informações devem ser, de fato, utilizadas e quais suas finalidades. Além disso, para resguardar a proteção de dados de consumidores brasileiros, a própria Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), órgão responsável em fiscalizar a implementação da LGPD, em conjunto com a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), aprovaram um acordo técnico em março de 2021 visando este objetivo. E a ANPD e o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor divulgaram um guia chamado “Como proteger seus dados pessoais”, direcionada para os consumidores.

Ações como essas são imprescindíveis, todavia, a linha é tênue quando se refere ao tratamento de dados pelas instituições, visto que podem ser proporcionais em alguns casos e exagerados em outros. Desta forma, se faz necessário definições mais robustas para que as empresas tenham uma segurança jurídica maior e os titulares de dados tenham segurança e governança com seus dados pessoais.

(\*) - É consultora sênior de Data Privacy da ICTS Protiviti, especializada em soluções para gestão de riscos, compliance, auditoria interna, investigação, proteção e privacidade de dados.

lobato@netjen.com.br

### A – Agenda Tarsila

A Semana de Arte Moderna de 1922 fará 100 anos em fevereiro, sendo lembrada como um marco cultural brasileiro. A Agenda Tarsila, pioneira e maior plataforma dedicada ao movimento modernista, já reúne os principais e melhores eventos sobre o Modernismo que ocorrem pelo país. Os interessados terão a chance de conhecer uma vasta programação de eventos que trazem fatos históricos e curiosidades ligadas à Semana de Arte Moderna em diferentes lugares do país que podem ser visitados tanto de maneira online quanto presencial. Também traz entrevistas com parentes dos modernistas e artistas contemporâneos sobre a semana que revolucionou o curso da arte e da cultura brasileira. Saiba mais: (https://agendatarsila.com.br/programacao/centro-cultural-fiesp-abre-a-exposicao-era-uma-vez-o-moderno-42/).

### B – Comércio Exterior

Em 2021, as exportações movimentaram US\$280 bilhões e as importações US\$ 219 bilhões, de acordo com o levantamento realizado pelo Ministério da Economia. Com isso, é inegável que esse mercado é uma das principais alavancas de crescimento do Brasil, mas o setor ainda necessita de inovações, e foi pensando nisso que a Logcomex, startup que oferece automação e Big Data para o segmento, irá realizar na próxima sexta-feira (28), Dia do Comércio Exterior, o “Logcomex Talks - Futuro & Tecnologia”. Objetiva discutir as tendências do ano, com a participação de especialistas para falar de inovação e o que esperar nos próximos meses e anos. Começa às 13h30 e será transmitido de forma online e gratuita, sendo necessária apenas a inscrição no site: (https://www.logcomex.com/eventos/logcomex-talks).

### C – Recursos Hídricos

A Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico (ANA), publicou no DOU de sexta-feira (21), a Consulta Pública nº 002/2022 para permitir a participação da sociedade e receber contribuições para definir os assuntos relacionados aos recursos hídricos que farão parte da Agenda Regulatória 2022-2023. Esse documento é um instrumento de gestão que indica os temas que serão prioritários na pauta de regulamentação. O objetivo da Consulta é aprimorar continuamente o processo normativo da ANA, aumentar a transparência e previsibilidade perante a sociedade e direcionar os esforços de normatização das áreas técnicas. Para participar e ter acesso ao material de apoio, acesse: (www.gov.br/ana-pt-br/acesso-a-informacao/participacao-social).

### D – 1 Milhão de Contas

O Inter acaba de atingir o marco de 1 milhão de correntistas Conta Kids. A conta digital e gratuita destinada a crianças e jovens até 18 anos oferece cartão de débito, além de acesso à plataforma de investimentos do Inter, para que comecem a poupar e aprender sobre saúde financeira de um jeito simples e seguro, acompanhados de perto pelos pais. Do total de contas Kids, cerca de 80% são de jovens entre 13 e 17 anos e os outros 20% de crianças entre 0 e 12 anos. Além disso, os jovens clientes têm acesso a outros serviços não financeiros, pensados para simplificar o dia a dia, como gift cards de games, Uber, Ifood, entre outros (https://www.bancointer.com.br/).

### E – Registros Mercantis

Segundo dados da Junta Comercial (JUCESP), órgão vinculado à Secretaria de Desenvolvimento Econômico e responsável pelos registros mercantis no estado, o ano de 2021 estabeleceu um recorde no número de abertura de empresas em todo território paulista. Foram 288.502 novas empresas abertas na soma dos doze meses do ano passado. O número é o maior dentre todos os anos da série histórica desde 1998. “Estes resultados positivos são reflexo da nossa resiliência e dos projetos implantados para desburocratizar os caminhos do empreendedorismo, somados às medidas de incentivo promovidas pelo Governo de SP para melhorar o ambiente de negócios em meio aos desafios impostos pela pandemia”, ressaltou o presidente da JUCESP, Walter Iihoshi

### F – Aceleração para Empreendedores

O InovAtiva, política pública de apoio ao desenvolvimento do empreendedorismo inovador no Brasil, ampliará ainda mais seu alcance, oferecendo um robusto portfólio de oportunidades gratuitas para empreendedores de todo o país, em diversos setores e estágios de maturidade. É realizado pelo Ministério da Economia e pelo Sebrae. Promove programas e iniciativas voltadas para a aceleração de projetos e negócios inovadores e para a conexão entre empreendedores e investidores. As ações visam fortalecer e ampliar seu alcance, por meio de um número expressivo de oportunidades e atendimentos oferecidos gratuitamente pelos programas de aceleração, impulsionando o ecossistema apoiando o desenvolvimento e o fortalecimento do ambiente de negócios inovadores. Mais informações: (https://www.inovativa.online/).

### G – Carreiras em Consultoria

A ICTS Protiviti, empresa brasileira com atuação em gestão de riscos, ética, compliance e segurança, acaba de abrir um novo processo se-

letivo, intitulado Programa Novos Talentos 2022, voltado à busca de profissionais interessados em desenvolver suas carreiras em consultoria. O programa de treinamento não exige experiência e considera como critério de seleção os profissionais que completaram o ensino superior entre dezembro de 2019 e dezembro de 2022 que tenham flexibilidade para viagens, disponibilidade para residir em São Paulo ou trabalhar no modelo híbrido (cliente e teletrabalho) e o inglês avançado será um diferencial. Inscrições podem ser feitas pelo link (https://jobs.kenoby.com/protiviticarreiras/job/novos-talentos-icts-protiviti-2022/61c4d4348ad-165469746fa5e?utm\_source=website).

### H – Programa de Trainee

A Ame Digital - fintech e plataforma mobile de negócios da Americanas S.A. - abriu inscrições para a segunda edição do seu programa de trainee, o Trainee 2022. Com foco em dados, tecnologia e inovação, terá duração de 18 meses e selecionará candidatos que sonham em revolucionar a forma como as pessoas se relacionam com o dinheiro e que queiram desenvolver projetos de relevância na companhia. Podem se candidatar profissionais formados entre dezembro de 2019 a dezembro de 2021 em qualquer universidade e curso de graduação, e de todos os estados do país. O trabalho será no modelo híbrido, ou seja, com dias em home office e também presenciais nos escritórios da Ame no Rio de Janeiro ou São Paulo. Mais informações e inscrições: (https://trainee2022.com.br/).

### I – Fibras de Polipropileno

A Eternit - companhia focada no setor de material de construção e líder de mercado no segmento de coberturas - anunciou investimentos da ordem de R\$ 24 milhões em sua unidade fabril de Manaus, responsável pela produção de fibras de polipropileno - matéria-prima para as telhas de fibrocimento. O projeto representará um aumento de cerca de 40% da capacidade produtiva atual. A fábrica abastece todas as unidades do grupo que utilizam a fibra sintética. A fibra de polipropileno também é usada na fabricação de painéis, módulos estruturais e pisos cimentícios, entre outros produtos da Eternit. “Com a ampliação, vamos abastecer a operação recém-adquirida da Confibra, e a nova unidade do Ceará. O excedente ainda permitirá ampliar as vendas para outros atuantes do mercado”, destaca Luís Augusto Barbosa, presidente da Eternit. Saiba mais: (www.eternit.com.br).

### J – Japanese Film

Entre os dias 14 e 27 de fevereiro, acontece o Japanese Film Festival Online 2022, com alguns dos melhores filmes com a temática “viagem”. São 20 filmes, incluindo lançamentos e clássicos, todos eles ligados por um tema central: viagem. Uma oportunidade de conhecer, ou relembrar os diversificados cenários sazonais existentes no Japão, a beleza multicolorida de sua culinária, a constante interação do tradicional e do moderno em uma sociedade em constante transformação. Todos os 20 filmes da programação serão transmitidos em japonês, com legendas em 15 idiomas diferentes, incluindo o português. Mais informações e programação, no site: (https://jff.jp.jp/watch/jffonline2022/).

A era dos  
ressentimentos

Gaudêncio Torquato (\*)

O atual momento parece ser o mais sensível e instigante das últimas décadas.

No campo da análise política nesses tempos de pandemia, alguns fenômenos se fazem sentir, como o aparecimento de uma nova cepa do populismo de direita, a intensificação da polarização, os vieses que cercam a discussão sobre liberdade de expressão, todos contribuindo para adensar uma era de ressentimentos.

Essa teia fenomenológica, exposta por cientistas políticos, com destaque para Francis Fukuyama, o famoso pregador do “fim da História”, conservador e especialista em relações internacionais da Universidade Stanford (EUA), puxa da gaveta fantasmas que pensávamos definitivamente mortos, como o totalitarismo representado pela aproximação ideológica entre China e Rússia.

No pano de fundo, desenha-se a decadência da democracia norte-americana, a maior do planeta. O fato é que o mundo, na percepção de Fukuyama, convive com a ameaça de conflitos nunca d’antes vistos e hipóteses aparentemente absurdas, como uma nova guerra civil nos EUA, coisa até então impensável. Pesquisas atestam que uma minoria significativa dos norte-americanos aceita a ideia de atos violentos contra o governo.

O professor Samuel P. Huntington, de Harvard, já descrevia, em seu livro “O Choque das Civilizações”, uma paisagem que flagra o “paradigma do caos”: “quebra da lei e da ordem, Estados fracassados e anarquia crescente, onda global de criminalidade, máfias transnacionais e cartéis de drogas, declínio na confiança e na solidariedade social, violência étnica, religiosa e civilizacional e a lei do revólver.” Partia do pressuposto que essa moldura se apresentaria no painel de duas civilizações em conflito, a ocidental, e a de feição muçulmano-fundamentalista.

Os conflitos que ameaçam a vida no planeta são periodicamente lembrados, aqui e ali, em livros, ensaios, entrevistas e documentários sobre os tênues limites do processo civilizacional e sinais apontando para ruptura de seus eixos. O atual momento parece ser o mais sensível e instigante das últimas décadas para um olhar sobre as ameaças às democracias.

Nesse veio, é oportuno pinçar as promessas não cumpridas pelas democracias, como a igualdade entre as classes, a educação para a cidadania, a justiça para todos, o combate ao

poder informal e invisível (os ajuntamentos criminosos que agem nos intestinos das organizações do Estado visível) e a transparência dos governos. Esse é o retrato em preto e branco exposto pelo filósofo Norberto Bobbio, em seu clássico O Futuro da Democracia.

As conquistas da ciência, os passos avançados que as Nações têm dado nos últimos 50 anos para melhorar a vida de seus cidadãos não tem sido suficientes para fechar as feridas abertas pela fome e pela miséria que assolam milhões de pessoas em quase todas as esferas do habitat terreno.

E é nesse território nebuloso, cheio de tormentas e hoje vivenciando uma das maiores catástrofes da história, que agem dirigentes e mandatários, muitos elevados aos cargos pela vontade do povo, outros sustentados por um populismo com toques de agrado ao coração das massas. Infelizmente, a semente da árvore populista encontra áreas para se expandir em instantes críticos da Humanidade. As demandas nas áreas de alimento, moradia, saúde, educação, segurança, explodem, exigindo dos governantes medidas para conter a convulsão social.

Parece exagero? Não. A Humanidade pede socorro. A pandemia tende a ser dominada pela ciência, mas os vírus que ceifam vidas não irão embora. Vamos conviver com eles por tempos. As mentiras produzem camadas de desinformação e ignorância. A liberdade de expressão ganha vieses. No afã de perpetuar seus mandos, governantes usam de artimanhas e dribles, manobrando com recursos e floreios para ganhar o aplauso das ruas. Tal conjunto de mazelas acaba sendo um corrosivo poderoso que fragiliza os corpos democráticos.

A ciência, negada por alguns, continuará sua trajetória de descobertas. Trata-se da luz no fim do túnel, a esperança dos povos, a argamassa para construção dos dutos civilizatórios. Mas não podemos e não devemos permitir que seja usada para beneficiar os donos do poder. E jamais usada como ferramenta para ativar a política de ressentimentos, como a que se vê, por exemplo, na defesa/ataque aos processos identitários. Inventam-se, até, figuras estrambóticas, como essa do “racismo reverso”, que acirram ânimos de comunicadores e intelectuais.

Que os palanques eleitorais em nossas plagas abriguem um discurso de bom senso.

(\*) - É jornalista, escritor, professor titular da USP e consultor político. Twitter @gautortorquato. Acesse o blog (www.observatoriopolitico.org).

Semana da Proteção de Dados  
alerta para o que o usuário  
pode fazer facilmente e não sabe

Neste ano, a National Cybersecurity Alliance (NCA) – uma associação de CISOs e gestores de riscos, expande a campanha Data Privacy Day para a Data Privacy Week.

Kemily Boff (\*)

A iniciativa ocorre entre os dias 24 e 28 de janeiro e passa a ter alcance internacional. O objetivo é reforçar a conscientização sobre privacidade e tratamento de dados, com recomendações práticas, para que qualquer usuário ou organização possa tomar as ações essenciais.

## Por que 28 de janeiro

O Data Privacy Day começou nos EUA e no Canadá em janeiro de 2008 como uma extensão do Data Protection Day na Europa. O Dia da Proteção de Dados comemora a assinatura, em 28 de janeiro de 1981, da Convenção 108, o primeiro tratado internacional juridicamente vinculativo que trata da privacidade e proteção de dados.

Para atingir um público amplo, a comunicação da Semana de Proteção de Dados deve focar em mensagens objetivas, sem complicações técnicas e jurídicas. São poucas dicas, essenciais e simples, que servem para pessoas e empresas de qualquer setor ou geografia, pois atendem tanto as preocupações éticas quanto as exigências das legislações e regulamentos.

## O que o usuário pode fazer facilmente e não sabe

A primeira campanha da Semana de Proteção de Dados sumariza três dicas para as pessoas:

## Pondere conveniência e privacidade; pense antes de compartilhar seus dados

Cuidado com aplicativos e serviços que pedem informações ou autorizações para acesso a geolocalização ou lista de contatos. Antes de clicar, pense se os dados são realmente necessários, avalie a reputação de quem coleta e veja se a troca é razoável; se os benefícios oferecidos valem o “preço” de seus dados.

## Proteja-se e não seja um alvo fácil

Evitar a previsibilidade e a fragilidade das senhas é outra ênfase, com recomendações de como usar senhas mais robustas, sem perder a conveniência. A boa notícia é que mais preguiçosos do que os usuários que configuram senhas óbvias é a maioria dos atacantes, que



Kemily Boff

costumam partir para outra quando encontram uma barreira com múltiplo fator de autenticação (MFA).

## Use bem os recursos de privacidade já disponíveis

A NCA reuniu na página Gerenciar suas configurações os links para verificar e ajustar as autorizações e as políticas de uso e exposição de seus dados nas principais contas de redes sociais, lojas e outros serviços.

## Líderes e empregados têm que entender que privacidade faz parte do negócio

Junto à regulação, as pessoas tomam consciência do valor e dos riscos relacionados a seus dados. Além de evitar multas, processos e danos à reputação, fazer o certo desde o início (privacy by design) pode também tornar o negócio mais eficiente e sustentável. Na mesma abordagem pragmática, a NCA enfatiza três dicas para as empresas nesta Semana de Proteção de Dados:

## Veja se o risco é necessário antes de pensar em mitigar

Processos de coleta de dados, com

preenchimento de formulários ou outros procedimentos, muitas vezes são mais relacionados a costumes do que a necessidades reais. Reduza o escopo da proteção de dados e reveja também os processos de coleta e compartilhamento com os parceiros, pois os dados de seu cliente são sempre sua responsabilidade.

## Siga uma referência estruturada de Melhores Práticas

Os aspectos relacionados tanto à legislação quanto cibersegurança são novos e implicam mudanças culturais em praticamente qualquer organização. Não inventa. Entenda e se oriente pelos frameworks e metodologias que aceleram a jornada.

## Eduque os funcionários para respeitar o cliente, a empresa e a si mesmos

Faça as equipes olharem a forma com que expõem, compartilham e lidam com os dados pessoais. Além das atividades no expediente, procure ensinar os funcionários a desenvolver hábitos de proteção de dados, inclusive na vida pessoal e doméstica. O ideal é que cada funcionário seja capaz de comunicar, na linguagem do cliente, as políticas de privacidade da empresa.

## Reforce o ponto de partida, para avançar na jornada

Os executivos que respondem pelos mais complexos desafios de Gestão de Riscos, Sustentabilidade Empresarial e Segurança, associados à NCA, reconhecem a importância de sempre “retornar ao básico”.

Mesmo que os conceitos e recomendações pareçam repetitivos ou óbvios, os próprios profissionais da área reconhecem que, sem engajamento e colaboração geral, correm o risco de gastar esforço e recursos para “enxugar gelo”.

Veja a melhor maneira de divulgar essas dicas em sua organização ou em sua lista de contatos, para que todos não apenas entendam, mas também tenham condições de agir e assumir suas responsabilidades.

(\*) É Head de conscientização e educação de pessoas em segurança da informação da CYLK Technologing.

## News @TI

## Every Cybersecurity and GRC Solutions obtém certificação da Great Place to Work

A Every Cybersecurity and GRC Solutions conquistou a certificação da Great Place to Work (GPTW – Melhores Empresas para Trabalhar). Segundo levantamento da consultoria internacional, 88% dos funcionários dizem que a empresa é “um ótimo lugar para trabalhar”. Especializada em assuntos fundamentais para o cidadão e para corporações de todos os portes, como Governança, Risco e Compliance e LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais), a Every Cybersecurity and GRC Solutions entra no seleto grupo de 80 empresas da capital que são certificadas pela GPTW. Em 2021 a Every conquistou também a certificação ISO 27.001:2013, a maior referência mundial em Sistemas de Gestão de Segurança da Informação, tendo como escopo suporte e atendimento aos clientes.

## Matera abre mais de 20 vagas para reforçar o seu time

O mercado de tecnologia está aquecido e a pandemia auxiliou no aumento de vagas para essa área. A Matera, empresa de tecnologia com foco em soluções e produtos financeiros, está com processo seletivo aberto para contratação na área de TI, database, marketing, operações, RH e engenharia. “O time da Matera é a principal força da empresa. Por isso, é muito importante selecionarmos pessoas com os mesmos valores que a empresa para complementar o time já existente”, destaca Victor Xavier, Gerente de Gente e Gestão. A Matera é certificada pelo GPTW como uma das 30 melhores empresas para se trabalhar do país e é reconhecida como a 5ª Melhor Empresa para se Trabalhar no Interior Paulista, também pelo ranking GPTW (https://jobs.kenoby.com/matera).

## Vivo abre 300 vagas exclusivas para profissionais com deficiência

A Vivo abre 300 vagas exclusivas para pessoas com deficiência para a área de experiência do cliente da companhia. As oportunidades nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba, Fortaleza, Vitória e Salvador são para atuar como atendente, em formato home office. No dia

10 de fevereiro, a empresa promoverá uma feira online para esclarecer dúvidas sobre as atribuições das atividades. Os interessados precisam se inscrever pelo link. Para concorrer a uma das vagas, é necessário ter domínio de informática e pacote office, além de entusiasmo e energia para fazer acontecer. Ter ensino médio completo, estar cursando ou ter concluído o ensino superior serão diferenciais (https://forms.office.com/pages/responsepage.aspx?id=DmBEIwQ-Lkm6oSXsJFxfvEMItA0VB-u9B-vviQ9WlpL15UMUxKRUVaWENXVrFOQ0g5RThaQk5NRkpORS4u).

## Vagas abertas no estado de São Paulo

A Lenovo está com vagas abertas nas cidades de Indaiatuba (SP) e São Paulo (SP), nas mais diversas áreas de atuação, como Administrativo, Engenharia, Financeiro, Pesquisa e Desenvolvimento, Marketing, Vendas, entre outras. A empresa oferece posições para diversos níveis, desde estágio até liderança de equipes, com vagas exclusivas para PCDs (Pessoas com Deficiência), com pacote de benefícios e salários compatíveis com o mercado de companhias de tecnologia, além de ser certificada pelo GPTW como uma ótima empresa para se trabalhar. “Queremos atrair novos talentos que sejam apaixonados por inovação e tecnologia porque acreditamos no impacto positivo que novos produtos podem ter na sociedade. Também valorizamos habilidades de comunicação, resolução de problemas e criatividade.”, afirma Ana Paula Cavioli, diretora de RH da Lenovo no Brasil. Como uma empresa focada em inovação e inclusão, a Lenovo respeita e encoraja a diversidade em todas as contratações. Para mais informações sobre as vagas e outros detalhes, os candidatos e candidatas devem acessar o site de vagas da Lenovo (https://jobs.lenovo.com/en\_US/careers/SearchJobs/?6911=283&6911\_for mat=2573&listFilterMode=1&jobSort=relevancy&jobRecordsPerPage=10&jobOffset=0&sort=relevancy).

## Programa de Estágio da Alpagatas tem 59 vagas para três cidades

Podem participar estudantes universitários com previsão de conclusão do curso entre dezembro de 2022 e dezembro de 2023. O período de inscrições vai até o dia 30 de janeiro na página da Alpagatas na plataforma 99 Jobs (https://99jobs.com/alpagatas-s-a/jobs/182609-programa-de-estagio-alpagatas-2022). O processo seletivo é 100% on-line.

