

## UNIÃO ENTRE CENTROS COMERCIAIS E EMPREENDIMENTOS RESIDENCIAIS

## VIVER, COMER, COMPRAR: O NOVO MANTRA DOS SHOPPINGS

▶▶ Leia na página 4

## Como saber se está na hora de mudar de emprego

Segundo pesquisa da SurveyMonkey, mais de 90% dos brasileiros estão infelizes no trabalho — 36,52% dos entrevistados dizem não gostar do emprego e 64,24% afirmam que gostariam de fazer algo diferente. A boa notícia para os que querem mudanças é que a percepção do mercado de que o profissional que troca de emprego não tem qualidade ou estabilidade já ficou para trás há algum tempo.

De qualquer forma, Gabriela Mative, diretora de RH da Luandre, uma das maiores consultorias de RH do Brasil, alerta que é necessário tomar a decisão de forma consciente. “Com planejamento e análises corretas, a mudança pode ser positiva para a carreira”. E como analisar se é o momento?

Alguns sinais podem dar indícios de que é a hora de mudar. O primeiro deles é a falta de satisfação e motivação. Muitas vezes o profissional tem um trabalho estável, em que ainda desenvolve suas funções com qualidade, mas, surge um sentimento de insatisfação recorrente.

A especialista afirma que alteração no humor e reclamações constantes sobre o trabalho são indicativos de que vale a pena uma análise mais profunda do que precisa ser alterado na rotina, se é somente a forma de trabalhar ou se é necessária uma mudança de ambiente.



O sentimento de frustração e falta de motivação são os principais indicativos de que está na hora de ir em busca de algo que faça sentido para a carreira desse profissional, para que o trabalho não seja um peso que prejudique também sua vida pessoal. Caso seja realmente o caso de trilhar novos caminhos, a dúvida passa a ser “por onde começar”.

Por isso, Gabriela dá quatro dicas fundamentais para facilitar a transição de emprego. Confira:

• **Prepare-se para o mercado** - O mercado de trabalho está cada dia mais competitivo. Antes de pedir demissão, é preciso entender como está sua área de atuação. Vale fazer pesquisas, ler matérias sobre a empresa contratante e ver o que os funcionários falam em suas redes sociais ou fóruns privados.

• **Estruturar um bom networking** - Desenvolver e cultivar uma rede de contatos é uma tarefa saudável para a carreira de qualquer profissional, em qualquer período de sua trajetória. É importante ampliar a rede de contatos profissionais para

sondar oportunidades. Isso pode ser feito por meio de colegas de experiências profissionais passadas ou em comunidades virtuais.

Uma dessas comunidades é o LinkedIn, a rede mais usada para assuntos relacionados a empregos e carreira. Muitos recrutadores estão de olho em perfis profissionais, por isso é importante estar presente com informações e conteúdos relevantes e atualizados.

• **Especialização é a chave** - Atualizar e ampliar o conhecimento é essencial para que o profissional não fique defasado para o mercado. Especializações são um bom caminho para isso, bem como cursos livres que também podem agregar ao currículo. Essa é uma ótima maneira de se destacar entre recrutadores e no próprio ambiente de trabalho, mostrar e compartilhar conhecimento evidencia interesse em se autodesenvolver.

• **Planejamento financeiro** - Caso a motivação seja salarial, vale avaliar benefícios e a remuneração líquida que será oferecida. Segundo a especialista, em quesito financeiro, é esperado que a nova empresa ou carreira ofereça em média 30% a mais do que sua remuneração atual.

No ato da troca, o profissional deve avaliar se existem benefícios que podem superar essa porcentagem, como assistência médica e odontológica, dentre outros, e calcular se vale realmente a pena. - Fonte e outras informações, acesse: (<https://luandre.com.br/>).

### Importantes dicas para obter um currículo campeão

Nunca é demais reforçar a importância de um currículo bem feito. Afinal, este é o primeiro meio pelo qual o candidato se apresenta para um possível emprego. ▶▶

### Comércio Cross Border deve movimentar US 153 trilhões no mundo esse ano

O comércio Cross Border (que transpõe fronteiras ou transfronteiriço) globalmente é uma oportunidade de vários trilhões de dólares e promete decolar tanto entre as PME's quanto grandes corporações. ▶▶

### As três melhores estratégias de otimização de custos de TI

As empresas estão cada vez mais digitais, por isso a demanda por serviços de Tecnologia da Informação (TI) permanece em alta. ▶▶

### Oito mitos e verdades sobre o auxílio-doença

O auxílio-doença, nomeado como benefício por incapacidade, segundo requisitos da Lei n. 8.213/91, é destinado aos segurados que se encontram incapacitados para o trabalho, seja por doença ou acidente, não possuindo condições de obter renda pela prestação de suas atividades profissionais. ▶▶

Para informações sobre o

**MERCADO FINANCEIRO**

faça a leitura do QR Code com seu celular



### Negócios em Pauta

Foto: ANSA



### Grupo americano está próximo de adquirir Milan

A empresa norte-americana de investimentos RedBird Capital Partners venceu a concorrência do fundo bareinita Investcorp e está muito perto de concluir a compra do Milan, informou o jornal italiano de economia “Il Sole 24 Ore”. A arrancada do grupo, que foi fundado em 2014 por Gerry Cardinale, ex-sócio da Goldman Sachs, é uma grande reviravolta no caso. O periódico afirmou que a RedBird Capital Partners ultrapassou a Investcorp ao ter apresentado nas últimas horas uma oferta de 1,3 bilhão de euros (cerca de R\$ 6,7 bilhões). Os valores da venda do Milan, um dos principais clubes de futebol da Itália e do mundo, poderão subir para 1,8 bilhão de euros nos anos seguintes. O jornal noticiou que as negociações entre as empresas norte-americanas podem ser fechadas em breve. O fundo é um investidor do Fenway Sports Group, que comanda o Liverpool e o time de beisebol Boston Red Sox (ANSA). ▶▶ [Leia a coluna completa na página 5](#)

### News@TI

Pexels Education\_de Pexels\_CANVA



### Live esclarece novas regras para preencher notas fiscais

@A Associação Brasileira de Automação-GS1 Brasil e o Encat promovem a LIVE: Nota Técnica 2021.003 - Validação do GTIN nas notas fiscais, em 27 de maio, para esclarecer aos empresários o preenchimento das notas fiscais - NF-e/NFC-e. O preenchimento correto de todos os campos das notas leva em conta a integração do Cadastro Nacional de Produtos ao Cadastro Centralizado de GTIN, que é o banco de dados da Secretaria da Fazenda (Sefaz). A Sefaz usa o Cadastro Centralizado de GTIN - código numérico que identifica cada item, como se fosse o RG do produto - para validar as informações dos produtos na NF-e e na NFC-e. Portanto, com informações precisas fornecidas pelos empresários, os campos das notas relacionados ao GTIN ficam aptos para validação pela Secretaria de Fazenda de cada Estado (<https://www.eventbrite.com.br/e/live-nota-tecnica-2021003-validacao-do-gtin-nas-notas-fiscais-tickets-337422448627>). ▶▶ [Leia a coluna completa na página 6](#)

### Literatura

Livros em Revista

Por Ralph Peter



▶▶ Leia na página 7



## Como a pandemia fortaleceu o mercado de cloud computing?

Eliezer Moreira (\*)

*Estamos vivenciando o cenário de transformação pós-pandemia*

Dentro desses dois anos, diversas modalidades de trabalho sofreram os impactos do período de isolamento social, passando a utilizar, de forma árdua, ferramentas tecnológicas a seu favor. Essas tendências mantêm o seu ritmo de crescimento até os dias de hoje, aquecendo fortemente inúmeros segmentos do mercado – principalmente o de tecnologia da informação.

A área de TI passou a ter maior protagonismo e importância nesse período. Esse fato pode ser confirmado com a mais recente pesquisa da consultoria Gartner, que apontou a projeção de que os gastos mundiais com estes serviços devem chegar a US\$ 4,5 trilhões em 2022. Considerando a variedade de segmentações e atuação do setor, podemos apontar que o mercado de cloud computing, está entre os muitos que vem conquistando crescimento acelerado.

Para entender a expansão desse mercado, é importante frisar que sua adesão está relacionada com a grande preocupação das empresas em ganhar agilidade e mobilidade nas operações, e armazenar registros em uma infraestrutura segura em nuvem – incentivados, justamente, pela permanência do modelo de trabalho remoto. Segundo a mesma pesquisa, 30% das companhias devem manter o home office após o fim da pandemia.

Todas essas novas características do meio corporativo vêm despertando, na maioria das organizações, o crescimento da demanda em atender essa tendência, ao mesmo tempo em que adquirem uma infraestrutura segura, ágil e escalonável. Esse processo se dá pela alta nos casos de ataques e sequestros cibernéticos, e pelos altos custos de manter uma infraestrutura local, tanto pelo braço técnico, quanto pela infraestrutura envolvida.

Embora estejamos presenciando uma valorização e reconhecimento das usabilidades que o cloud pode proporcionar para as empresas, a implemen-

tação de recursos de T.I no ambiente corporativo ainda é vista como um gasto e não um investimento. Essa visão equivocada contribui para que a maioria das instituições possua, do ponto de vista de T.I, uma atmosfera de vulnerabilidade, facilitando invasões de sistemas, perda de dados, roubos de informações.

Segundo uma recente publicação da Fortinet, líder global em soluções de segurança cibernética, o Brasil sofreu mais de 88,5 bilhões de tentativas de ataques cibernéticos em 2021, um aumento de mais de 950% com relação a 2020 (com 8,5 bi). Esses dados mostram a importância da busca por soluções com maior segurança pelos gestores.

A cultura organizacional, em muitos estabelecimentos, inibe a compreensão das vantagens existentes ao aderir os recursos em cloud. Quando implementado internamente, os ganhos a nível de segurança atrelados ao uso da ferramenta fortalecem a competitividade da organização no mercado, possibilitando operações ágeis e direcionadas que enriquecem a eficiência da comunicação entre áreas e eliminam redundâncias em processos.

Cabe ressaltar que o sucesso da aquisição de recursos em cloud não deve ser limitada a implementação de um único recurso ou máquina. Para que os benefícios dessa conduta sejam, de fato, efetivados, é importante que haja um treinamento entre a equipe técnica e investimentos nas formas de segurança que contemplem toda a cadeia de serviços.

Esses novos indicativos da aceitação das organizações em investir em plataformas em nuvem trazem uma nova percepção de mercado e relacionamentos entre os gestores. Até porque, o investimento em novas soluções cloud permite a expansão dos negócios e contempla todos os espaços, sejam eles físicos ou digitais – favorecendo, desta forma, as organizações que buscam constantemente por eficiência e melhorias nos fluxos de trabalho.

(\*) - É sócio-gerente de Data Center na SPS Group, destaque dentre as cinco maiores consultorias de SAP Business One do Brasil (www.spsconsultoria.com.br).

# Como criar uma loja virtual com baixo investimento

A crise econômica levou milhões de brasileiros a criar o próprio negócio

O país registrou um número recorde de abertura de pequenos negócios no ano passado. Foram mais de 3,9 milhões de empreendimentos. A boa notícia é que não é preciso de grandes investimentos para começar um negócio no setor de e-commerce. Abrir uma loja virtual ficou mais acessível, mas o processo exige cautela e planejamento.

Em segmentos como moda e acessórios, é possível iniciar um investimento com mil reais, já que são produtos mais baratos e com lucros muito bons. “Se você comprar R\$ 500 em roupas importadas, por exemplo, pode vender aqui no Brasil e faturar até R\$ 1500”, exemplifica Marina Ballester, chefe de experiência do cliente da Loja Integrada, maior plataforma para criação de lojas virtuais do país, com mais de 2,5 milhões de lojas criadas.

Já na área de cosméticos, perfumaria e decoração, existe a possibilidade de começar com um investimento pequeno para iniciar o próprio negócio. O primeiro passo é buscar um fornecedor de qualidade e de confiança. Com R\$ 500 de produtos e mais R\$ 500 para investir em redes sociais, loja virtual e propagandas, garantem um



Não é preciso de grandes investimentos para começar um negócio no setor de e-commerce.

primeiro grande passo.

Pensando nisso, a especialista listou cinco passos essenciais para quem busca abrir o próprio negócio e investir recursos de forma eficiente com investimento de até mil reais. Confira:

- 1) Defina seu público alvo** - Antes de ter o seu produto, pesquise quem será seu cliente. Converse com amigos e peça opinião sobre seu negócio. Leia sobre outras lojas que serão suas concorrentes. A escolha do seu público alvo pode ser o diferencial para os resultados do seu negócio.
- 2) Aposte em um e-commerce de nicho** - Invista em algo

que você já conheça. Procure focar em um setor específico, assim é mais fácil ser reconhecido. Por isso é importante fazer a pesquisa de mercado. Faça com que sua loja seja a “melhor vitrine” do produto que escolheu. Tenha uma proposta simples e objetiva de negócio.

- 3) Invista em Marketing digital** - Lembre-se que sua loja é virtual, então ela precisa aparecer de alguma forma. Invista em anúncios, redes sociais. Esse é um grande passo para que seu negócio dê certo e seu e-commerce alcance mais

visibilidade e atração de potenciais clientes.

- 4) Priorize a entrega dos produtos** - Esse é o principal desafio para quem tem uma loja virtual. Já pensou em fazer a entrega para todo o país? Você precisa garantir que seu cliente receberá seu produto no prazo estipulado e em boas condições. Planeje também sobre a entrega em datas comemorativas, feriados. Especifique em seu site sobre prazo e limitação de entrega.
- 5) Ofereça facilidade de acesso** - É importante que a sua loja virtual seja de fácil acesso na versão mobile. Verifique a compatibilidade do seu site para versões como celulares e tablets. Pesquise também sobre os meios de pagamento que seu cliente irá fazer. É importante ressaltar sobre os mecanismos de busca no Google, pois quanto mais acessível e preparado seu e-commerce estiver, mais fácil será encontrá-lo. - Fonte e mais informações: (https://lojaintegrada.com.br/home/).

## Live commerce: use essa estratégia e acelere as vendas

O jeito que os brasileiros compram mudou. A pesquisa E-Shopper Barômetro 2021 aponta que 63% da população conectada à internet faz compras online e que o volume de compras realizadas no ambiente virtual mais do que dobrou desde 2019. O número de e-commerces no país também vem aumentando e, no ano passado, já ultrapassava 1,5 milhão.

Para se sobressair em meio à concorrência e engajar esse público cada vez mais online, empreendedores precisam recorrer a diferentes estratégias e uma delas é o live commerce, uma forma de vender que une o streaming e o comércio eletrônico, com o diferencial da interação ao vivo entre vendedor e consumidor.

“Esse contato direto com o público é importante, porque aumenta o engajamento e consequentemente as vendas. Mas para alcançar os resultados pretendidos, é preciso apostar em algo novo e planejar a live conforme os objetivos do negócio”, comenta Alexandre Nogueira, CEO e fundador da Universidade Marketplaces, plataforma digital especializada em cursos e mentorias para aceleração dos negócios em marketplaces.

Alexandre separou três dicas para otimizar os resultados de uma live commerce:

- 1) Defina sua estratégia** - Antes de promover uma live, você precisa definir quais são os objetivos com ela e estudar o público que espera atingir. Os objetivos podem ser diversos, como maior reconhecimento para a marca, lançamento de novos produtos, promoções para aumentar as vendas no geral ou até mesmo movimentar mercadorias paradas. Depois dessa definição, fica mais fácil traçar as estratégias de divulgação, escolher a plataforma a ser usada, o apresentador e o conteúdo que será trabalhado.
- 2) Desperte desejo e necessidade** - Quando o objetivo da live commerce é impulsionar as vendas, uma das táticas importantes é fazer com que os clientes sintam necessidade de adquirir o produto. Por isso, durante a transmissão ao vivo, garanta que o apre-



Para se sobressair em meio à concorrência, empreendedores precisam recorrer a diferentes estratégias.

sentador demonstre as formas de uso do produto e seus benefícios.

A maneira com que o produto é apresentado faz toda a diferença. Nessa hora, o item pode ser anunciado de forma descontraída, envolvendo uma história e até mesmo proporcionando algum tipo de identificação no público, a partir de uma experiência do apresentador, compartilhada com quem está assistindo à live. Isso deixa as pessoas mais atraídas e o desejo de compra aumenta.

- 3) Ofereça benefícios e ofertas exclusivas** - A oferta de condições exclusivas para aqueles que assistem à live é uma das formas mais eficazes de aumentar as vendas. Durante a transmissão, anuncie descontos exclusivos, promoções relâmpago e links de pagamento com prazo de expiração. Descontos e benefícios são essenciais para liberar gatilho nos clientes. E é justo que o público da live tenha condições diferenciadas de compra. Elas facilitam a tomada de decisão e o alcance das metas. - Fonte e outras informações, acesse: (www.universidademarketplaces.com.br).

## Assessoria de Imprensa e o marketing da credibilidade

Adriana Vasconcellos Soares (\*)

Não importa o tamanho do seu negócio, fazer com que o seu público conheça e consuma o seu serviço ou produto sempre vai motivar o empresário a buscar estratégias de divulgação para ser visto e atingir o seu público-alvo. Mas é preciso ter em mente que os consumidores tratam as marcas como pessoas e escolhem aquelas que possuem atitudes e valores, que estejam alinhados às suas vidas.

O marketing de credibilidade é aque-

le que objetiva divulgar informações positivas sobre os produtos, serviços, atitudes e valores do seu negócio, a fim de fortalecer a sua imagem e da sua marca, gerando autoridade e credibilidade para você e o seu estabelecimento. Para que isso aconteça, uma estratégia que as empresas de sucesso usam é a Assessoria de Imprensa.

Essa modalidade de comunicação visa colocar um profissional, marca, empresa ou serviço em matérias jornalísticas, nos meios de comuni-

cação (jornais, revistas, tvs, rádios e sites) relevantes ao negócio, a fim de fixar o cliente, produto ou serviço na cabeça do seu público. A Assessoria de Imprensa ajuda uma empresa a conquistar cinco benefícios para o sucesso:

- Visibilidade na imprensa (78% dos jornalistas divulgam informações enviadas por assessores de imprensa);
- Ganho de credibilidade, reputação e fortalecimento do nome/marca

(estudo de credibilidade do Edelman Trust Barometer, revela que para os consumidores confiar na marca é essencial para a compra);

- Difusão de informações positivas sobre o profissional, serviço, empresa e marca;
- Fácil encontrabilidade e melhor ranqueamento de busca no Google (89 mil pesquisas são realizadas a cada segundo);
- Oportunidade de falar diretamente com possíveis prospects e aumen-

tar as vendas de seus serviços ou produtos. Segundo Pesquisa Brasileira de Mídia, os brasileiros passam 4h59 por dia na internet e 4h31 assistindo TV. Já o estudo Trust in The Media, da Ipsos, diz que 65% dos brasileiros confiam em jornais e revistas, à frente da mídia internacional, que é de 47%.

(\*) - Formada em Jornalismo pela Universidade de Mogi das Cruzes e Pós em Comunicação Organizacional e RP pela Cáspes Libero, é sócia da Six Bureau de Comunicação, focada em Comunicação Empresarial e Assessoria de Imprensa.





Kzenon\_CANVA

UNIÃO ENTRE CENTROS COMERCIAIS E EMPREENDIMENTOS RESIDENCIAIS



## VIVER, COMER, COMPRAR: O NOVO MANTRA DOS SHOPPINGS

Imagine a cena. Sua família decide ir ao cinema e depois jantar. Em vez de entrar no carro, dirigir até lá, procurar vaga e correr para a sessão, você simplesmente pega o elevador, sai dentro do shopping, dá alguns passos e chega ao destino. Muito conveniente, não acha?

Luiz Alberto Marinho (\*)

Isso será realidade, no ano que vem, para os 114 felizes proprietários de um apartamento no The Spot One, luxuoso prédio que será conectado ao Balneário Shopping, com entrada exclusiva para o mall. A ideia da Almeida Junior é construir empreendimentos semelhantes, em breve, nos outros seis shoppings que possui em Santa Catarina.

Algo parecido já acontece em lugares como o Shopping Cidade Jardim, da JHSF, e o Parque Shopping Maia, da General Shopping, que também estão conectados a edifícios residenciais. Apesar de não ser novidade, a união entre centros comerciais e empreendimentos residenciais tem ganhado impulso no Brasil, em especial após a pandemia.

Entre os motivos para esse novo ciclo estão fenômenos como o home office, a busca por conveniência, a valorização da proximidade e a necessidade crescente dos shoppings de gerar fluxo recorrente. Para se ter ideia da força desse movimento basta dizer que 28% dos shoppings em operação no país integram um complexo multiuso, segundo dados da Abrasce, a Associação Brasileira de Shopping Centers.

Para quem não conhece o termo, multiuso é o jargão para descrever empreendimentos complementares e próximos, em geral, comércio, escritórios, moradias, escolas, hotéis e centros médicos, entre outros. Pois bem, em 2016 apenas 16% dessas áreas em shoppings contavam com condomínios residenciais - a imensa maioria era ancorada por prédios comerciais.

Porém, no final do ano passado, residências já faziam parte de 25% dos complexos de uso misto. Quando 2022 terminar, os números prometem ser ainda mais expressivos. Sabe por que? Importantes players estão apostando alto na dobradinha entre condomínios e shopping centers. A Multiplan é uma delas. A mais recente ousadia da companhia do trevo verde atende pelo nome de Golden Lake.



Peix Smagin\_CANVA

Mais do que um condomínio, a Multiplan pretende oferecer um novo bairro para a população de Porto Alegre, convenientemente localizado ao lado do BarraShopping Sul. Quando concluído, o que deve acontecer até o final de 2024, haverá sete condomínios, com 18 torres e cerca de 1.200 famílias morando ao lado de um baita centro de compras.

Outro grupo que tem investido forte na construção de residências em seus shoppings é o Iguatemi. Recentemente ele fechou uma importante parceria com a Luggo, empresa especializada em edifícios residenciais com serviços (coworking, lavanderia, mercado, bicicletas compartilhadas etc.). A Luggo construirá um prédio de 18 andares e 226 apartamentos no estacionamento do Galleria, em Campinas, que em troca fica com 16,6% do novo empreendimento.

De quebra, o Galleria ainda ganha um fluxo adicional desses moradores, que frequentarão o mall por conveniência. O apetite do Iguatemi não acaba em Campinas. Já estão em construção prédios residenciais nos shoppings

de São José do Rio Preto e Sorocaba e há planos também para os centros comerciais da capital paulista.

Quer mais? A brMalls anunciou, há cerca de dois meses, um projeto ambicioso com a construtora Vitacon, também conhecida por desenvolver prédios com apartamentos pequenos e muita oferta de serviço. O acordo prevê a construção de 20 torres residenciais e centros médicos nos terrenos de sete centros da brMalls. As primeiras unidades devem ficar prontas em 2026.

Curiosamente, a movimentação dos shoppings para agregar residências e adensar o seu entorno tem estimulado também iniciativas na direção oposta. Vários empreendimentos imobiliários estão integrando polos comerciais dentro de seus projetos, para melhorar a experiência dos moradores — e agregar novas receitas. A Helbor é uma das construtoras que têm percorrido esse caminho, juntamente com a HBR, incentivada pelo plano diretor aprovado na cidade de São Paulo, em 2016.

Quem comprou um apartamento no Helbor Wide, na movimentada avenida Rebouças, ganhou junto o conveniente acesso a quatro salas de cinema Cinemark, um Outback, academia de ginástica, bons restaurantes e várias operações de serviços. Tudo isso a um elevador de distância. A ideia trouxe resultados palpáveis, entre eles o aumento significativo no valor pago pelos proprietários das unidades no Wide.

Neste momento, a Gouvêa Malls está envolvida no planejamento de alguns centros comerciais em condomínios, como o Eplenum, em São José do Rio Preto, e o Viva Park, em Porto Belo. Ambos propõem a união entre moradia, serviços e consumo, com amplo espaço para gastronomia, bem-estar e varejo de experiências. Como dá para notar, a ideia do centro de compras tradicional ficou ultrapassada.

O que prevalece agora é o conceito do live, work, play (viver, trabalhar, se divertir). Se quisermos aplicar a essa frase uma visão ampliada e adaptada ao mercado brasileiro, podemos adotar o mantra “viver, comer, comprar”. Em resumo, é preciso investir na diversificação da função dos centros comerciais, de modo a facilitar e tornar a vida dos clientes mais agradável.

Para viabilizar a evolução do seu modelo de negócio nestes tempos digitais, os shoppings precisarão propor novos motivos para as pessoas frequentarem seus espaços. Hoje, 72% dos nossos centros comerciais ainda não fazem parte de um complexo de uso misto. A conclusão é óbvia: a união dos shoppings com condomínios, centros médicos, instituições de ensino e outros empreendimentos do gênero está só começando.

O desafio será o de criar lugares onde as pessoas queiram estar e se encontrar, vivendo experiências relevantes e diferenciadas. E, ao mesmo tempo, monetizar o fluxo recorrente que residências, bares, restaurantes, áreas médicas e serviços em geral podem gerar. Esse é o caminho. Quem viver, verá.

(\*) - É sócio-diretor da Gouvêa Malls (<https://gouveaeosystem.com/>).



Globe8\_CANVA



# Guedes: privatização pode aumentar recursos para infraestrutura

O ministro da Economia, Paulo Guedes, defendeu a privatização como forma de aumentar os investimentos em infraestrutura. “Modelo antigo”, baseado em grandes empresas estatais “se esgotou”, disse

“Só uma empresa, a Ceda, quando fizemos o marco do saneamento, mobilizou em um fim de semana, aqui em São Paulo, R\$ 50 bilhões. Seis vezes e meia o orçamento do ministro [da Infraestrutura]”, disse, ao comparar o resultado do leilão realizado em abril e o orçamento do Ministério da Infraestrutura.



Ministro da Economia, Paulo Guedes, defendeu a privatização.

Na ocasião, foram pagos R\$ 22,69 bilhões em outorgas e estão previstos R\$ 30 bilhões em investimentos em 12 anos. O ministro participou de um seminário promovido pela plataforma Arko Advice e Traders Club, quando afirmou que a alta carga tributária tem provocado a redução da produção industrial do país nos últimos anos. “O IPI desindustrializou o Brasil”, enfatizou.

Segundo o ministro, são os impostos que fazem com que o país tenha que importar produtos que poderiam ser produzidos nacionalmente.

“O Brasil tem matéria-prima de toda espécie. Ou seja, tem a soja, mas, às vezes tem que trazer de fora o óleo de soja, tem o minério

de ferro, mas, às vezes, tem que trazer de fora o aço”. Guedes disse que o governo aproveitou o aumento de arrecadação para diminuir os valores cobrados com o imposto. “Pela primeira vez, em 40 anos, nós baixamos o IPI. Ninguém fez isso antes”, destacou. Em fevereiro, uma série de produtos teve as

alíquotas do IPI reduzidas em 25%, percentual que foi ampliado para 35% a partir de maio.

O ministro também comentou sobre a alta inflação que, segundo ele, é um fenômeno mundial. “A inflação que tem hoje é uma inflação mundial, porque os bancos centrais dormiram no volante. O nosso já acordou, saiu correndo e tomou um café: está vivo”, disse, sobre o aumento da taxa básica de juros que o Banco Central tem feito desde o ano passado para conter o aumento generalizado de preços. De acordo com Guedes, a inflação mundial é causada por uma desorganização da produção provocada pelas medidas restritivas para conter a pandemia da Covid-19 (ABR).

## Metaverso e o Comércio Exterior

Fábio Pizzamiglio (\*)

*O comércio exterior pode se transformar nos próximos anos e essa mudança já pode ser observada na atualidade*

Com o avanço da tecnologia do metaverso, que cada vez mais toma forma, os negócios internacionais podem ser transformados para sempre. Mas como ele pode mudar o mundo? O metaverso em si pode facilitar o mercado internacional por meio da quebra da fronteira linguística e diminuição das fronteiras físicas.

Um exemplo disso seria um empreendedor aqui do Brasil participando de uma feira de produtos na China, sem sair de casa. Com isso, ele pode buscar os melhores investimentos e aproveitar a tradução simultânea para melhor se comunicar.

Esse universo tem a projeção de movimentar cerca de US\$ 800 bilhões até 2024, segundo os dados da Bloomberg Intelligence.

Atualmente já existem iniciativas sendo realizadas por meio do metaverso, como é o caso da criação da uma embaixada de Barbados no Decentraland, algo que movimentou os noticiários em 2021.

Mas não apenas nos acordos de diferentes nações que a tecnologia pode ser aplicada. Se ganhar o público, ele poderá economizar através de prévias virtuais de produtos e passeios por centros industriais, no outro lado do mundo, por meio da virtualização.

Com o avanço da tecnologia na última década, isso tem impacto direto no comércio exterior, que pode se expandir ainda mais e chegar a novos mercados. Dubai é um exemplo claro do uso das novas tecnologias.

Lá, já houve a adoção das criptomoedas e a criação de um órgão supervisor do mercado metaverso. Mas se todo esse movimento se tornar, de fato, algo transformador, só o tempo dirá. Ainda é cedo para traçar como essa nova tecnologia impactará os negócios internacionais.

Também é válido pensar no impacto logístico que isso pode significar. Com cada vez mais pessoas aderindo à tecnologia e consumindo por meio dela, maior será a demanda para fazer com que os bens cheguem até os consumidores. E isso já deve ser refletido por todos que atuam na área do comércio internacional.

Porém, por mais que esse conceito seja relativamente novo, o certo é que ele movimentará grandes empresas do mundo, fazendo com que o Facebook mudasse o nome para Meta e a Microsoft realizasse aquisição de novas companhias para ampliar seus negócios. Ainda é cedo para afirmar que tudo isso vai permanecer.

O certo é que as novas tecnologias podem auxiliar na construção de um mundo cada vez mais globalizado, onde fronteiras sejam derrubadas.

(\*) - É diretor da Eficiência, empresa que se destaca como solução integral na área de despacho aduaneiro, logística e assessoria em comércio internacional.

## Startups podem obter crédito para acessar soluções tecnológicas

O Serpro, estatal do governo federal que é a maior empresa pública de tecnologia do mundo, está com edital aberto para apoiar o modelo de negócios de startups brasileiras do setor de inovação. O programa Serpro Booster seleciona empresas nascentes de tecnologia e oferece créditos para que elas acessem algumas das melhores soluções tecnológicas de administração de dados públicos do país.

De acordo com Carlos Alexandria, gerente de Prospecção de Oportunidades Inovadoras do Serpro, a ideia é fomentar o ecossistema empreendedor e de inovação no Brasil. “O objetivo é, além de alavancar os negócios da empresa com a venda de produtos que ajudem as startups a obter melhores soluções inovadoras para o país, buscar ideias inovadoras que estejam alinhadas com o que esse mercado realiza. O Serpro é um incentivador do empreendedorismo e da inovação nacional”, afirmou.

Os benefícios incluem cotas de acesso a programas como o Datavalid, que consulta as bases originais de governo para validar as informações e fazer a verificação dos dados ou imagem enviados por um interessado através de uma API, sigla que designa um conjunto de protocolos utilizados por desenvolvedores para a integração de plataformas. Também podem ser degustados créditos de acesso ao Biovalid, programa que faz validação de identidade a distância de uma pessoa, além do Consulta CPF e CNPJ. Ao todo, cada uma dessas plataformas vai liberar até 26



O objetivo é buscar ideias inovadoras que estejam alinhadas com o que esse mercado realiza.

tokens de acesso, válidos por seis meses. O crédito a ser disponibilizado equivale a cerca de R\$ 10 mil por token de acesso. Uma nova fintech, que é uma startup do setor financeiro, pode se beneficiar com o uso do Datavalid, por exemplo, como ferramenta para checar o cadastro de potenciais clientes sem ter que fazer isso manualmente nem precisar disponibilizar escritórios físicos para validar documentação. Outras informações: (<http://booster.ventures.serpro.gov.br/>) (ABR).



## NEGÓCIOS em PAUTA

lobato@netjen.com.br

### A – Energia Solar no Terawatt

Estudo internacional lançado em Munique, mostra que a energia solar no mundo assume cada vez mais protagonismo na transformação energética sustentável. A fonte solar acaba de ultrapassar a marca histórica de 1 terawatt (TW) de potência instalada. Segundo o “Global Market Outlook for Solar Power 2022-2026”, principal relatório de mercado do setor solar fotovoltaico mundial, o Brasil, mercado líder em energia solar na América Latina, deve se tornar um dos principais mercados globais nos próximos anos, podendo atingir 54 gigawatts (GW) de capacidade solar total até 2026. O relatório anual aponta que, apesar dos impactos sem precedentes causados pela pandemia no mundo, a capacidade instalada solar dobrou no mundo nos últimos três anos.

### B – Causa Animal

O Conexidades traz sempre para suas plenárias temas ligados à governança, além de assuntos de grande relevância no dia a dia das cidades e dos cidadãos. Na edição desse ano, a Causa Animal também terá espaço. O assunto está na transversalidade dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) desenvolvidos pela ONU, além de estar na Constituição Brasileira a Lei que reconhece os Direitos dos Animais. O Brasil concentra 139,3 milhões, de animais de estimação, sendo 54,2 milhões de cães; 39,8 milhões de aves; 23,9 milhões de gatos; 19,1 milhões de peixes e 2,3 milhões de répteis e pequenos mamíferos. A 5ª edição de Conexidades acontece entre os dias 7 a 11 de junho, no Casa Grande Hotel Resort & Spa, no Guarujá. Saiba mais: (<https://www.conexidades.com.br>).

### C – Inovação para Motoristas

O Clube Mercosul é uma plataforma 100% digital com foco na inclusão social dos motoristas de carga e seus familiares, cuja proposta principal é proporcionar, via aplicativo de assinatura mensal, produtos de alto valor agregado voltados para a saúde, qualidade de vida, proteção e assistência para seus assinantes, em tempo integral no Brasil, Argentina, Chile e no Mercosul. Posteriormente será acrescentado a outras localidades como Uruguai e Paraguai. Os clientes poderão ter acesso a um exclusivo Clube de Vantagens, onde será possível comprar, com descontos especiais e muita comodidade, produtos e serviços que sejam aderentes e necessários ao seu dia a dia, tais como exames toxicológicos, equipamentos GPS e serviços de postos de gasolina, entre muitos outros. Saiba mais em ([www.clubemercosul.com](http://www.clubemercosul.com)).

### D – Indústria de Festas

As festas e comemorações já estão a todo vapor no país. Após dois anos sem sua realização, acontece a 14ª edição da Expo Festas e Parques - Feira de Artigos para Festas e Natal, Doces e Atrações, que deve aquecer os negócios. Promovida e realizada pela Francal Feiras, reunirá mais de 180 marcas expositoras e 100 horas de conteúdo, entre os próximos dias 26 e 29, no Expo Center Norte. Como sempre, de todo o público recebido, cerca de 40% dos visitantes são varejistas e a expectativa é de que esse número aumente. Pensando nisso, a feira terá, pela primeira vez, um novo formato de conteúdo, as Mesas Redondas. O objetivo é ampliar o conteúdo para varejo, e assim promover a troca de ideias, de experiências e das melhores práticas para o varejo de artigos para festas. Outras informações e inscrições: (<https://expofestaseparques.com.br/>).

### E – Tecnologia em Cerveja

Entre os dias 30 de maio a 1º de junho, no São Paulo Expo, acontece Brasil Brau 2022 - 16ª Feira Internacional de Tecnologia em Cerveja e o 17º Congresso Brasileiro de Ciência e Tecnologia Cervejeira, Brewer Lounge. A missão do evento é criar oportunidade para quem deseja planejar lançamentos, encontrar novos clientes, estreitar o relacionamento com clientes atuais, investir na ampliação do negócio e se posicionar entre os líderes do segmento. Outro diferencial está na política de admissão do público, que valoriza a participação de profissionais com vínculo comprovado com o setor. Mais informações e inscrições, acesse: (<https://brasilbrau.com/>).

### F – Unindo RH à Tecnologia

O mercado de Recursos Humanos e Departamento Pessoal está em processo de transformação. Com o avanço da tecnologia, os profissionais do setor precisam se adaptar e evoluir para lidar com as inovações, pessoais e tecnológicas, das novas gerações. Por isso, a startup brasileira B2B Stack anuncia um grande evento nacional para falar sobre as principais mudanças tecnológicas do mercado: o HR Conference. Voltado para profissionais que vão desde a base do RH até as mais altas cadeias de comando, como CEO, CHRO, entre outros, acontece nos dias 13 e 14 de julho, de maneira online e totalmente gratuita. São esperados mais de 10 mil participantes de diferentes partes do Brasil. Entre os palestrantes estão diferentes especialistas vanguardistas da área. Saiba mais: (<https://hr.b2bstack.com.br/>).

### G – Cursos de Férias

A University of La Verne é uma das mais tradicionais e respeitadas universidades dos Estados Unidos e está com as portas abertas para

receber alunos estrangeiros para os cursos de curta duração. Em parceria com a IBS Americas, a ULV oferece nove opções de cursos, que são divididos em dois grupos: Graduate - para graduandos ou profissionais recém-formados e Advanced - para profissionais pós-graduados e com experiência profissional. O campus da universidade fica a apenas 50 minutos de Los Angeles e os alunos têm também os fins de semana livres para conhecer a região. No programa estão inclusas visitas a empresas para conversas com executivos, o que oferece uma visão global sobre os temas desenvolvidos ao longo do curso. Inscrições na página da universidade: (<https://ulv.ibs-americas.com/pt/university-of-la-verne/>)

### H – Viagens em Família

Em pesquisa recente realizada pelo grupo de turismo francês Tourlane, Seychelles foi eleita um dos 15 melhores destinos do mundo para viagens em família. A pesquisa levou em conta critérios como: atividades para família, temperatura, estabilidade turística e medidas de segurança em relação à Covid-19. Ocupando a nona posição do ranking, o Arquipélago do Oceano Índico apresenta diversas atrações e hotéis “family-friendly”. Seychelles é um dos maiores exemplos de conservação natural do mundo. Com 50% da sua extensão terrestre e 30% da marítima protegidas, toda a família pode aprender um pouco mais sobre as diferentes espécies e ações das ilhas para a proteção do seu ecossistema. Para mais informações, acesse ([www.seychelles.com/home](http://www.seychelles.com/home)) e o site ([www.gvanoticias.com](http://www.gvanoticias.com)).

### I – Novidades sobre Cartões

O Itaú Personalité anuncia novidades nos cartões Black, com o lançamento de mais duas versões para compor sua prateleira de produtos. Até então os cartonistas podiam contar com o Black com Pontos, que permite o acúmulo de dois pontos por dólar gasto em compras nacionais e três nas compras internacionais. A partir de agora, clientes também terão à disposição a versão Black com Cashback, que dá 1,1% de cashback em compras no crédito. E para quem preferir um cartão sem custo, pode optar pelo Black sem cobrança de anuidade - neste, não há acúmulo de pontos ou cashback. A iniciativa faz parte do projeto de transformação do Itaú Personalité e têm como objetivo oferecer as melhores experiências e ofertas personalizadas para cada perfil de cliente.

### J – Entregas Sustentáveis

A logística sustentável é uma das opções dentro da estratégia da Natura para atingir a meta de zerar as emissões de carbono até 2030. Neste processo, um dos desafios é transformar todas as etapas de transporte para torná-las mais sustentáveis, desde o abastecimento de fábricas e centros de distribuição até a entrega de pedidos aos clientes, consultoras de beleza e representantes de vendas. Uma mudança na entrega dos produtos do e-commerce da capital paulista já trouxe impacto nas operações da empresa, em pouco mais de um ano usando bicicletas e veículos elétricos houve a redução de nove toneladas na emissão de CO2. A operação, que conta com apoio da operadora de transporte MM Delivery, em conjunto com as equipes da Last Mile, é realizada em 25 bairros da cidade.



## OPINIÃO

'Open Election' evitaria  
ficha limpa fake

Alexandre Pegoraro (\*)

Os especialistas repetem que o desenvolvimento de melhores produtos e serviços depende do volume de informações sobre os consumidores.

Argumento é que para criar soluções mais econômicas, eficientes e convenientes é necessário conhecer hábitos, desejos, necessidades, condições financeiras e uma série de outros aspectos relacionados à vida das pessoas. Neste sentido, o Brasil tem acompanhado a tendência mundial e feito esforços para avançar com iniciativas que permitem às organizações saberem praticamente tudo o que querem de seus clientes.

O mercado de crédito, por exemplo, já conta com o Cadastro Positivo, o Open Banking e o Open Finance. Por sua vez, a indústria dos seguros trabalha o conceito de Open Insurance e assim por diante. Seja em qual for o segmento, o compartilhamento de dados é o nome do jogo e a LGPD procura fazer com que a regra seja clara no que se refere às melhores práticas de uso desses dados.

Ocorre que a lógica desse sistema parte sempre da premissa de que os dados das pessoas sejam conhecidos e compartilhados por aqueles que vão tê-las como usuárias de suas criações. No caso da eleição, não é diferente. Os eleitores também serão impactados por aquilo que os parlamentares inventarem ou deixarem de inventar, mas aqui existe uma possibilidade fundamental de inversão de papéis.

Ao invés de ter seus dados à disposição, os consumidores poderiam e deveriam ter a oportunidade de conhecer e compartilhar os dados sobre o histórico e o comportamento dos candidatos. Afinal, é consenso que um dos maiores sinais de loucura é continuar fazendo tudo da mesma forma e esperar por resultados diferentes. Ou seja, manter o formato atual, no qual eleitores sabem dos políticos somente aquilo que eles querem, vai continuar levando o país a ter muitas surpresas negativas.

O conhecimento, por exemplo, de que um determinado candidato havia sido preso por suspeita de venda ilegal de anabolizantes em academias da cidade e que, depois de ter se tornado policial militar, essa mesma

pessoa havia recebido 60 sanções disciplinares, 14 repreensões e duas advertências por comportamento inadequado, provavelmente evitaria o desperdício de energia das últimas semanas, causado porque esse mesmo político assumiu um comportamento e uma defesa de teses não condizentes com o que se espera de um parlamentar.

Quantos casos como esse já aconteceram? Quantos ainda estão para ser descobertos? Até quando esse tipo de erro será cometido? Afinal, assim como existe tecnologia para captar, processar, minerar, orquestrar e extrair de banco de dados as melhores informações sobre consumidores para a criação de produtos e serviços, também existem ferramentas para auxiliar o eleitor a escolher melhor seus representantes.

Durante muito tempo os bancos, financeiras e varejistas contaram com os chamados Cadastros Negativos de crédito, ou seja, um repositório de informações que denunciavam se uma pessoa tinha deixado de pagar alguma conta em algum momento de sua vida. Hoje, além da lista negativa existe ainda a lista positiva.

E no caso dos candidatos? Onde o eleitor pode consultar se existe alguma incoerência entre a realidade do comportamento histórico daquele político e a lista de qualidades que ele apresenta no momento da campanha?

As plataformas de tecnologia especializadas em compliance judicial hoje em dia já são capazes de disponibilizar, a baixos custos, a possibilidade de fazer pesquisas por meio de mineração de dados através de mais de 3.500 fontes, nacionais e internacionais, realizando análises, a partir de Inteligência Artificial para verificação de processos, vestígios de corrupção, lavagem de dinheiro, terrorismo, leis ambientais, crédito e mídia negativa, entregando esse resultado para os clientes em menos de um minuto.

Por que não colocar tudo isso à disposição do eleitor? Será que já não é hora de se falar em 'Open Election' com o mesmo entusiasmo que se fala em Open Finance, Open Banking, Open Insurance e tantos outros opens? Com a palavra as autoridades! Ou será que só os eleitores devem ter seus dados conhecidos e compartilhados?

É CEO da Kronoos  
(<https://kronoos.com/>).

Espaço: aumenta a  
presença da lei

O projeto Artemis da NASA pretende voltar a levar pessoas à Lua a partir de 2025.

Vivaldo José Breternitz (\*)

Preparando-se para esse futuro, foi proposta uma emenda à legislação canadense, que permitiria o julgamento de astronautas do país por transgressões e crimes cometidos na Lua ou em viagem ao nosso satélite.

A ideia básica é que se um astronauta cometer, fora da Terra, qualquer ato que se cometido no país fosse considerado ilegal, ele será responsabilizado nos termos das leis canadenses.

O código criminal do Canadá já considera crimes cometidos por astronautas a bordo da ISS (Estação Espacial Internacional) como puníveis pela lei canadense, mas é interessante notar que o ora proposto fala especificamente da Lua; talvez isso tenha algo a ver com o fato de que na segunda viagem da nave Artemis, está prevista a presença de um tripulante canadense.

Essas novas regras são um passo à frente em relação às normas ora vigentes, delineadas pelas Nações Unidas, que não são atualizadas desde 1967 e que são muito pouco específicas, basicamente prevendo que o tratamento dado a infrações seja feito de acordo com as regras adotadas pelo país de origem do acusado.



cottonbro\_de Pexels\_CANVA

Talvez em breve vejamos outros países seguindo os passos do Canadá, face à provável aceleração da exploração do espaço, porque onde quer que estejam seres humanos, há possibilidade de desvios de conduta. Até na lua.

(\*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de IoT.

Quatro dicas para impulsionar vendas online  
e oferecer uma boa experiência de compra

As vendas online tiveram um crescimento de 12,59% no primeiro trimestre de 2022, na comparação com o mesmo período do ano passado, segundo o índice MCC-ENET. O faturamento do comércio eletrônico no período aumentou 11,02% na mesma comparação. Cresce também o número de lojas online no país. Pesquisa da PayPal Brasil com a BigDataCorp aponta que, em média, 789 novas lojas online foram criadas por dia em 2021 – ao todo, já são mais de 1,5 milhão de lojas virtuais no Brasil.

E na medida em que cresce o volume de e-commerces, aumenta a competitividade no setor e a importância de proporcionar a melhor experiência para o cliente. "Se o seu e-commerce proporciona uma boa experiência de compra, o consumidor vai, com certeza, recomendar a sua loja e, provavelmente, comprar mais vezes. São as experiências positivas, de ponta a ponta, que aumentam as chances de conversão e de fidelização", comenta Rodrigo Schiavini, Diretor de Negócios da SmartHint, o maior e mais utilizado sistema de busca inteligente e recomendação para e-commerce da América Latina, empresa pertencente ao grupo Magazine Luiza.

Rodrigo traz quatro dicas que podem ajudar lojistas a vender mais e a criar uma boa experiência para o público:

## 1. Invista em soluções de logística

O consumidor de hoje, cada vez mais, tem pressa para comprar e também para receber seus produtos em casa. Da mesma forma, espera agilidade e praticidade no atendimento se necessitar de informações para acompanhar o pedido ou fazer alguma troca ou devolução. Há ferramentas disponíveis no mercado que aperfeiçoam essa logística, aprimoram o atendimento e encurtam prazos. De chatbots a plataformas de logística reversa, vale a pena conferir as soluções disponíveis e investir naquelas que podem trazer melhorias e bons resultados.



## 2. Aproveite as datas comemorativas

Impulsionar as vendas online não é algo complicado de se fazer e uma boa tática é aproveitar os feriados e datas comemorativas para divulgar cupons de descontos e promoções válidas por tempo limitado. Com isso, além de acelerar as vendas, o lojista ainda cria uma aproximação com o consumidor, que costuma encarar de forma positiva a oportunidade de comprar itens já desejados em condições mais atrativas. Essa facilidade e atenção também influencia na experiência de compra e pode favorecer a fidelização.

## 3. Explore as redes sociais

As redes sociais são vitrines de vendas e também importantes canais de relacionamento. É importante investir em mídia espontânea e definir estratégias conforme o comportamento do seu público. O Instagram e o Facebook são as plataformas que mais atraem clientes, devido à ferramenta de catálogo que possuem. Mas dependendo do público alvo do seu negócio, outras plataformas também

podem ser interessantes – muitos lojistas estão vendendo pelo TikTok, por exemplo. Além de usar as redes sociais como canal de venda, esses ambientes são ótimos para interagir, gerar identificação, fortalecer a reputação da marca e fidelizar.

## 4. Otimize os mecanismos de pesquisa

Assim como a plataforma da loja precisa ser intuitiva e agradável de navegar, os mecanismos de busca disponíveis também precisam facilitar a jornada de compra e direcionar o consumidor naquilo que ele deseja e necessita. O sistema de busca inteligente e recomendação da SmartHint, por exemplo, tem busca por voz e faz recomendação proativa de forma personalizada e automatizada, ou seja, recomenda ao cliente produtos com maior chance de compra e mais relevantes conforme seu histórico de navegação e seus interesses. Essas e outras facilidades tornam a busca mais ágil e assertiva e, com isso, a experiência de compra fica mais prática, fluida e agradável.

## News @TI

Alper abre inscrições para programa  
de aceleração de startups

A Alper Consultoria em Seguros, por meio do seu braço digital, abre inscrição para a 4ª edição do programa de aceleração de startups. A Alper Digital selecionará cinco startups que irão participar de um programa de 12 meses que tem como objetivo gerar valor por meio de negócios, relacionamento e infraestrutura, sem solicitação de equity. A Alper é referência em soluções de seguros e está sempre na vanguarda, buscando novas maneiras de inovar e trazer tecnologia com ganho de eficiência e escalabilidade no mercado. "Lançar a 4ª edição do Alper Digital é muito importante para nós. Queremos ampliar as soluções digitais aos nossos

clientes, além de incentivar a inovação no mercado. As iniciativas digitais são um importante nicho da companhia, que vem investindo fortemente em serviços e soluções, para transformar o mercado de seguros e as entregas para nossos clientes", explica o CEO da companhia, Marcos Couto (<http://digitalalper.com.br/>).

## Curso de Inclusão Digital para o público 60+

O Centro de Pesquisa e Formação do Sesc realiza, de 21 de junho a 17 de julho, o curso Inclusão Digital 60+: Um direito de todos. Direcionado para o público com mais de 60 anos, o curso visa ao desenvolvimento tecnológico por meio do uso de smartphones, a fim de democratizar o acesso à informação,

auxiliar na inclusão digital e social, proporcionar conhecimentos e facilitar o dia a dia. A partir, de aulas teóricas e práticas, oferece conteúdo desde funções básicas, aplicativos e interações nas redes sociais. Em uma sociedade cada vez mais digitalizada, a participação e o acesso às tecnologias de comunicação da informação (TIC) torna-se essencial para a realização de tarefas cotidianas. O objetivo desse curso é promover o letramento digital do público com mais de 60 anos, visando o fortalecimento de capacidades e o desenvolvimento de novas habilidades para o uso seguro, crítico e consciente da tecnologia. A proposta inicia com a aprendizagem das funções básicas, o uso de aplicativos, e-mail, redes sociais, discussões sobre compartilhamento consciente e termina com a utilização de ferramentas para produção de cartões, convites e álbum de fotos ([sescsp.org.br/cpf/](http://sescsp.org.br/cpf/)).

ricardosouza@netjen.com.br



# Low-code: força motriz para agilizar negócios

O low-code pode ser definido como uma plataforma de desenvolvimento de código mínimo. Na sigla em inglês é conhecida por LCAP (Low Code Application Platform)

Marcus Luz (\*)

Elas têm baixa complexidade para criar aplicativos e está em um movimento cada vez mais crescente. Segundo o Gartner, em 2021, o negócio de LCAP cresceu 23%, atingindo um faturamento de 11,3 bilhões de dólares, que chegará a 24 bilhões de dólares nos próximos três anos.

E até 2024, as plataformas de desenvolvimento low-code serão responsáveis por mais de 65% da atividade de desenvolvimento de aplicativos, e 75% das grandes empresas usarão pelo menos quatro ferramentas de desenvolvimento low-code tanto para TIC quanto para desenvolver aplicativos. Esses números mostram que essa abordagem de desenvolvimento de software está sendo promissora para os negócios.

Diante da transformação digital cada vez mais rápida, as empresas precisam ser ágeis para atender aos requisitos de negócios e enfrentar a concorrência. E essa plataforma é veloz e fácil de ser utilizada. Como funciona o low-code e porque traz vantagens aos negócios - O low-code é o desenvolvimento de software por meio de uma interface visual de arrastar e soltar com codificação manual mínima. Em plataformas de desenvolvimento low-code, o usuário move blocos visuais de código existente para criar um produto com a funcionalidade desejada.

Esses componentes pré-construídos aceleram o trabalho com tarefas típicas e eliminam ações repetitivas. Sim, ainda é preciso escre-



E até 2024, as plataformas de desenvolvimento low-code serão responsáveis por 65% da atividade de desenvolvimento de aplicativos.

ver código para soluções, configurações e personalização individuais, mas, é um requisito mínimo, em que os próprios profissionais de TI que já trabalham com os sistemas da empresa podem aprender facilmente. E isso é outra vantagem do low-code, que elimina a busca por profissionais especializados. Que, vale citar, são cada vez mais escassos.

Como exemplos, podemos criar um site sem habilidades de programação; fazer um chatbot para atender clientes; criar uma loja online; criar um aplicativo móvel ou mesmo automatizar um processo de negócios sem a participação de desenvolvedores especializados em programação ou linguagens. O low-code não exclui o desenvolvimento e os programadores tradicionais, mas acelera seu trabalho.

Mesmo a codificação manual nem sempre é um projeto do zero: desenvolvedores profissionais muitas vezes reutilizam modelos de seu próprio código para economizar tempo. Então

podemos ver as vantagens imediatas: alta velocidade no desenvolvimento, baixo risco de perdas financeiras, baixo custo de desenvolvimento e menor pressão sobre o departamento de TI. Portanto, construir um produto em uma plataforma low-code é um diferencial.

Enquanto especialistas em TI estão engajados em projetos prioritários que exigem conhecimento profundo, funcionários sem habilidades de programação podem criar, por exemplo, um aplicativo para tarefas internas da empresa ou mesmo ter uma equipe de low-code para criar soluções dentro do ambiente do cliente. Isso livra o departamento de TI de uma sobrecarga e resolve também o problema de contratação de profissionais específicos, economizando tempo e dinheiro.

A aplicação das principais plataformas de low-code permitiu, por exemplo, à Minsait centralizar o atendimento a mais de 9.000 clientes em tempo recorde,

reduzindo em mais de 75% o tempo médio de gestão e processamento de pedidos crescentes, com uma poupança global superior a 6.500 horas. Além disso, a companhia conferiu a um grande banco as capacidades necessárias para que os usuários das áreas de operações pudessem desenvolver seus próprios processos, o que se traduziu na automatização de mais de 700.000 tarefas de forma autônoma.

Além de soluções pontuais, temos uma proposta diferenciada no âmbito do Cloud-Data, que visa acompanhar empresas e organizações na sua transição fluida para a nuvem. A oferta vai desde a transformação de sistemas, com metodologias próprias desenvolvidas desde a experiência até à criação de ativos e processos digitais nativos, por meio da combinação personalizada de tecnologias de low-code e hiper automação para transformar as operações e aumentar a eficiência e competitividade das organizações.

E, para os próximos anos, podemos citar algumas áreas que serão a força motriz das plataformas de low-code: User Experience (UX), mobilidade e aplicações multi-device e back office; robotização e hiperautomação de processos internos e de negócios (BPA - Business Process Automation); o desenvolvimento de atendentes virtuais, baseados em linguística computacional e bots de assistência ao usuário; e Governança de Dados.

(\*) - É Diretor Executivo de Tecnologias Digitais da Minsait no Brasil.

## Livros em Revista



Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



### Empreendedorismo no Varejo

**André Luis Soares Pereira - Pedro de Luna (Ilustr)** - Edit. Ilustre - Amparado em convicções das artes marciais, seu lastro comercial e habilidade inovadora, com olhar onde a visão ultrapassa o senso

comum, André bondosamente deixa transparecer sua vastíssima competência para empreender, negociar, dar passos para trás e no momento oportuno, avançar, para vencer. Nas páginas desta obra o leitor encontrará sábias recomendações, para qualquer tipo, tamanho, amplitude empresarial e por que não, pessoal. Com bastante leveza, sem perder foco na profundidade dos temas, bem ao estilo faixa preta de ser e agir, André palmilha, em cada página, a garantia do sempre almejado sucesso. Nada lhe escapa. Deve ser lido por jovens, administradores, naturalmente por empreendedores e até por meros diletantes. Factível!



### Conteúdos Autênticos para Rede Sociais

**Paula Tebett** - Girafa - Jornalista, especialista em mídias sociais e filantropa, Paula demonstra para leigos e sabidinhos, como utilizar de maneira correta, ágil, seja comercialmente ou não, as ferramentas para o desenvolvimento de nome ou marca, nas

requisitadas mídias sociais, tão imprescindíveis. Naturalmente, quase que num processo osmótico, incorporamos maneirismos e nos "deixamos levar" numa onda irreversível, seja em qual ferramenta nos apresente. Paula literalmente ensina, não só como navegar, mas também como aproveitar-se para aferir dividendos. Tudo de forma simples, obviamente com muito humor e sabedoria. Leitura rápida para utilização imediata até por quem não é tão "antenido"!



### A Filosofia e o Mundo Contemporâneo: Meditações entre o Espanto e o Desencanto

**Luiz Felipe Pondé** - Nacional - Pondé sempre - felizmente - imprime sua indelével marca em suas expressões e pensamentos. Sempre quebrando paradigmas, transita ao alto, fora do lugar comum.

Não está diferente em mais esta obra de peso, na qual deixa nítida a importância da Filosofia, desde os primórdios, sem a qual viveríamos estagnados. Em formato de bolso, nos remete a profundas reflexões e descobertas. Para poucos, todavia, necessário!

www.bcctelevision.com.br

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



Com apresentação de Ralph Peter.



## Viagens rodoviárias marcam transformação digital no setor

Apesar da transformação digital de alguns setores já fazerem parte da nossa rotina, e a Neotrust - empresa responsável pelo monitoramento do e-commerce brasileiro - mostrar que o crescimento de 26,9% do e-commerce no Brasil em 2021, ainda existem nichos de mercado mais tradicionais que estão evoluindo nesse processo. Como é o caso do transporte rodoviário.

Este mercado, que ainda não firmou 100% seu espaço no digital e busca entregar ao consumidor uma experiência phygital (mistura de físico com virtual), têm vivido essa transformação bem de perto, e a prova disso é um levantamento feito pela scale-up DeÔnibus, marketplace de viagens rodoviárias, que mostrou um crescimento superior a 150% entre 2021 e 2022.

"Os números mostram uma mudança de comportamento do consumidor, porém, a penetração do e-commerce nas vendas de passagens ainda tem muito espaço para crescimento. Antes da pandemia, as vendas pela internet representavam menos de 12% das vendas do setor rodoviário. Hoje, com a digitalização acelerada do setor, estamos perto dos 20% e devemos ultrapassar 50% até 2025.", analisa Breno Moraes, CEO da DeÔnibus.

No primeiro quadrimestre de 2022, o mercado de viagens rodoviárias pela internet registrou um crescimento de visitas superior a 100% em relação ao mesmo período em 2021 e fechou o período com mais de 150 milhões de visitas registradas.

Considerando um recorte menor, como o feriado prolongado de Tiradentes deste ano, a DeÔnibus divulgou um aumento de 320% na demanda por viagens rodoviárias se comparado com o mesmo feriado em 2021. São Paulo e Rio de Janeiro foram os destinos mais procurados pelos viajantes rodoviários durante o feriado.

• **Pix, a mola propulsora das vendas online** - Lançado em novembro de 2021, o PIX bancariza cerca de 50 milhões de brasileiros que não utilizavam meios de pagamento eletrônicos. No quarto trimestre de 2021, as transações via Pix já eram maiores do que as feitas via cartão de crédito e débito, representando cerca de 20,61%, segundo dados do Banco Central.



A penetração do e-commerce nas vendas de passagens ainda tem muito espaço para crescimento.

O PIX é considerado um dos pontos relevantes na transformação digital das empresas e, além da facilidade na hora do pagamento, ainda agrega valor à experiência de compra do cliente. Sem precisar sair de casa, o cliente entra na plataforma, escolhe o seu destino e paga de uma forma prática e rápida.

Atualmente, as transações via PIX já representam cerca de 30% das vendas de passagens rodoviárias pela internet.

Além de economizar tempo, o viajante ainda sente essa praticidade no bolso, já que muitas vezes, comprando com antecedência o valor da passagem é mais em conta.

Para Breno, a digitalização do setor é uma tendência que veio para ficar e está ligada diretamente a alguns fatores importantes.

"A alta da gasolina encarecendo o preço das passagens de avião, o fim das medidas sanitárias mais rígidas estimulando o turismo, a população bancarizada por meio do Pix e mudanças regulatórias no setor são alguns dos pontos que colaboram para o aumento da penetração online no setor de transporte rodoviário". - Mais informações: (https://deonibus.com/).

## Compliance e tecnologia: um não vive sem o outro

Desde a regulamentação da Lei Anticorrupção, que determina responsabilização de empresas por eventuais crimes cometidos por colaboradores, houve um crescimento de 10% no número de empresas que investem em compliance. Segundo o anuário da Análise Executivos Jurídicos e Financeiros, em 2015, quando a lei foi aprovada, apenas 68% das empresas tinham setor de compliance. Cinco anos depois, o número já ultrapassava os 80%.

Segundo Eduardo Tardelli, CEO da upLexis, empresa especializada em mineração de dados, um dos aspectos que tem popularizado o assunto no país foi a evolução da tecnologia que agora permite que o compliance seja feito de maneira muito mais estratégica e menos braçal: "Com o desenvolvimento da análise de Big Data, por exemplo, a gestão de compliance ficou mais rápida e eficiente, possibilitando que gestores tomem decisões com muito mais precisão".

Tardelli explica que, além de tecnologias que auxiliam o trabalho do time de compliance, o trabalho deve ser feito de uma forma humanizada, sempre atento às questões mais latentes da atualidade. O CEO detalha duas vertentes que os executivos devem ficar de olho o quanto antes:

Regulações das relações de trabalho: por conta da Medida Provisória 1108/22 que regulamenta o trabalho híbrido e remoto, o compliance será necessário para garantir que o novo cotidiano corporativo esteja em conformidade. Casos de assédio moral e sexual aumentaram durante a pandemia e com isso as áreas de compliance nas empresas têm o desafio de evitá-los, assim como garantir que as denúncias sejam efetivas;

ESG: foi-se a época em que apenas algumas empresas precisavam se importar com causas sociais e ambientais. As pautas ESG (ambiental, social e governança, em tradução livre do inglês) estão em evidência e este cenário não vai mudar tão cedo. É essencial que os gestores percebam quais práticas de ESG são aplicáveis ao negócio e então usar o compliance como ferramenta para a construção de uma estratégia.

Algo que pode nortear as ações pró-agenda ESG é o trabalho de reparação histórica com políticas de diversidade. Ações inclusivas são muito importantes nesse sentido. Além disso, linhas de denúncias se tornaram essenciais para um bom ambiente corporativo mais inclusivo. - Fonte e outras informações: (https://uplexis.com.br/).