

Empresas de investimento: seja um influenciador de mercado

Quando os seguidores do fórum Wall Street Bets fizeram o preço das ações da GameStop disparar, o mundo percebeu o poder da informação nas mãos de pessoas com acesso à compra e venda de ações

Tiago Cardoso (*)

Um dos principais argumentos é a ética como que essa informação é utilizada e a forma como ela pode influenciar a vida não só dos envolvidos diretamente na empresa cujas ações são vendidas, mas também de uma comunidade ou de toda uma economia.

Na América Latina, muitos traders encontraram nas plataformas de trading uma maneira de impactar não apenas suas finanças, mas também sua comunidade. É cada vez mais comum ouvir falar de empresas, muitas vezes de tecnologia, que recorrem a uma Oferta Inicial de Compra, (IPO), para encontrar financiamento para desenvolver o seu negócio e as suas soluções.

Nesses IPOs, muitos traders encontram verdadeiras preciosidades que lhes permitem investir em ações de empresas que buscam inclusão financeira, conectividade universal à internet ou desenvolvimento de energia limpa. Um Influencer Trader não é alguém que aparece jogando contas em um perfil do Instagram e dizendo que tem “a fórmula mágica



Os melhores estrategistas de trading sempre seguiram uma regra: não engane seu público.

para alcançar a liberdade financeira”.

Ao longo dos anos, os melhores estrategistas de trading sempre seguiram uma regra: não engane seu público. Um trader que quer se tornar um influenciador não deve ser alguém ostentoso ou que dê uma recomendação específica de compra e venda. Um verdadeiro trader está atento às mudanças do mercado e compartilha essas informações com responsabilidade com sua comunidade.

Um dos primeiros conselhos que um verdadeiro trader influenciador deve dar à sua comunidade é fazer cursos sérios de investimento. Uma vez con-

solidada a parte teórica dos usuários, o próximo passo é construir um fórum onde o conhecimento possa ser trocado com responsabilidade. Alguns desses fóruns da comunidade de investimento escolheram canais privados em plataformas de mensagens instantâneas que lhes permitem trocar dicas e dar sinais de compra e venda em tempo real.

Tive a oportunidade de observar algumas dessas comunidades e o que me fica claro é que nunca há um tom de presunção ou ostentação em seus membros. Esses clubes de investidores são formados para que um trader ou uma empresa possa compartilhar “idéias ou estratégias de inves-

timento” com eles. Seja uma comunidade orgânica ou uma comunidade de acesso pago, os membros trocam informações para obter sinais de compra e venda, geralmente para operações de Day Trading.

Como influenciador ou membro, uma coisa que você deve ter em mente é que essas comunidades não precisam ser regulamentadas, portanto, você deve ter cuidado com as informações que compartilha ou leva em consideração. Além disso, você deve lembrar que a promessa de rentabilidade excessiva ou rápida é um bom sinal de que o influenciador que a promove não é muito confiável.

Com tudo isso em mente, após a preparação adequada, você pode iniciar sua comunidade ou ingressar em uma de sua confiança. Lembre-se: paciência, serenidade e boa análise de mercado farão de você um trader de sucesso... e se você puder ajudar mais traders e influenciar positivamente sua comunidade com isso, o futuro será ainda mais promissor para você e seus investimentos.

(*) - É Social Product Owner da Infinox (www.infinox.com).

Fatores que podem influenciar na conta de energia empresarial

Desde 2021, os brasileiros vêm enfrentando aumentos sucessivos e consideráveis na conta de energia elétrica. Segundo a Associação Brasileira dos Comercializadores de Energia (Abraceel), de 2015 a 2021 a conta de energia acumulou alta de 114%.

Para o consumidor empresarial, o custo da energia elétrica impacta em uma série de questões, que vão da precificação do serviço ou produto oferecido aos clientes à margem de lucro e, conseqüentemente, o sucesso do negócio. São muitas variáveis, e as despesas com energia elétrica podem representar mais de 40% do custo de produção de uma companhia.

O analista de gestão energética da companhia Elétron Energy, Thiago Farias, aponta três fatores que podem influenciar na conta de energia empresarial, e como minimizar os impactos.

1) Demanda contratada - Na demanda contratada é preciso ajustar o custo para evitar gastos desnecessários com a demanda não utilizada e nem a cobrança com a ultrapassagem de demanda, afinal o custo dessa ultrapassagem é de duas vezes o valor da tarifa.

2) Energia reativa - O excesso de energia reativa é prejudicial ao sistema elétrico. Por isso, as distribuidoras penalizam os consumidores quando há este excedente. Para evitar esta cobrança, o consumidor deve realizar a instalação e manutenção de bancos de capacitores.

3) Cobrança de multa e juros - A cobrança de multa e juros por atraso no pagamento é mais um desses fatores. A distribuidora de energia deve disponibilizar seis datas de vencimento para que o consumidor possa efetuar o pagamento de sua fatura. Com isso, fica possível escolher uma data que melhor se encaixe ao fluxo de pagamento da empresa.

A conta de energia elétrica do nosso país está entre as mais caras do planeta. Em 2014, estávamos em 11º lugar no ranking mundial. Em 2020 a situação declinou, e passamos a ocupar o 6º lugar. Por isso, se torna urgente repensar a forma de obtenção de energia, tanto economicamente quanto pelo olhar da sustentabilidade. - Fonte e mais informações: (https://eletronenergy.com.br/).

Preço do ouro impulsiona mercado de joias ‘second hand’

Em tempos de crise econômica, as joias pessoais passaram a ser vistas como ativos por um número maior de pessoas, seja para investimento ou para saldar dívidas. O valor do dólar influencia na cotação do metal, fazendo com que o cenário seja atrativo e com a grama do ouro superando R\$ 300, especialista da Vecchio Joalheiros explica como isso impulsiona o mercado de peças de segunda mão.

Avner Itshak Mazuz, CEO, explica que a compra e venda acabou ganhando mais força com a média de valor que o ouro alcançou durante a pandemia. Antes deste período, o valor médio

para a grama do ouro estava em R\$150 e, atualmente, este valor dobrou, considerado também como commodity. O dólar, principal parâmetro para negociações no mundo inteiro, também apresentou aumento durante a pandemia, saltando de R\$4,50 para o valor atual médio de R\$5,20.

“Com esses índices, o momento é favorável, para boas negociações. O valor da grama, entretanto, não é o único item que pesa na hora da compra ou venda. Existem outros, como a raridade, a coleção, acompanhar pedras preciosas ou não. Este movimento impulsiona algo além dos negócios, como o fortalecimento

da cultura second hand”, explica o executivo.

Neste ano, a Vecchio avalia que a procura por serviços de compra de joias já subiu em 45% e crescimento para venda em 26%, enquanto o setor de joias e metais preciosos movimentou US\$ 146,38 milhões em exportações, segundo dados divulgados pelo MDIC. Já o faturamento do mercado brasileiro de joias, no ano de 2021, teve aumento de 20% comparado ao ano de 2020, atingindo a marca de US\$4,5 bilhões faturados, segundo o Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos. - Fonte e mais informações: (www.vecchiojoalheiros.com.br).

Proclamas de Casamentos

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

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

O pretendente: **MAXIME ROY**, de nacionalidade canadense, administrador, solteiro, nascido em Longueuil, Canadá, no dia (15/04/1989), residente e domiciliado em São Paulo, SP e domiciliado na Província de Quebec - Canadá, filho de Christian Roy e de Christiane Ostiguy. A pretendente: **LARA FABRIS CHAMMA**, de nacionalidade brasileira, administradora, solteira, nascida em Jaú, SP, no dia (17/01/1986), residente e domiciliada em São Paulo, SP, filha de Gabriel Chamma Junior e de Lígia Romão Fabris Chamma.

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

Paula Santos (*)

Economia da Criatividade #FullSailBrazilCommunity

A importância do algoritmo para um conteúdo de sucesso nas plataformas digitais

Já não é mais novidade que quando se pensa em um planejamento de marketing, a força de uma marca está relacionada ao seu poder de se comunicar e criar relações verdadeiras com o seu público

O mercado entendeu que é através da criação de conteúdos relevantes que o verdadeiro engajamento acontece e que cada vez mais é importante estar presente em todas as plataformas digitais, exatamente onde a sua audiência se encontra.

Uma das coisas mais importantes para garantir um conteúdo de sucesso é entender como cada uma dessas redes funciona e opera, e, principalmente, como os algoritmos nelas se comportam. Entender cada algoritmo e suas entregas é o segredo para que a plataforma seja uma força adicional ao seu planejamento e estratégia de conteúdo. Ou seja, para cada plataforma, uma estratégia diferente deve ser pensada e elaborada.

Quando uma marca pensa em usar o Instagram como canal de comunicação, por exemplo, deve levar em consideração que a plataforma visa priorizar o interesse individual de cada usuário. Logo, cada feed será adaptado ao consumo de cada conta. Aqui, o interesse do público

é saber o que as pessoas que eles seguem estão fazendo e sobre conteúdos específicos.

Portanto, para um planejamento de sucesso, é preciso conhecer profundamente quem é o seu público, saber a sua identidade, o que buscam e quem eles são dentro desta rede. Dessa forma, o algoritmo terá uma assertividade maior no momento de entregar o conteúdo para potenciais consumidores que irão realmente engajar com os valores da sua marca.

Contudo, quando olhamos para o TikTok, é necessário que outra estratégia seja abordada. Nesta plataforma, o algoritmo funciona de uma forma completamente diferente na distribuição dos conteúdos, permitindo um alcance maior e para um público muitas vezes além daquele que a marca já entende como o seu target.

Ao contrário de todas as outras plataformas, o TikTok é a que mais possibilita a aquisição de um novo público, pois é onde as pessoas estão dispostas a verem conteúdos diversificados de pessoas que não seguem, a curtir e compartilhar caso se identifiquem com o que estão assistindo.

O grande diferencial aqui é a originalidade, é entregar aquilo o que o público busca desatentadamente, mas que prende a atenção. Por isso, a constância nas postagens se torna importante, para que o algoritmo aprenda e cada vez mais tenha assertividade na distribuição do conteúdo. Por isso, compreender cada particularidade das redes

sociais se torna uma questão essencial para que se atinja resultado, com impacto direto em aumento no alcance e engajamento com o público-alvo. Somente assim é possível fazer com que os algoritmos trabalhem a seu favor, produzindo um efeito positivo.

O fato é que, cada vez mais, os algoritmos serão utilizados em todas as redes sociais e plataformas digitais que venham a existir. Isso possibilita que as pessoas que acessem essas redes tenham cada vez mais acesso a conteúdos que realmente querem receber e a informações de seu interesse.

Do ponto de vista das empresas, eles possibilitam a melhora da comunicação com os clientes, personalizando cada vez mais esse relacionamento e possibilitando uma conexão com uma audiência mais fiel que se reconhece nos valores dos produtos ou serviços ofertados. E quanto mais desenvolvido for o algoritmo, mais precisos irão se tornar esses dados.

(*) - é especialista em planejamento estratégico de marketing e desenvolvimento e posicionamento de artistas no mercado fonográfico. Graduada em Music Business na Full Sail University, atuou em grandes gravadoras do mercado como EMI Music e Universal Music Group no setor de Marketing. Como Label Manager, foi responsável pelo desenvolvimento estratégico de artistas de selos renomados como Caroline International, Decca Music, Because Music e Concord. No decorrer da carreira, trabalhou com artistas internacionais como David Guetta, Coldplay, Major Lazer, Kary Perry, além de muitos outros nomes da cena alternativa e independente do mercado internacional, gerenciando o lançamento de inúmeros projetos.



PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Portal de Assinaturas Certisign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://www.portaldeassinaturas.com.br/Verificar/2FA5-A55C-0A37-88DC> ou vá até o site <https://www.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 2FA5-A55C-0A37-88DC



Hash do Documento

683B7ED927A5943B50C8BE284294E64983686DF20874CA1E82C2D6B2929F6161

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 12/05/2022 é(são) :

Jornal Empresas & Negócios Ltda - 008.007.358-11 em 12/05/2022 19:59 UTC-03:00

Tipo: Assinatura Eletrônica

Identificação: Autenticação de conta

Evidências

Client Timestamp Thu May 12 2022 19:59:43 GMT-0300 (Horário Padrão de Brasília)

Geolocation Latitude: -23.5032222 Longitude: -46.7030555 Accuracy: 12.105

IP 189.79.123.204

Hash Evidências:

8095F0A34738AA1AD85C7165958121DFD4BB638CA35B23AB106E4C410604FD2E

