

## A retomada do crédito e a jornada do varejo rumo a bancarização

Ronaldo Oliveira (\*)

Após um ano de 2023 desafiador no qual o saldo do crédito alcançou a menor alta em 4 anos em virtude, sobretudo, de questões estruturais e macroeconômicas internas (mudanças de governo e de arcabouço fiscal, taxa básica de juros na casa de 13,75% durante todo o primeiro semestre, incerteza inicial sobre a definição das políticas econômicas e andamento da reforma tributária), os ventos do mercado de crédito parecem retomar o rumo da expansão que, em anos anteriores, o moveram para patamares recordes.

Em parte, o novo ambiente se justifica pela melhora dos ânimos do mercado e, concomitantemente, por uma maior clareza quanto aos rumos econômicos do país. Dentro desse contexto, em relatório de março do Banco Central, a projeção para o saldo de crédito alcançou indicador próximo aos dois dígitos (9,4%) e, de fato, atingindo esse patamar no plano do crédito livre para pessoas físicas (que passou de 9,0% para 10%).

É também nesse ambiente de retomada que vemos tanto o fortalecimento do crédito privado, quanto a tendência de bancarização e aumento da oferta de serviços financeiros em segmentos como o varejo, a partir de uma nova perspectiva: o varejista passa a ser uma instituição financeira independente e não mais depende da parceria com outros bancos para disponibilizar, por exemplo, modalidades de crédito rotativo, cartões, pagamentos e a própria disponibilização de crédito para clientes.

O banking as a service (CaaS) – cuja infraestrutura tecnológica, via de regra, se dá por meio de habilitação do varejista como correspondente bancário e API para, por exemplo, a formalização de contratos de crédito – é uma verdadeira disrupção que otimiza a entrada de novos agentes no grande ambiente de negócios e serviços financeiros do país. Não por acaso, estamos falando de um mercado que segundo pesquisa da Future Market Insights, deve alcançar faturamento superior a US\$ 12,2 bilhões até 2031 globalmente.

Além disso, um estudo da Deloitte estima que toda a receita do varejo físico brasileiro – em conjunto com outros setores como o e-commerce, empresas de distribuição e consumo de bebidas, hotéis e agências de viagem deve crescer em cerca de R\$ 24 bilhões a partir da oferta de serviços financeiros (sendo

que deste montante, nada menos que R\$ 13,9 bilhões seriam advindos da oferta de crédito).

Em outras palavras: o cenário que se constrói alimenta as expectativas de fortalecimento do varejo nacional – que, aliás, já vem acumulando bons indicadores em 2024, incluindo a alta recorde de R\$ 209,9 bilhões no volume de vendas totais em fevereiro, segundo números da Confederação Nacional do Comércio (CNC) –, mas que pode e deve ser mais explorado pelas empresas no decurso dos próximos anos e em diálogo com outras tendências de inovação do sistema financeiro, como o Open Banking, open finance, PIX e a consolidação do ecossistema nacional de fintechs.

Esse olhar para a bancarização por parte das empresas do varejo pode trazer ainda outros benefícios diretos, como a fidelização de consumidores, a democratização de serviços financeiros no país e um maior fluxo de negócios que se traduz, como vimos, em um potencial expressivo de aumento de receita para os varejistas.

Como se sabe, grandes companhias do varejo físico e digital – como Magazine Luiza, Leroy Merlin, Pernambucanas e Mercado Livre – já estão atentas a esses ganhos e colhendo os frutos de uma revolução de base financeira. O marketplace da Magalu, por exemplo, viu na oferta de serviços agregados (do crédito a logística) um caminho para o aumento de margens no e-commerce dentro de um segmento bastante acirrado no país.

E, no futuro, o que se espera é que, de modo cada vez mais massificado e democrático, outros varejistas (incluindo organizações de médio e pequeno porte) participem dessa corrida, aumentando a disponibilidade de crédito e de serviços financeiros no mercado em benefício tanto de seus clientes, quanto do fortalecimento de seus negócios. Para tanto, é fundamental contar com parcerias estratégicas e o apoio de soluções que descomplicam e automatizam todo o processo de bancarização dos novos entrantes.

Todo esse contexto, por fim, é valioso para a economia brasileira – que tem no crédito e no varejo dois de seus principais pilares –, fomentando uma cadeia de impactos positivos a partir de uma jornada disruptiva que, acreditem, está apenas começando.

(\*) - É Founder e CEO da Giro.Tech (<https://giro.tech/>).

# Futuro do RH: aprendizagem contínua é o caminho

Uma pesquisa recente da Think Work Lab revelou que 75% dos entrevistados notaram mudanças significativas nos desafios do setor de Recursos Humanos (RH) em comparação ao ano anterior

Benito Berretta (\*)

O estudo “Revelando o Futuro do RH”, desenvolvido pela Hyper Island em 2024, detalha algumas dessas mudanças.

**• Papéis estratégicos e desafios no RH** - O estudo enfatiza a importância crescente do papel estratégico do RH em um ambiente empresarial dinâmico. Além disso, destaca a necessidade de uma abordagem proativa e orientada para o futuro, onde os profissionais de gestão se tornam catalisadores de mudanças, desafiando o status quo e propondo soluções inovadoras para criar espaços de pertencimento e propósito.

**• Liderança em tempos de incerteza** - Um dos maiores desafios dos gestores é liderar em um ambiente de incertezas e complexidades crescentes. Nesse sentido, transformar surpresas em oportunidades é crucial e, para isso, a aprendizagem



Andranik Hakobyan, CANVA

e experimentação são essenciais.

Uma abordagem ágil e flexível é demandada, já que a cultura organizacional, influenciada pelo mindset da empresa, desempenha um papel fundamental nesse processo. A sensibilidade dos profissionais de RH para identificar e influenciar mudanças positivamente é vital para alimentar a inovação e o crescimento.

**• Foco nas competências emergentes** - Para acompanhar as transformações do mercado e manter a

relevância, é essencial focar nas competências emergentes que moldam o futuro do trabalho. Como por exemplo as MetaSkills, que incluem criatividade, inovação, construção rápida de relações, agilidade, adaptabilidade, previsão do futuro e prosperidade. A intencionalidade e um objetivo claro são essenciais para vincular esforços aos propósitos das pessoas.

**• Aprendizagem contínua: DNA organizacional** - Um elemento central do estudo é a ênfase na aprendizagem contínua

como parte intrínseca do DNA organizacional. Empresas que incorporam essa mentalidade estão mais preparadas para enfrentar desafios emergentes e capacitar seus colaboradores a prosperar em um mundo em constante transformação.

Aprender coisas novas não apenas expande horizontes e conhecimento, mas também pode levar a novas oportunidades e experiências, ajudando no crescimento individual.

Em conclusão, a aprendizagem contínua não é uma iniciativa isolada, mas uma parte fundamental da cultura organizacional. Organizações que abraçam essa mentalidade estão melhor equipadas para enfrentar os desafios do futuro e capacitar seus colaboradores a prosperar em um ambiente empresarial em constante mudança.

(\*) - É Managing Director da Hyper Island Americas, consultoria global especializada em jornadas de aprendizado e transformação (<https://hyperislandamericas.com/>).

## Inteligência comunicacional: diferencial para alcançar cargos de liderança

As habilidades cognitivas estão cada vez mais valorizadas no mercado de trabalho, especialmente para quem ambiciona alcançar cargos de liderança.

Atenta a esse cenário, a fonoaudióloga Juliana Algodoal - PHD em análise do discurso para o trabalho e fundadora da Linguagem Direta - consultoria que desenvolve estratégia de comunicação falada para influenciar e liderar - desenvolveu uma estratégia para ajudar as pessoas a utilizarem a inteligência comunicacional como diferencial de carreira, que ela resume em algumas dicas:

- 1) Usar a comunicação de forma assertiva** - Profissionais em cargos de liderança precisam usar a comunicação de forma estratégica para engajar, liderar, e proporcionar segurança para suas equipes;
- 2) Planejar suas comunicações** - É preciso desenhar um roteiro sobre o conteúdo que se quer comunicar, de modo que seja inclusivo e compreensível para todos;

**3) Escolha da voz** - O tom de voz que será usado para passar uma mensagem é parte importante da inteligência comunicacional. Essa escolha é definitiva para expressar a intenção e a emoção da mensagem que está sendo passada;

**4) Comunicação corporal** - Os gestos e expressões do corpo precisam estar alinhados com a mensagem que está sendo passada e funcionam como apoios importantes para dar o tom de destaque, de alerta, de exaltação, de atenção etc. O gesto tem que estar coerente com o que eu vou falar;

**5) Potenciais de conflito** - Entender e mapear os pontos sensíveis da comunicação para estar preparado e não ser pego de surpresa com reações inesperadas e que vão gerar insegurança na mensagem que se quer transmitir;

**6) Autorregulação** - É preciso entender como somos percebidos pelos outros em nossas comunicações para que seja mais fácil identificar pontos de melhorias

e trazer numa mensagem compreensiva a todos os públicos envolvidos;

**7) Planejar o vocabulário** - Essa é uma forma de controlar as emoções ao se comunicar. Transitam cerca de 600 palavras por minuto na nossa cabeça, mas conseguimos falar cerca de 120 palavras por minuto. Que frases eu tenho preparadas dentro de mim, que eu posso usar para lidar com cada situação?

Por isso, é importante ter uma nuvem de palavras e frases, mapeadas previamente na nossa cabeça, que podem ajudar a construir e organizar as ideias e ajuda a controlar as emoções em uma comunicação.

“A Inteligência Comunicacional é saber gerenciar seu pensamento para usar a comunicação no potencial máximo. Sem ela, a comunicação pode impactar negativamente a forma de liderar, gerando impactos na reputação, credibilidade e engajamento da equipe”, reforça Juliana Algodoal. - Fonte e outras informações: (<https://linguagemdireta.com.br/>).

## Proclamas de Casamentos

**CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL**  
**33º Subdistrito - Alto da Mooca**  
**ILZETE VERDERAMO MARQUES - 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: **ALEXANDRE ALVES NUNES**, estado civil divorciado, filho de João Evangelista Gois Nunes e de Luisa Maria Alves Nunes, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **PRISCILA SABINO POMPEO**, estado civil divorciada, filha de Antonio Sabino Pompeo e de Maria José Sabino, residente e domiciliada em Penha de França, nesta Capital - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Raimundo Correia, nº 10, Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Benedito Cesário, nº 366, Penha de França, nesta Capital - São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea “b” da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência da pretendente.

O pretendente: **BRUNO SANTIAGO MASTROCOLA**, estado civil solteiro, filho de Nicola Mastrocola e de Ana Maria Santiago Mastrocola, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **CAMILA CAFUOCO MORENO**, estado civil divorciada, filha de João Carlos Moreno Munhoz e de Tania Cristina Cafuoco, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **ANTONIO EDUARDO CLEMENTE CIURANA FERNANDEZ**, estado civil solteiro, filho de Eduardo Tadeu Ciurana Fernandez e de Vera Cristina Araujo Clemente Ciurana Fernandez, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **ANANDA MARIA ABREU MARCON**, estado civil solteira, filha de Irã Marcon e de Sonia Maria Abreu Marcon, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **DANIEL FERNANDES DE MELLO**, estado civil solteiro, filho de Joaquim Fernandes de Mello e de Maria de Lourdes Ameni de Mello, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **LAÍS BRITO PAUSEIRO**, estado civil solteira, filha de Américo Augusto Maia Pauseiro e de Regina Maria Brito Pauseiro, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

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

## PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma IziSign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://izisign.com.br/Verificar/1672-7160-B936-9364> ou vá até o site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 1672-7160-B936-9364



### Hash do Documento

85CD9B378ADDE040C0DB2BF54C3289FD2C8955E6D9736A7DA38E8C9926339985

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 02/07/2024 é(são) :

- Lilian Regina Mancuso - 008.007.358-11 em 02/07/2024 18:24  
UTC-03:00  
**Tipo:** Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS  
LTDA - 05.687.343/0001-90

