

## OPINIÃO

## Gerenciar riscos é tarefa obrigatória para todas as empresas

Silvinei Toffanin (\*)

*Temos visto, nos últimos meses, uma intensificação das discussões relacionadas ao gerenciamento de riscos.*

Essa é uma atividade que pode e deve acontecer em diversos âmbitos, quando pensamos em uma empresa e no desenvolvimento dos negócios, uma vez que nenhuma empresa está livre de passar por esses problemas, que podem ser relacionados à gestão do negócio, às intempéries climáticas, questões tributárias, entre outras.

Para começar, é importante ter ciência de que a gestão de riscos procura prever situações com potencial para afetar os resultados das companhias. Os riscos variam conforme o setor de cada negócio e podem impactar a reputação da empresa, os colaboradores, o compliance, as questões jurídicas e tributárias e uma série de outras áreas.

A previsão desses riscos pode ocorrer por meio da análise tecnológica, financeira, ambiental, cronológica e de muitas outras formas, de modo que a ocorrência de problemas seja antecipada e até evitada com ações de 'combate', que consequentemente protegerão os ativos da empresa de ameaças como incertezas financeiras, erros de gerenciamento estratégico, acidentes, desastres naturais, etc.

Em um nível mais amplo, a gestão de riscos envolve pessoas, processos e tecnologia. Eles serão coparticipantes na confecção de um programa de avaliação de riscos, que deve atender metas legais e contratuais, normas internas, aspectos sociais e éticos, além de monitorar novas regulamentações relacionadas ao uso de novas tecnologias e a legislação do segmento.

As normas de gestão de risco devem estabelecer um conjunto de processos estratégicos, relacionados aos objetivos da empresa, para mitigar problemas por meio de boas práticas adotadas preventivamente. Claro, esse padrão de ação chega carregado de desafios e requer a adaptação de todo o time de colaboradores, ou seja, é necessário que exista um prazo para sua implantação em todos os setores da empresa.

Enfrentar ameaças e gerenciar riscos faz parte da rotina de todo empreendedor e de todo gestor de empresa. Sendo assim, é essencial que essas pessoas estejam preparadas, munidas de conhecimento e assessoradas por especialistas que possam auxiliar na antecipação e minimização de problemas, bem como no processo de transformação dessas situações em oportunidades de crescimento para o negócio. Pense a respeito!

(\*) Fundador e sócio da DIRETO Group (www.diretogroup.com).

## 'Prêmio NaMoral – Jovens Talentos' lança campanha direcionada para engajar jovens

Integridade e honestidade são fundamentais na formação de bons cidadãos. Com o objetivo de promover esses valores, o 'Prêmio NaMoral - Jovens Talentos', uma iniciativa do Projeto NaMoral do Ministério Público do Distrito Federal e Territórios (MPDFT) em parceria com a APP Brasil (Associação dos Profissionais de Propaganda), lança campanha em vídeo, produzida pela Agência Big-Bee. O vídeo tem como propósito conscientizar o público sobre a premiação, seus objetivos e fornecer informações detalhadas sobre o processo de inscrição. Acesse a campanha pelo [link](#).

Estrategicamente produzido para engajar tanto estudantes quanto professores universitários, o vídeo adota uma linguagem jovem e moderna. Com cortes rápidos e

cenas animadas, o conteúdo foi desenvolvido para captar a atenção do público-alvo de forma eficaz. Além disso, o 'Prêmio NaMoral - Jovens Talentos' é apresentado como uma ferramenta para disseminar a honestidade e contribuir para a construção de uma sociedade mais ética.

Para Afonso Abelhão, CEO da Agência BigBee, um dos principais desafios no desenvolvimento da campanha foi reconhecer que os jovens não constituem um grupo homogêneo, exigindo uma análise cuidadosa e diferenciada. "Foi essencial identificar quais gatilhos mentais e linguagem poderiam atrair e manter a atenção, principalmente no ambiente digital, onde a competição por atenção é acirrada", explica Abelhão (<http://appbrasil.org.br/namoral2024/>).

## Mais uma ameaça: GPS spoofing

De acordo com pesquisadores de segurança cibernética, vem sendo observado um aumento nos ataques de "spoofing" de GPS, uma forma de ataque digital que pode, entre outras coisas, desviar aviões de seu curso.

Vivaldo José Breternitz (\*)

Houve um aumento de 400% nos casos de spoofing de GPS afetando aviões comerciais nos últimos meses, segundo o OPSGROUP, uma entidade que reúne profissionais ligados à aviação e tem como objetivo compartilhar informações a respeito da área.

Muitos desses incidentes envolvem sinais de GPS falsos, especialmente em zonas de conflito. Esses sinais transmitem informações incorretas enviadas ao espaço aéreo circundante, na tentativa de confundir aeronaves inimigas, drones ou mísseis.

O GPS, abreviação de Global Positioning System, substituiu em grande parte os caros dispositivos terrestres que transmitem sinais de rádio para guiar os aviões. No entanto, é bastante fácil, além de enviar sinais falsos, bloquear ou distorcer sinais de GPS, usando dispositivos compostos por peças relativamente baratas e fáceis de obter. Para colocar em operação dispositivos como esses, basta conhecimento tecnológico básico.

Tornou-se público, recentemente, o fato de que aviões da empresa finlandesa Finnair sofreram ataques de spoofing de GPS, o que levou a empresa a suspender temporariamente os voos para a cidade estoniana de Tartu. O governo finlandês atribuiu os ataques à vizinha Rússia.

Segundos especialistas em aviação, dificilmente um spoofing de GPS, isoladamente, vai derrubar um avião, porém um desses ataques pode iniciar o que se chama em aviação de "cascade of events" – um evento pequeno desencadeando uma série de outros, que podem acabar gerando uma tragédia.

(\*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor da FATEC SP, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – [vjnitiz@gmail.com](mailto:vjnitiz@gmail.com).



## O crescimento da busca por fidelização de clientes no setor de saúde

No setor de saúde, a fidelização de clientes é um dos pilares fundamentais para o sucesso e crescimento sustentável das empresas. Em um mercado cada vez mais competitivo e dinâmico, manter a confiança e lealdade dos pacientes é crucial.

A fidelização não apenas garante a recorrência de consultas e tratamentos, mas também fortalece a reputação da instituição, aumenta a satisfação do paciente e gera indicações boca a boca. De olho nesse cenário, há pilares centralizadores que ajudam a aumentar essa credibilidade do setor de saúde. São eles:

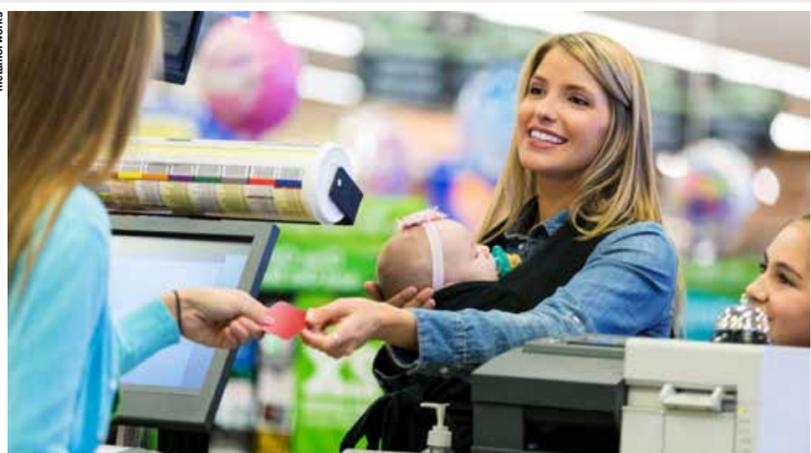
**Confiança e Segurança:** pacientes fiéis sentem-se mais seguros e confiantes em suas escolhas, sabendo que estão recebendo um atendimento de qualidade contínuo e consistente.

**Melhoria da Experiência do Paciente:** clientes fidelizados tendem a se engajar mais nos cuidados com a saúde, seguindo recomendações médicas e participando ativamente de programas de bem-estar.

**Aumento da Receita:** pacientes leais são mais propensos a utilizar outros serviços oferecidos pela instituição, como check-ups regulares, tratamentos preventivos e programas de saúde personalizados.

**Diferenciação Competitiva:** em um setor onde a confiança e a reputação são essenciais, a fidelização ajuda as empresas de saúde a se destacarem da concorrência.

Entendendo a importância do setor de saúde no mercado de fidelização, uma série de iniciativas e soluções inovado-



ras têm ajudado as empresas da área a construir e manter relacionamentos duradouros com seus pacientes. Grandes operadoras de planos de saúde implementam programas de benefícios personalizados, nos quais a solução pode incluir uma ampla gama de benefícios exclusivos para os clientes, como descontos em farmácias, academias, consultas médicas e exames laboratoriais.

Entre os principais resultados que podem ser alcançados, estão: aumento da satisfação dos clientes a partir da oferta de benefícios tangíveis e relevantes. Além disso, também é possível aumentar a retenção de clientes por meio da fidelização, resultando em uma maior taxa de renovação dos planos de saúde. Por fim, o

engajamento e a participação de pacientes podem aumentar.

No setor de saúde, a fidelização de clientes é mais do que uma estratégia de marketing – é uma necessidade fundamental para garantir a continuidade e excelência no atendimento ao paciente. As soluções inovadoras, como clubes de benefícios e gamificação, têm se mostrado eficazes em aumentar a satisfação, retenção e engajamento dos clientes. Empresas de saúde que investem em fidelização colhem os frutos de uma base de pacientes leal e satisfeita, pronta para enfrentar os desafios de saúde com confiança e segurança.

(Fonte: Thiago Brandão (Forbes Under 30) é CEO e fundador da Loyalmé, startup que nasceu dentro da Cuponomia para oferecer soluções de fidelização).

## News @TI

Plataforma de viagens investe para aprimorar o monitoramento de modelos de IA

@O Hurb anunciou recentemente um investimento estratégico na Openlayer, empresa especializada em monitoramento de modelos de inteligência artificial (IA). A Openlayer oferece uma plataforma que acelera o ciclo de desenvolvimento de modelos de machine learning. Além disso, através dessa plataforma é possível monitorar continuamente os modelos desenvolvidos com propósito de previsão de séries temporais, classificação de texto e dados

tabulares, geração de conteúdo através de IA Generativa e análise de sentimento.

Control Risks e Google anunciam parceria para treinamentos de segurança cibernética

@A Control Risks, consultoria global especializada em gestão de riscos há mais de 30 anos no Brasil, anunciou nesta segunda-feira (26), uma parceria para oferecer sessões de treinamento em segurança de contas para usuários de alto risco no Brasil. O objetivo é aumentar a conscientização e a resiliência contra ameaças cibernéticas. O programa se concentrará

em públicos que frequentemente lidam com informações sensíveis e são alvos atraentes para cibercriminosos, como instituições governamentais, funcionários públicos e de campanhas eleitorais, políticos, jornalistas, executivos e ONGs, especialmente em um contexto onde o país registrou 60 bilhões de tentativas de ataques cibernéticos no ano passado, segundo dados do FortiGuard Labs, laboratório de inteligência e análise de ameaças ([https://www.controlrisks.com/pt/campaigns/portuguese/ptecao-eleitoral?utm\\_source=external\\_website&utm\\_medium=direct&utm\\_campaign=25\\_google\\_cyber\\_security\\_support\\_americas\\_brazil\\_and\\_the\\_southern\\_cone&utm\\_content=training\\_slides](https://www.controlrisks.com/pt/campaigns/portuguese/ptecao-eleitoral?utm_source=external_website&utm_medium=direct&utm_campaign=25_google_cyber_security_support_americas_brazil_and_the_southern_cone&utm_content=training_slides)).

[ricardosouza@netjen.com.br](mailto:ricardosouza@netjen.com.br)

## Editorias

*Economia/Política:* J. L. Lobato ([lobato@netjen.com.br](mailto:lobato@netjen.com.br)); *Ciência/Tecnologia:* Ricardo Souza ([ricardosouza@netjen.com.br](mailto:ricardosouza@netjen.com.br)); *Livros:* Ralph Peter ([ralphpeter@agenteliterarioph.com.br](mailto:ralphpeter@agenteliterarioph.com.br));

*Comercial:* [comercial@netjen.com.br](mailto:comercial@netjen.com.br)

*Publicidade Legal:* [lilian@netjen.com.br](mailto:lilian@netjen.com.br)

*Webmaster/TI:* Fabio Nader; *Editoração Eletrônica:* Ricardo Souza.

*Revisão:* Maria Cecília Camargo; *Serviço informativo:* Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

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

## Jornal Empresas &amp; Negócios Ltda

Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP: 04128-080

Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: [netjen@netjen.com.br](mailto:netjen@netjen.com.br)

Site: [www.netjen.com.br](http://www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90

JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)

Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.