



Confiança do consumidor nas marcas está em queda; como virar o jogo

A relação entre consumidores e marcas evolui a passos largos no universo digital.

Exposto a uma quantidade muito maior de informações, não apenas vindas diretamente das companhias, mas também de outros usuários e canais, o público tem se tornado mais exigente e cauteloso na hora de realizar uma compra online ou uma contratação de serviço.

Uma pesquisa internacional recente lançada pela consultoria PwC mostra, por exemplo, que somente 30% dos consumidores realmente confiam nas marcas – enquanto 90% dos executivos acreditam ter a confiança de seus clientes.

“Os consumidores estão em busca de conexão e autenticidade no relacionamento com empresas, além de procurar aquelas que compartilhem de seus valores. Neste contexto, credibilidade, confiança e atendimento são pilares cada vez mais fundamentais”, comenta Thaís Faccin, sócia da Jahe Marketing.

Mas como prosperar em um cenário como este, em que grande parte das informações sobre a sua marca é gerada por outras pessoas, e os consumidores desconfiam de negócios?

Um dos principais desafios é se comunicar bem, conquistando o consumidor desde o primeiro contato, afirma Satye Inatomi, também sócia da Jahe Marketing. “Um dos pontos mais importantes é tornar a experiência cativante desde o começo – já que todos nós somos inundados por conteúdos digitais todos os dias e a todo momento. Por isso, é cada vez mais comum que os consumidores



filtrem com mais rigor o que desejam receber e consumir”, diz.

Portanto, as especialistas recomendam trabalhar para conhecer bem o público-alvo da companhia e que mensagens têm mais impacto com a audiência. “O desalinhamento resulta em servir experiências que os consumidores não querem, e às quais reagirão negativamente”, afirma Faccin.

O excesso de uso de ferramentas de inteligência artificial – principalmente aquelas que geram texto, como o ChatGPT, também pode distanciar a audiência. “Não é segredo que a IA permite economizar tempo e dinheiro, mas ela pode tornar a experiência de fato artificial”, comenta Inatomi. “Saber dosar o uso da inteligência artificial também garante mais autenticidade para seu negócio.”

Thaís comenta que o Brasil é o país latino-americano que mais utiliza as redes sociais. Porém, é preciso que exista um diálogo. “Ninguém comenta

um post, dá uma nota ou envia mensagem na ‘DM do Insta’ sem esperar uma resposta de volta”, diz.

A Meta, dona do Facebook, Instagram e WhatsApp, aponta que 45% dos consumidores entram em contato com as marcas em busca de informações sobre produtos ou preços; 35% para receber respostas instantâneas a qualquer momento; 33% porque consideram as mensagens uma maneira mais fácil para fazer compras.

“Em um cenário marcado pela concorrência, ganha quem responder primeiro. Atender bem é fundamental, no offline e online. Então, não ignore ou demore para atender ao seu cliente no ambiente digital. Ser acessível também é importante.

Procure diversificar os canais de atendimento do seu negócio para que o cliente sinta-se à vontade para escolher aquele que considera mais adequado para resolver sua demanda”, finaliza Inatomi. - Fonte e outras informações: (https://www.jahemarketing.com.br/).

Negócios em Pauta

Foto: Nissan News



Dia da Velocidade: o papel da Nissan na inovação e o legado do automobilismo

Na última segunda-feira (9), foi comemorado o ‘Dia da Velocidade’, para celebrar essa relação entre uma determinada distância percorrida e o tempo gasto no percurso que está presente em nossas vidas de diversas formas. O primeiro marco da Nissan em corridas ocorreu em 1936, quando triunfou sobre outros carros fabricados fora do Japão em uma pista perto de Tóquio. Isso também marcou o início da tradição de tirar lições das pistas e trazê-las para os modelos que os clientes dirigem, prática que continua até hoje. A participação na Fórmula E atualmente é um grande exemplo disso. Nos seus mais de 80 anos de história, a Nissan teve triunfos nas pistas da América, Europa, África, Ásia e Oceania e produziu modelos emblemáticos como o Datsun 240Z, o 240 RS e o poderoso Nissan GT-R, apelidado de Godzilla por sua incrível potência. ▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Luis Morales



Mostra une arte e tecnologia para celebrar a importância do Sol

@De entidade divina ao papel crucial para a vida na Terra, a jornada da estrela mais próxima de nosso planeta é o fio condutor da exposição **LUZ AETERNA - Ensaio Sobre o Sol**, a ser inaugurada no anexo do Centro Cultural Banco do Brasil São Paulo, em 14 de setembro. Cinco obras imersivas evocam a poética do Sol por meio de projeções digitais, instalações interativas e contemplativas que permitem aos visitantes conferir a evolução e o poder deste corpo celeste tão presente em nossas vidas e a 149 milhões de quilômetros da Terra. Os cinco artistas da mostra foram convidados a conceber as obras exclusivamente (site specific) para o CCBB e utilizaram a tecnologia e a luz como os principais elementos das criações. “Elas são diferentes, mas se complementam ao fazerem uma ode à principal estrela do sistema solar”, destaca Antonio Curti, curador e co-fundador da AYA, estúdio paulistano de new media art que coordena a mostra (bb.com.br/cultura). ▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

O fim dos Chatbots e a nova era das agentes virtuais: revolução no setor de cobrança

No cenário atual de transformação digital, a inteligência artificial (IA) está desempenhando um papel essencial em diversos negócios. ▶▶

Base da transformação digital nas empresas está na infraestrutura de TI

A transformação digital é um tema central no mundo corporativo atual, sendo vista não apenas como uma tendência, mas como uma necessidade para a sobrevivência e o crescimento das empresas. ▶▶

Reputação online de profissionais de saúde e o marketing digital

A reputação online de médicos e clínicas tem um impacto direto na decisão dos pacientes. Segundo um relatório da Software Advice, cerca de 77% dos pacientes começam sua busca por novos médicos ou clínicas revisando avaliações em sites. ▶▶

Sete formas para melhorar o potencial de vendas na indústria

Apesar das boas projeções traçadas para a indústria no começo do ano, o setor ainda não performou como esperado. Dados da Pesquisa Industrial Mensal – Produção Física (PIM-PF), divulgada no começo de julho pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), revelam que a produção da indústria brasileira caiu 0,9% em maio ante abril. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Política

Anistia, já!!!

Heródoto Barbeiro



▶▶ [Leia na página 2](#)

Economia da Criatividade

Aplicativos Digitais e mundo dos negócios



Carol Olival

▶▶ [Leia na página 5](#)



Carol Olival (*)

Economia da Criatividade

#FullSailBrazilCommunity

Aplicativos Digitais e mundo dos negócios

A criação de aplicativos se tornou uma das atividades mais importantes na era digital. Com bilhões de smartphones em uso ao redor do mundo, aplicativos móveis transformaram a maneira como vivemos, trabalhamos e nos divertimos. Do entretenimento ao setor financeiro, aplicativos são a interface principal entre empresas e consumidores, proporcionando serviços personalizados e acessíveis em qualquer lugar.

Atualmente, os aplicativos estão presentes em quase todos os aspectos da vida moderna. Aplicativos de saúde monitoram nossas condições físicas, enquanto apps de e-commerce facilitam compras instantâneas. Empresas utilizam aplicativos para melhorar a comunicação interna, agilizar processos e oferecer suporte ao cliente em tempo real. No marketing, apps criam novos canais de engajamento, permitindo interações diretas e personalizadas com os consumidores.

O futuro da criação de aplicativos promete ser ainda mais integrado com tecnologias emergentes como inteligência artificial, realidade aumentada e blockchain. Podemos esperar ver aplicativos que oferecem experiências completamente personalizadas, desde recomendações baseadas em comportamento até interações em ambientes virtuais. No mundo corporativo, aplicativos podem se tornar o núcleo das operações de negócios, gerenciando tudo, desde a logística até a análise de dados em tempo real.

Empreendedores e líderes empresariais devem considerar como aplicativos podem otimizar seus processos e criar novas oportunidades de mercado. Que funções em sua empresa poderiam ser transformadas em uma solução móvel? Como um aplicativo poderia melhorar a experiência do cliente ou aumentar a eficiência operacional? Explorar essas possibilidades pode ser a chave para ganhar vantagem competitiva.

Todos os anos, a Full Sail University, uma universidade americana focada em tecnologias emergentes, está na vanguarda do ensino dessas novas ferramentas. Através do TechFest, a universidade promove desafios que incentivam os estudantes de 13 a 17 anos a explorar o potencial da criação de personagens 3D e avatares digitais. O Desafio de Criação de Avatares do TechFest é uma oportunidade para aprender, inovar e aplicar essas habilidades em contextos reais.

(*) - Com graduação em Arquitetura e Urbanismo, pós-graduação em Administração, MBA em Empreendedorismo e Inovação e Mestrado em Marketing Digital, Carol Olival conta com mais de 20 anos de atuação no mercado de educação. Tem foco nas áreas de vendas e marketing e experiência como empreendedora e gestora de escolas próprias. Autora de três livros sobre educação e treinamento corporativo e TEDx speaker, hoje Carol atua como Community Outreach Director da Full Sail University, provendo constantes debates sobre como o binômio criatividade e tecnologia são necessários a todos profissionais do cenário atual, e o papel da educação dentro desse contexto

Compliance Fiscal: a importância da contabilidade para a sustentabilidade empresarial

A implementação e manutenção do compliance fiscal nas empresas têm se tornado uma prioridade estratégica, especialmente em um cenário regulatório cada vez mais complexo e dinâmico

Uma pesquisa realizada pela FGV-SP revelou que 84% das empresas brasileiras possuem ao menos uma irregularidade jurídica ou contábil.

Esse dado alarmante indica que muitos negócios estão em situação ilegal perante a Receita Federal, o que pode ser resultado de falta de conhecimento, negligência ou até mesmo de práticas intencionais de sonegação fiscal.

A função primordial da contabilidade no compliance fiscal é assegurar que todas as transações financeiras sejam registradas de acordo com as normas vigentes, garantindo que a apuração de impostos e a elaboração das demonstrações financeiras sejam precisas e dentro dos prazos estabelecidos.

Para Renata Miranda, Diretora de Processos da NTW AGRO Contabilidade em Luís Eduardo Magalhães/BA, a contabilidade age como um sistema de controle interno, monitorando e



documentando todas as obrigações fiscais, o que reduz significativamente o risco de penalidades e multas que podem comprometer a operação e a reputação da empresa.

Apesar de sua importância, as empresas enfrentam grandes desafios para manter a conformidade fiscal. Entre os principais obstáculos estão a constante atualização da legislação tributária, que demanda um esforço contínuo de adaptação e treinamento das equipes, além da complexidade na integração de sistemas contábeis e fiscais.

Empresas que operam em várias jurisdições, por

exemplo, precisam harmonizar diferentes regimes fiscais, o que aumenta ainda mais o nível de dificuldade.

Investir em um programa robusto de compliance fiscal não só reduz riscos, mas também traz benefícios significativos para as empresas.

Além de evitar multas e penalidades, a conformidade fiscal contribui para a melhoria da reputação e credibilidade da empresa, possibilita o acesso a incentivos fiscais, e otimiza processos internos, resultando em maior eficiência operacional.

Por outro lado, a falta de adesão às normas de

compliance fiscal pode acarretar consequências severas, como multas elevadas, processos judiciais, e até mesmo a suspensão de atividades ou fechamento da empresa.

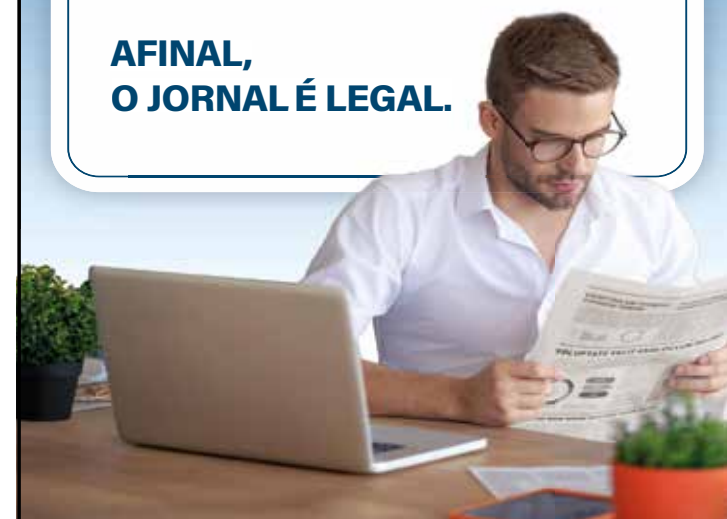
Além disso, a não conformidade pode causar danos irreparáveis à reputação corporativa e à confiança de clientes e investidores.

A transformação digital tem sido uma aliada crucial para a contabilidade no cumprimento das normas fiscais. A tecnologia, por meio de softwares de contabilidade, sistemas ERP integrados e soluções de inteligência artificial, automatiza processos, minimiza erros humanos, e melhora a precisão e eficiência na gestão fiscal.

A digitalização e o armazenamento em nuvem facilitam o acesso seguro e ágil às informações fiscais, essencial para o cumprimento das obrigações legais", finaliza Renata. - Fonte e mais informações: (<https://ntwcontabilidade.com.br/>).

AS PUBLICAÇÕES LEGAIS NOS JORNAIS SÃO DATADAS E AUTENTICADAS, SEM MARGEM PARA ALTERAÇÃO POSTERIOR DO CONTEÚDO DIVULGADO.

AFINAL, O JORNAL É LEGAL.



cenp ANJ ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNALIS abra legal ADJORIBR

banco **BANCO BMG S.A.**
Companhia Aberta - CNPJ/MF 61.186.680/0001-74 - NIRE 3530046248-3

EDITAL DE CONVOCAÇÃO PARA ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA

Ficam convocados os senhores Acionistas do Banco Bmg S.A. ("Companhia") para se reunirem em Assembleia Geral Extraordinária ("Assembleia"), a realizar-se no dia 03 de outubro de 2024, às 11 horas, na sede da Companhia, localizada na Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, nº 1.830, 9º andar, sala 94, bloco 04, 10º andar, sala 101, parte, bloco 01, sala 102, parte, bloco 02, sala 103, bloco 03 e sala 104, bloco 04 e 14º andar, sala 141, bloco 01, Condomínio Edifício São Luiz, CEP 04543-000, Bairro Vila Nova Conceição, Município de São Paulo, Estado de São Paulo, para deliberarem sobre a eleição do Sr. **FLAVIO DIAS FONSECA DA SILVA** como membro independente do Conselho de Administração da Companhia, com prazo de mandato unificado até a posse dos conselheiros que forem eleitos na Assembleia Geral Ordinária que deliberar sobre as demonstrações financeiras do exercício social a ser encerrado em 31 de dezembro de 2025. **Informações Gerais:** 1. O Manual para Participação na Assembleia ("Manual"), contendo a proposta da Administração e orientações detalhadas para participação na Assembleia, bem como todos os documentos pertinentes às matérias a serem deliberadas na Assembleia, encontram-se à disposição dos Acionistas, a partir desta data, na sede social da Companhia, no seu website de relações com investidores (www.bancobmg.com.br/ri), bem como nos websites da Comissão de Valores Mobiliários (www.cvm.gov.br/) e da B3 S.A. - Brasil, Bolsa, Balcão (www.b3.com.br/). 2. A participação do Acionista poderá ser pessoal ou por procurador devidamente constituído, sendo que as orientações detalhadas acerca da documentação exigida constam do Manual. Sem prejuízo das informações detalhadas no Manual, a Companhia destaca as seguintes informações acerca das formas de participação na Assembleia: • **Participação Pessoal:** o Acionista deverá comparecer à Assembleia munido de documentos que comprovem (i) a titularidade das ações pelo acionista, e (ii) no caso de (a) pessoa física, a sua identidade e (b) no caso de pessoa jurídica e/ou fundos, a sua devida representação, apresentando os documentos societários que investem o seu representante de poderes bastantes, bem como o documento de identidade do representante, sendo certo que, para fins de apresentação dos documentos neste item, deverão ser observadas pelo Acionista todas as formalidades indicadas no Manual. • **Participação por Procurador:** as procurações devem conter firma reconhecida ou serem assinada digitalmente com certificação nos padrões disponibilizados pela Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira ICP-Brasil, observado o disposto no artigo 126 da Lei nº 6.404/76 e no Manual. O representante legal do Acionista deverá comparecer à Assembleia munido da procuração e demais documentos indicados no Manual, além de documento que comprove a sua identidade. 3. Para uma melhor organização da Assembleia, a Companhia solicita que, se possível, os documentos indicados no item 2 acima sejam entregues à Companhia até o dia 26 de setembro de 2024 (inclusive), nos termos descritos no Manual.

São Paulo, 12 de setembro de 2024.

OLGA STANKEVICIUS COLPO - Presidente do Conselho de Administração da Companhia

Biomet Brasil Comércio de Aparelhos Médicos Ltda.
CNPJ/MF nº 17.383.426/0001-74 - NIRE 35.226.675.491
Ata de Reunião das Sócios Realizada em 31/07/2024.

A Reunião das Sócios. **Presença:** Totalidade. **Convocação:** Dispensada. **Mesa:** Presidência e secretariado por **Maurício Machado**, realizou-se às 10h00 do dia 31/07/2024, na sede social, São Paulo/SP, Rua Machado Bittencourt, 361, 13º andar, sala 1306, Vila Clementino, CEP 04044-001. **Deliberação Aprovada por Unanimidade:** Aprovar a dissolução, a liquidação e a extinção da **Biomet Brasil Comércio de Aparelhos Médicos Ltda.**, nos termos previstos no "Instrumento Particular de Distrato e Liquidação da Sociedade Empresária **Biomet Brasil Comércio de Aparelhos Médicos Ltda.**", que, assinado pelas sócias e datado de hoje, será arquivado pelos meios próprios, concomitantemente com a presente, na JUCESP. Após declaração de que a reunião atendeu a todas as formalidades legais, os termos desta ata foram aprovados pelas sócias presentes, que a subscrevem. SP, 31/07/2024. (aa) **Maurício Machado**, Presidente e Secretário; p.p. **Biomet Holdings B.V.** - Mauricio Machado, p.p. **Biomet International, INC.** - Mauricio Machado. **JUCESP** nº 322.381/24-1, em 29/08/2024. Maria Cristina Frei - Secretária Geral.



Centro Trasmontano de São Paulo

CNPJ/MF nº 62.638.374/0001-94

Edital Inadimplência

"O Centro Trasmontano de São Paulo, nos termos dispostos pela Agência Nacional de Saúde Suplementar - ANS, após não obter sucesso em outras formas de contato, vem por meio deste notificar os contratantes abaixo quanto a necessidade de regularizar obrigações financeiras pendentes. A não regularização integral no prazo de 5 (cinco) dias a partir da publicação deste edital, ensejará na suspensão/rescisão do contrato, nos termos contratados. Para quaisquer dúvidas quanto à tais pendências, favor ligar para (11) 2394-0201". Empresa: R. I. H. LTDA, CNPJ: **91.198/0001-**, Contrato: 4530053393,

A governança corporativa é um importante pilar para a sustentabilidade dos negócios

Nos últimos cinco anos, as práticas de governança nas empresas brasileiras demonstraram uma evolução de destaque

De acordo com a pesquisa "Pratique ou Explique: Análise Quantitativa dos Informes de Governança", conduzida pelo IBGC, EY e TozziniFreire Advogados, a taxa média de adesão das companhias às práticas recomendadas de governança alcançou 65,3%.

Esse índice representa um aumento de 2,7 pontos percentuais em relação ao ano anterior e de 14,2 pontos percentuais desde 2019, quando a série histórica foi iniciada. De acordo com Bia Nóbrega, especialista em Desenvolvimento Humano e Organizacional, o mercado atual traz desafios complexos e uma crescente demanda por práticas sustentáveis. "É exatamente aqui que a governança corporativa surge, para assegurar a sustentabilidade ética nos negócios", diz.

Ela explica que o conceito é um conjunto de práticas e processos que orientam a administração de uma empresa, garantindo que ela opere de maneira eficiente, ética e transparente. A adoção das práticas fortalece a confiança de investidores, colaboradores, clientes e sociedade, como também preparam as organizações para um futuro mais resiliente e sustentável.

"Essas corporações garantem sua viabilidade financeira enquanto constroem uma reputação de integridade e transparência. A liderança ética é fundamental para alinhar os interesses de todos os stakeholders e promover o crescimento", acrescenta a especialista. A boa governança

corporativa é sustentada por quatro pilares principais: transparência, prestação de contas, equidade e responsabilidade corporativa.

A transparência é essencial para a divulgação precisa e acessível das operações e finanças da empresa, fortalecendo a confiança de todos os envolvidos. Já a prestação de contas assegura que os gestores e o conselho de administração sejam responsáveis por suas decisões, criando uma estrutura de governança clara e forte.

A equidade, por sua vez, garante que todos os stakeholders — incluindo acionistas, colaboradores, clientes e a comunidade — sejam tratados de maneira justa e igualitária. Por fim, a responsabilidade corporativa envolve o compromisso da empresa em considerar os impactos sociais e ambientais de suas atividades, adotando práticas que promovam o bem-estar social e a sustentabilidade ambiental, além de buscar resultados financeiros positivos.

"Implementar a governança corporativa requer um comprometimento contínuo com a ética e a transparência, envolvendo todos os níveis da organização. Isso inclui a criação de políticas claras, comunicação aberta e um sistema de monitoramento para garantir que os princípios se traduzam em ações práticas", pontua Bia.

Ela adiciona que, como consequência, essas empresas estarão melhor posicionadas para enfrentar crises, gerir riscos e se adaptar a mudanças regulatórias e de mercado. Além disso, constroem uma reputação estratégica, que se torna um diferencial competitivo. - Fonte e mais informações, acesse: (www.bianobrega.com.br).

Pagamento parcelado permite dobrar faturamento de infoprodutores

Muitos empreendedores digitais optam pelo oferecimento de boleto parcelado para ampliar os ganhos relacionados aos lançamentos

Alternativa, que é complementar ao cartão de crédito, permite que sejam ampliadas as formas de receita e, conseqüentemente, o crescimento do negócio. Porém, ainda há um temor comum referente à inadimplência que pode vir dos boletos parcelados.

No caso dos infoprodutores, oferecer esse tipo de solução pode ajudar a dobrar o faturamento, mas é preciso garantir segurança nas transações e diminuir os riscos de falta de pagamento. "O problema não está em vender no boleto parcelado, e sim na forma como você aplica ele em suas vendas", afirma Reinaldo Boesso, especialista financeiro e CEO da TMB, fintech especialista em pagamento através de boleto parcelado.

De acordo com o executivo, cerca de 70% da população brasileira tem dívidas e dificuldades de acesso ao crédito, por isso oferecer alternativas de pagamento, como o boleto parcelado, é fundamental no país.



"Muitos brasileiros não possuem limites em seus cartões de crédito, sendo que boa parte é destinada para pagar as despesas do seu cotidiano. O boleto parcelado pode ser a única oportunidade que as pessoas têm para mudar de vida, mas o infoprodutor precisa se precaver antes de oferecê-la", explica.

Segundo Reinaldo Boesso, algumas etapas são necessárias antes dos empreendedores digitais passarem a oferecer boleto parcelado. São elas:

1) Análise de crédito e documentação - É preciso fazer uma análise

financeira da pessoa que está comprando o produto para reduzir o risco de inadimplência, além de comprovar a autenticidade de documentos.

2) Assinatura de contrato - Exigir assinatura de um contrato em uma compra por boleto parcelado reforça o compromisso do cliente com o pagamento e oferece mais segurança jurídica para realizar cobranças.

3) Gestão dos pagamentos, cobrança e renegociação - Após garantir a segurança

dos dados é preciso cobrar uma parcela de entrada, enviar boletos de pagamento todos os meses, cobrar o cliente para que os pagamentos sejam feitos no prazo e renegociar dívidas para evitar inadimplência.

O CEO da TMB ressalta que são muitos processos, entretanto, todos são necessários para garantir ao máximo que o pagamento será realizado. "Na TMB, por exemplo, realizamos todas essas etapas de forma automática, com 98% de aprovação, por isso o infoprodutor ganha facilidade e rapidez", afirma.

Outra forma de garantir segurança para o infoprodutor é o trabalho com a antecipação de recebíveis. "Oferecer a possibilidade de antecipar as parcelas antes do cliente terminar de pagar o produto. Ou seja, diminuir os riscos e até oferecer uma alternativa sem risco para quem trabalha com lançamentos", explica Reinaldo. - Fonte e outras informações: (https://www.tmbeducacao.com.br/).

Consumidores querem experiência presencial ao fazer compras

Mesmo com o sucesso indiscutível das vendas online e o crescimento da tecnologia nos últimos anos — inclusive com chatbots e outros modelos de inteligência artificial aplicada durante a jornada de compra — algumas experiências simplesmente não podem ser simuladas em uma tela.

As sensações físicas são o maior exemplo, conforme indica o relatório mais recente do EY Future Consumer. Com mais de 23 mil respondentes em 30 países, a pesquisa descobriu que 57% dos consumidores querem ver e sentir os produtos antes de levá-los para casa. Além disso, 32% deles também indicam que desejam o atendimento pessoal que só acontece nas lojas físicas.

Quando se trata de compras de alto valor, isso ganha ainda mais peso: 68% buscam conselhos especializados durante o processo para ter certeza de que estão tomando decisões acertadas. De toda forma, os sinais apontam para a preferência do presencial sobre o virtual em muitas situações.

"É importante percebermos que o foco no bom atendimento e na boa experiência presencial não deve ser abandonado. Muito pelo contrário, é isso que faz com que os consumidores retornem", aponta Maurício Romiti, diretor administrativo da Nassau Empreendimentos, que administra um dos principais shoppings de São Paulo, o Center 3 (https://www.shoppingcenter3.com.br/).

"Além disso, a criação de valor no âmbito presencial pode passar por muitas possibilidades. No shopping, há uma oferta não só de lojas, mas também de lazer, alimentação e cultura. Cada um desses aspectos retroalimenta o outro, fazendo com que o cliente sinta prazer em sair de casa para comprar".

O especialista também indica que as empresas precisam continuar trabalhando sua presença digital, e que uma



coisa não exclui a outra. Há muitos dados coletados via e-commerce, pelo site ou redes sociais da marca, que podem se transformar em decisões que afetam a loja física. Usar a tecnologia ainda é imprescindível, uma vez que vivemos um período multiconectado e multicanal.

Muita gente descobre o produto pela internet e decide comprar pessoalmente", explica. A dica, então, é aproveitar os diferentes canais de maneiras únicas e complementares. Algumas promoções podem ser específicas em cada espaço, assim como pode existir integração da jornada de compra para que cada pessoa consiga começar e finalizar o processo onde quiser, através de cadastros, por exemplo.

"O consumidor está de olho em tudo. Se ele achar que determinada compra vale mais a pena online, essa é a escolha que ele fará. Contudo, quando a experiência presencial atende ao que ele deseja, as chances de retorno crescem. Já que as pessoas estão buscando as vantagens do atendimento pessoal, das sensações físicas e das demais possibilidades que só o presencial permite, é preciso garantir que elas saiam da loja completamente satisfeitas", finaliza Romiti.



D3Damon_Canva

ALICERCE

BLOCKCHAIN RESGATA CONFIANÇA EM TRANSAÇÕES FINANCEIRAS

A confiança é o alicerce sobre o qual se constroem relações sociais, econômicas e políticas. Tradicionalmente, a gestão da confiança tem sido centralizada em instituições estatais, como governos, cartórios e órgãos reguladores. Essas entidades são responsáveis por assegurar a execução de contratos e a proteção dos direitos de propriedade dos cidadãos.

Cristiano Oliveira (*) e Tiago Piassum (**)

O panorama global, no entanto, tem mudado rapidamente, e outros formatos de negócio apareceram como alternativas confiáveis. Nos últimos anos, temos observado um declínio na confiança das pessoas nas instituições estatais.

Escândalos de corrupção, ineficiências administrativas, morosidade, falta de transparência e a percepção de que essas instituições não conseguem acompanhar a evolução tecnológica têm contribuído para essa crise de confiança. Isso levanta uma questão crucial: como podemos restaurar e fortalecer a confiança em um mundo cada vez mais complexo e interconectado?

É nesse contexto que a tecnologia blockchain surge como uma solução potencialmente transformadora e capaz de reduzir significativamente os custos de transação. A blockchain é uma forma de registro distribuído e imutável, que oferece uma alternativa confiável que não depende de autoridades centrais. Em vez disso, ela opera em uma rede descentralizada onde cada transação é verificada por múltiplos participantes, garantindo assim maior transparência e segurança.

Essa nova abordagem tecnológica desafia o papel tradicional das instituições estatais na construção e manutenção da confiança em uma sociedade. Historicamente, as instituições estatais têm sido estabelecidas de forma compulsória como guardiãs monopolistas da confiança pública, garantindo que as interações sociais e econômicas ocorram de maneira justa e previsível. No entanto, essa confiança não foi conquistada, mas imposta por força de lei.

Uma pesquisa da Pew Global Research de 2017 ilustra o nível de confiança nas instituições governamentais em diversos países. O levantamento mostra que, em países latino-americanos, apenas 24% da população confia que o governo fará o que é certo para o país, com um número muito próximo de zero demonstrando confiança plena.

Este baixo nível de confiança é sintomático de problemas estruturais como corrupção e ineficiência administrativa. Os fatores



não apenas minam a confiança pública, mas também afetam negativamente o desenvolvimento econômico e a coesão social.

Neste cenário de desconfiança, a tecnologia blockchain surge como uma peça chave. A blockchain é uma tecnologia de registro distribuído que permite a criação de um livro-razão digital seguro e transparente. Cada transação ou registro é verificado por uma rede de computadores, eliminando a necessidade de uma autoridade central.

Este mecanismo de consenso garante que todos os participantes da rede tenham acesso a uma versão única e inalterável dos

dados, aumentando significativamente a confiança nas transações. Ao oferecer uma maneira de gerenciar a confiança de forma descentralizada e imutável, a blockchain elimina a necessidade de intermediários.

A tecnologia pode ser aplicada em diversas áreas que tradicionalmente dependem de intermediários centralizados, como registros públicos e órgãos reguladores. A segurança da blockchain é baseada em criptografia avançada, que protege os dados contra acesso não autorizado, deixando-os menos vulnerável a ataques cibernéticos.

Cada transação é registrada em um bloco visível a todos os participantes da rede. Uma vez que um bloco é adicionado à cadeia, ele não pode ser modificado ou excluído, garantindo a imutabilidade dos registros. O fato dos blocos não passarem por alterações é fundamental para assegurar que todas as atualizações sejam verificáveis e seguras, aumentando a confiança na autenticidade dos registros e reduzindo o risco de falsificações.

“ A blockchain é uma forma de registro distribuído e imutável, que oferece uma alternativa confiável que não depende de autoridades centrais. Em vez disso, ela opera em uma rede descentralizada onde cada transação é verificada por múltiplos participantes, garantindo assim maior transparência e segurança.

Nesse contexto, instituições de registro podem ser substituídas ou ter suas funções integradas na blockchain, permitindo que transações de imóveis e outros registros sejam realizadas de maneira mais rápida e eficiente. Essa mudança pode reduzir significativamente os custos associados, especialmente aqueles relacionados à verificação de documentos de papel.

Além disso, a solidez da blockchain dificulta a ocorrência de fraudes nos registros públicos e cartoriais. Uma vez que um registro é adicionado à blockchain, ele não pode ser alterado ou excluído sem o consenso da rede, garantindo que qualquer tentativa de fraude ou manipulação seja facilmente detectada e corrigida.

A adoção da blockchain não é apenas uma solução tecnológica: o uso do processo é uma importante mudança de paradigma na forma como gerimos a segurança. Ao utilizar a tecnologia, construímos um futuro em que a confiança não é imposta por intermediários centralizados, e sim por um sistema que beneficia a todos.

Grandes instituições financeiras abriram seus olhos para a tecnologia, que já está sendo implementada em suas operações. Nos próximos anos, a blockchain se tornará uma das principais ferramentas na missão de restaurar a confiança pública e reduzir custos de transação, marcando um avanço significativo para a sociedade como um todo.

Com a blockchain, temos a oportunidade de restaurar a confiança pública, reduzir custos de transação, melhorar a eficiência dos processos e criar um ambiente mais seguro e confiável para transações e registros de direitos de propriedade, marcando um avanço significativo para a sociedade como um todo.

(*) - É Professor Associado na UFRG e Head of Research na Rivoool Finance

(**) - É CEO e Founder da Rivoool Finance (<https://rivoool.finance/>).

