

## OBSTÁCULOS

## EMPRESAS COM TAXA DE SOBREVIVÊNCIA MAIOR QUE TRÊS ANOS CRESCEM, MAS ENFRENTAM DESAFIOS CRÍTICOS DE GESTÃO

▶▶ Leia na página 8

## Falta de estrutura pode comprometer performance do e-commerce na Black Friday

A Black Friday tem como data oficial o dia 29 de novembro.

Porém, tanto os consumidores quanto os varejistas aguardam a ocasião com ansiedade. De acordo com um levantamento feito pela PiniOn, 39% dos consumidores manifestaram o desejo de comprar na data. Uma outra pesquisa, realizada pelo Opinion Box, trouxe um percentual ainda mais elevado, com 55% de intenção de compra por parte dos brasileiros.

A expectativa é de que o número de interessados cresça até novembro, conforme revelou a pesquisa da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas e do Serviço de Proteção ao Crédito, que indicou que 87% dos consumidores brasileiros demonstraram a intenção de comprar durante a Black Friday deste ano.

No entanto, de nada vale toda a expectativa e preparação de ações para a ocasião, se as lojas online não fizerem um movimento prévio de planejamento e preparo da estrutura do e-commerce para não perder oportunidades preciosas de vendas durante esse período e, claro, em todos os demais momentos do ano.

Podem parecer absurdo, mas ainda há casos de lojas que perdem vendas e a chance de cativar clientes simplesmente pela falta de estrutura. Leia-se: ausência de investimento em ferramentas de automação, que são fundamentais no mercado atual, em que a competitividade e a disputa por um cliente são altíssimas!

Ter uma plataforma que permita, por exemplo, a automação do marketing da loja online pode auxiliar o e-commerce a aumentar o volume de vendas em até 50%. Ou seja, trata-se de um investimento que efetivamente traz resultados e faz a diferença, especialmente para fomentar as vendas em um evento comercial como a Black Friday.



Ao adicionar essas novas tecnologias à operação da loja online, além de ganhar tempo, o lojista também alcança mais efetividade e assertividade na comunicação, sem deixar de dar a própria identidade e personalidade às mensagens encaminhadas aos clientes nos mais diversos momentos de compra – ou de desistência da aquisição dos produtos desejados.

É claro, essas ferramentas de automação do marketing precisam ser utilizadas de maneira estratégica. Uma situação em que há eficácia na aplicação da tecnologia envolve a recuperação daquele cliente que enche seu carrinho virtual, mas por algum motivo não conclui a compra.

Para essas situações, uma boa estratégia é adotar um recuperador de carrinhos abandonados, que permite acionar o cliente por um e-mail cadastrado anteriormente fazendo um lembrete dos itens já separados e até incentivando a conclusão da compra com um cupom de desconto, frete grátis ou outra ação especial.

No caso do cliente que sequer colocou itens no seu carrinho de compras, a indicação é fazer uso de ferramentas que identificam e acompanham automaticamente

o fluxo de navegação dos consumidores das lojas online. Essas soluções constata qual era o item de interesse e iniciam uma jornada de automação de marketing, pela qual os produtos passam a ser sugeridos àquele cliente por e-mail, SMS, whatsapp e outros meios.

Outros resultados interessantes podem ser conquistados com o uso de ferramentas que geram gatilhos para compras e por tecnologias que viabilizam a recompra de produtos de uso recorrente. A primeira apresenta conteúdos customizados ao consumidor, tomando por base seus interesses anteriores.

A segunda, por sua vez, estima o tempo médio para o consumo de cada produto, baseado no intervalo de tempo entre as compras de um mesmo item por uma série de clientes, além de algoritmos. Avalie essas opções e, se possível, implemente-as na rotina do varejo digital.

Isso pode trazer ganhos consideráveis e fazer total diferença na performance que o seu e-commerce vai alcançar antes, durante e após a Black Friday. Pense a respeito!

(Fonte: Felipe Rodrigues é especialista em e-commerce, fundador e CEO do ENVIUO - www.enviuo.com.br).

## Negócios em Pauta



### Nissan celebra Prêmio Sabre com a expedição 'Polo a Polo'

A Nissan foi reconhecida com o prestigiado Prêmio Sabre por sua inovadora ativação do projeto Polo a Polo, uma expedição desde o Ártico até a Antártida a bordo do veículo elétrico Nissan Ariya. O reconhecimento valoriza os projetos que alcançam objetivos claros e que promovem uma mudança positiva e duradoura na sociedade ou na indústria. Os casos participantes foram avaliados por um júri composto por mais de 25 especialistas em relações públicas, comunicação, construção de marca e reputação de diferentes setores. A ativação do projeto 'Polo a Polo' atraiu a atenção por sua mensagem: os veículos elétricos são capazes de conquistar os cenários mais desafiadores do planeta. ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

## News@TI



### Novo ciclo de programa de inovação aberto para startups de todo o Brasil

@ O Instituto Caldeira lançou o quarto ciclo de 2024 do Conecta, programa de inovação aberta promovido pelo hub. Com quatro ciclos por ano, o Conecta aproxima grandes empresas que fazem parte da Comunidade Caldeira de startups de todo o Brasil; buscando soluções para desafios reais enfrentados por essas companhias, e gerando oportunidades de negócios para as startups. As empresas participantes desta edição são Banrisul, Fruki, Gerdau e Polo Films. Startups que desejem participar e tenham potencial de serem a solução para os desafios propostos pelas empresas podem fazer sua inscrição online até o dia 1º de novembro. O pitch day entre as startups selecionadas e as empresas participantes será realizado no dia 21 de novembro. Com o objetivo de conectar de forma eficaz empresas e startups, o Instituto Caldeira promove um workshop com as equipes internas das companhias, buscando compreender e aprofundar os desafios enfrentados ([https://lps.institutocaldeira.org.br/conecta-para-startups-4/?\\_gl=1\\*1pvcqnk\\*\\_gcl\\_au\\*MTM0NDIyNzcuMTcyMTMzNjE4Mw](https://lps.institutocaldeira.org.br/conecta-para-startups-4/?_gl=1*1pvcqnk*_gcl_au*MTM0NDIyNzcuMTcyMTMzNjE4Mw)). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

### A transformação digital exige um novo tipo de atendimento ao cliente

As tendências de consumo para 2024 revelam um consumidor cada vez mais conectado com a tecnologia, especialmente com a inteligência artificial, mas ele não abre mão da humanização. ▶▶

### Compliance Tributária: como garantir a conformidade e proteger sua empresa de multas

Para manter uma boa gestão financeira e evitar multas e sanções fiscais, a conformidade tributária é cada vez mais importante. ▶▶

### Sete vantagens para empresas apostarem em canais próprios de comunicação

As redes sociais dominam a comunicação empresarial, tornando-se vital para as empresas desenvolverem canais de comunicação próprios, como newsletters. Depender somente das redes sociais, com seus algoritmos imprevisíveis, pode resultar em instabilidade e incerteza o que compromete a entrega de conteúdo aos consumidores. ▶▶

### Mudanças no uso da IA após lançamento de iPhone centrado em IA

O lançamento do iPhone 16 com a nova Apple Intelligence no iOS 18 está movimentando o mercado de tecnologia. Com a IA no centro das inovações do novo dispositivo, especialistas discutem como essa tecnologia pode alterar o uso de smartphones. A Apple promete uma experiência mais fluida e personalizada, mas a verdadeira aceitação dessas ferramentas ainda depende da adaptação do usuário médio. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



## Política

### Brasil na tribuna da ONU

Heródotio Barbeiro



▶▶ Leia na página 2

## Economia da Criatividade

Como o Marketing Digital Está Transformando a Captação de Alunos nas Instituições de Ensino



Carol Olival

▶▶ Leia na página 5

## Brasil na tribuna da ONU



Heródoto Barbeiro (\*)

*Chefes de Estado esperam o ano inteiro pelo grande momento.*

Discursar na Assembleia Geral das Nações Unidas em Nova York. É uma oportunidade rara de ficar à mercê da mídia mundial e ver o seu discurso reproduzido ou noticiado em espaços jornalísticos de todo o mundo. Até mesmo os países rivais e inimigos prestam atenção no que é dito nos discursos da ONU.

Os analistas sabem que o que chefes de Estado dizem não é escrito por eles. No máximo, como dizem os jornalistas especializados, dão um pitaco aqui e outro ali. Não é preciso prática nem habilidade, como dizem os vendedores ambulantes de guarda-chuva em dia de garoa. Basta ler o que os apresentadores da TV chamam de TP – o salvador teleprompter. Para isso, é preciso praticar a leitura com a assessoria, de modo que possam enganar o público que acredita estarem falando de improviso. Há que tomar cuidado com as palavras não usuais e estrangeiras. Um escorregão vira meme na internet.

A Organização das Nações Unidas é bancada por seus membros. Os mais ricos dão contribuições maiores, como os Estados Unidos. Pelo menos uma dezena de países sonha em fazer parte do conselho de segurança como membro permanente, inclusive o Brasil. Dá direito a veto nas decisões, coisa que os demais integrantes não têm. E para ser membro é preciso ser potência militar internacional, possuir arsenal atômico e de vez em quando ameaçar lançar mão dele como prova de superioridade política e bélica.

Mas Mas a ONU existe com o intuito de evitar que o mundo caia em uma Terceira Guerra mundial, considerada pelos sábios como a última. Em outras palavras, o fim da humanidade, haja vista que os arsenais nucleares têm poder para destruir o planeta várias vezes. Isso aumenta, na visão dos países pacifistas, a importância de se ter uma organização mundial e que reúna, pelo menos uma vez por ano, todos os lados, aliados ou inimigos.

O representante do Brasil tem como tema do seu discurso o Estado de Israel. A oportunidade é de lançar o país no cenário internacional. O ex-ministro das relações exteriores e atual chefe da delegação brasileira é Osvaldo Aranha, eleito para ser o presidente do segundo mandato da Assembleia Geral das Nações Unidas. No mundo pós-guerra, com o início da Guerra Fria entre a União Soviética e os Estados Unidos, o papel da ONU é fundamental. Não pode repetir o fiasco da Liga das Nações, criada após a Primeira Guerra Mundial para impedir que o mundo caísse em um segundo morticínio. Caiu.

## Aranha

Osvaldo Aranha é o representante do Brasil, uma vez que os discursos na Assembleia são feitos por chanceleres diplomatas e não políticos que querem aparecer diante da mídia nacional, acompanhado de um séquito de uma centena de convidados cujas despesas são bancadas pelos mais pobres a quem prometem ajudar. Osvaldo Aranha tem postura de estadista reconhecida internacionalmente e, em 1947, é um dos responsáveis pela criação do Estado de Israel.

(\*) - Mestre em História pela USP e inscrito na OAB, é Âncora do Jornal Nova Brasil e colunista do R7 (www.herodoto.com.br)

## Crescem as vendas de tablets

Enquanto o mercado de computadores pessoais não deve crescer neste ano, as vendas de tablets devem aumentar 7.2%, impulsionadas principalmente por trocas de equipamento antigos por novos modelos, com desempenho melhor e telas maiores.

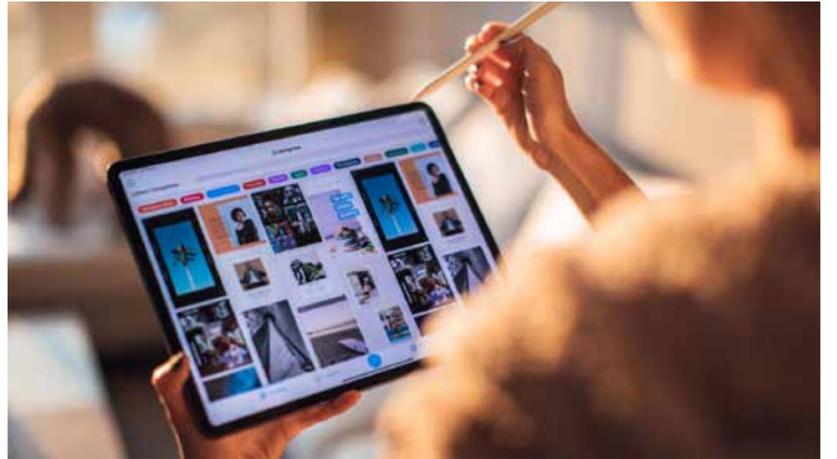
Vivaldo José Breternitz (\*)

É interessante observar que esse crescimento não é impulsionado pelo tradicional líder dos tablets, o iPad, mas pelos lançamentos de tablets Android.

“O primeiro semestre de 2024 mostrou como alguns dos fornecedores de tablets Android têm sido agressivos, maximizando o atendimento à demanda por esses dispositivos em regiões como Ásia/Pacífico (excluindo Japão), República Popular da China e Europa Central e Oriental”, disse Anuroopa Nataraj, da IDC, instituição que pesquisa mercados de tecnologia.

Ainda, segundo Nataraj, “as vendas devem seguir crescendo no curto prazo, à medida que o mercado continua a receber novos modelos com chips atualizados, telas maiores e outras inovações”.

No entanto, a IDC diz que em breve as vendas de tablets devem começar a desacelerar, tendendo a se estabilizar ao redor de 2028, especialmente porque esses dispositivos ainda não oferecerão desempenho igual ao dos laptops, o que a maioria dos usuários gostaria de ter.



Roberto\_Nickson\_de\_pexels\_CANVA

Essas previsões podem não se concretizar caso os tablets evoluam em termos de aumento da vida útil de suas baterias e pela adoção de tecnologias que permitam tornar esses dispositivos mais leves e finos, além de aumentar seu poder de processamento.

Vale lembrar que muitos analistas acreditavam, há alguns anos, que os tablets simplesmente deixariam de

existir, substituídos por laptops mais portáteis.

A velocidade da evolução da tecnologia faz com que, frequentemente, aqueles que se atrevem a fazer previsões, passem vergonha...

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

## Um ecossistema tecnológico para proteger nosso ecossistema natural

A América Latina é um dos territórios mais ricos em diversidade biológica. Na região encontra-se 40% da biodiversidade mundial e três dos cinco principais países com maior número de aves, anfíbios, mamíferos, répteis, peixes e plantas. T tamanha riqueza em diversidade traz consigo a responsabilidade de buscar mecanismos de proteção; desde a conscientização sobre o cuidado da população, até a adoção de tecnologia de ponta que permita que as entidades responsáveis pela defesa executem seu trabalho com mais eficiência.

Nesse contexto, a integração de tecnologias desempenha um papel crucial na criação de estratégias eficazes para proteger nossa fauna e flora diversificadas e criar um verdadeiro ecossistema tecnológico que ajude a proteger o nosso ecossistema natural.

A maioria das florestas naturais da região se caracteriza por sua vasta extensão e por localização em áreas remotas, na maioria das vezes na periferia dos nossos países. Devido a essas características, o cuidado exige colaboração e trabalho conjunto com as forças de segurança pública e emergências e uma boa comunicação se torna imperativa entre os guardas florestais e esses órgãos, pois qualquer interferência na comunicação ou na integridade das mensagens (sobre o que é comunicado) pode causar falhas graves na detecção e resposta a uma emergência ou ameaça. Nesse sentido, as tecnologias de radiocomunicação se tornam ferramentas essenciais para uma comunicação clara, abrangente e segura em tempo real entre os diferentes agentes, que contam com rádios de alta frequência (HF) e muito alta frequência (VHF), que permitem amplificar o alcance e a cobertura, independentemente da distância entre eles.

A proteção dos recursos naturais requer abordagem preventiva e tecnologia adequada para detectar atividades suspeitas e antecipar ameaças. Hoje podemos contar com uma infinidade de tecnologias de vídeo, centros de comando e controle com Inteligência Artificial (IA), sistemas de alerta, sensores de movimento, software de IA incorporado em câmeras, drones etc. Tudo isso para que não seja mais necessário designar uma equipe para ficar de olho exclusivamente nas telas 24h7x365 e liberar esses profissionais para executar tarefas estratégicas de cuidado e preservação dos nossos recursos. E, também, porque a capacidade humana tem seus limites e, quando se trata de segurança, qualquer detalhe que não seja identificado pode se tornar um risco significativo.



A Motorola Solutions para América Latina

As câmeras de longo alcance também são importantes aliadas das autoridades encarregadas da proteção dos recursos naturais, pois são equipadas com recursos de detecção precisa, que permitem a identificação de anomalias a uma distância de até 30 quilômetros, ampliando assim o perímetro de segurança e promovendo agilidade e precisão nas respostas. Esses dispositivos também são térmicos, projetados para fornecer visibilidade com clareza em ambientes complexos e extremos, principalmente em infraestruturas militares, aeronáuticas, marítimas e críticas.

A consciência situacional visa aumentar as chances de sucesso em operações de proteção e resposta em caso de emergência, por isso é importante que haja visibilidade e que tudo esteja centralizado por meio de uma central de comando equipada com software e recursos de análise que permitem que as equipes obtenham as informações necessárias para a tomada de decisões. Essas tecnologias também beneficiam as equipes de segurança em áreas remotas e de difícil acesso, como áreas rurais, fluviais e florestais, inclusive na proteção de outros tipos de ameaças, como atividades ilícitas.

Além disso, o controle de acesso também é um componente essencial neste cenário, especialmente em pontos de entrada como portos e aeroportos. As tecnologias de identificação por radiofrequência (RFID) para câmeras corporais e detecção de armas ocultas desempenham um papel importante no rastreamento em tempo real de mercadorias, veículos e até mesmo pessoas. Esta ferramenta ajuda a agilizar os processos de inspeção, identificação e auten-

ticação com muito mais precisão, mantendo um alto nível de segurança.

A análise de dados é outro recurso fundamental, afinal, com as informações corretas e precisas, fica mais fácil maximizar a inteligência dos agentes de segurança. Recursos avançados de análise de dados permitem que as autoridades identifiquem padrões, tendências e comportamentos incomuns que podem indicar atividade criminosa. A análise preditiva também pode ser usada para antecipar ameaças potenciais, contribuindo para uma ação proativa.

Em incidentes de alta gravidade, como incêndios florestais em regiões com alta biodiversidade, a capacidade de responder rapidamente é crucial. Alertas em tempo real e recursos de notificação, que podem ser compartilhados entre dispositivos e autoridades de diferentes agências, permitem uma comunicação rápida e eficaz. Isso ajuda a coordenar as operações de forma mais eficiente e a direcionar recursos e agentes de forma estratégica, o que ajuda a minimizar os danos.

A proteção dos recursos naturais é um desafio cada vez maior e que exige colaboração entre a sociedade, organizações de proteção ambiental e agências de segurança pública, defesa e emergência. As tecnologias têm muito a contribuir para esse desafio e para que nossos recursos naturais e diversidade sejam protegidos.

(Fonte: Alejandro Rubino, gerente sênior de Desenvolvimento de Negócios da Motorola Solutions para América Latina).

## News @TI

## Brasileira D4Sign é adquirida pela multinacional italiana Zucchetti

A D4Sign, principal plataforma de assinatura eletrônica do Brasil, foi adquirida pela multinacional italiana de tecnologia Zucchetti, em uma transação de R\$180 milhões - a maior aquisição já feita pelo grupo europeu no mercado brasileiro. Com a movimentação, a D4Sign - que agora inclui o “by Zucchetti” no nome - quer levar suas soluções para os mais de 100 mil clientes da multinacional no país e acelerar o processo de expansão internacional da marca. A Zucchetti hoje está presente em mais de 15 países. A multinacional italiana está há 13 anos no Brasil e, hoje, concentra no mercado brasileiro o maior número de clientes e parceiros depois da Itália, fornecendo tecnologia para segmentos como varejo, indústria e recursos humanos.

## Curso de Liderança na Era da IA com foco em ESG – Inovação e Sustentabilidade

A ESPM, em parceria com as especialistas Elaine Coimbra e Geisa Gomes, apresenta um curso inovador que une IA e práticas ESG para transformar líderes e empresas. Com início em 21 de outubro de 2024, o curso contará com a participação das especialistas Elaine Coimbra, CEO da Foster, agência do grupo WPP e especialista em transformação digital e Inteligência Artificial e Geisa Gomes, Psicóloga Organizacional e fundadora da Potências Hub. O programa, parte da série Dynamic da ESPM, foi criado para capacitar líderes e executivos a integrar IA e práticas ESG em suas estratégias empresariais, promovendo inovação sustentável. IA e ESG - As especialistas destacam que no segmento ambiental a IA atua reduzindo as emissões e pode otimizar processos para reduzir a pegada de carbono (https://www.espm.br/cursos/dynamic/atualizacao/trends/lideranca-na-era-da-ia-inovacao-e-sustentabilidade-para-sua-empresa/).

## Editorias

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

*Comercial:* comercial@netjen.com.br

*Publicidade Legal:* lilian@netjen.com.br

*Webmaster/TI:* Fabio Nader; *Edição 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)

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

JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)

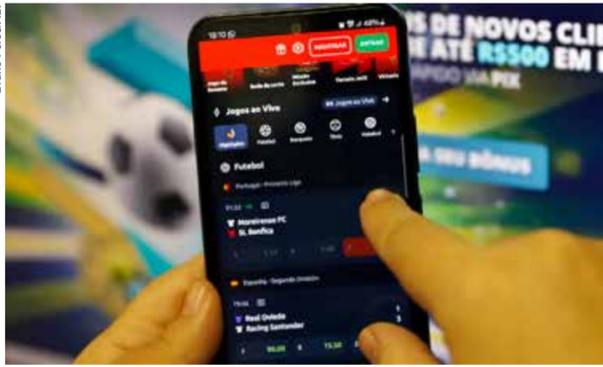
Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.

# Febraban vai propor força-tarefa para avaliar impactos das bets

A Febraban estuda propor ao governo a criação de uma força-tarefa para avaliar o impacto das apostas virtuais sobre a renda das famílias

O grupo teria a participação de representantes do governo, do setor produtivo e das instituições financeiras. “Estamos cogitando propor ao governo a criação de uma força-tarefa multigovernamental, multissetorial para aprofundar os impactos da atividade das bets no Brasil.

É importante que se tenha um diagnóstico preciso. Essa força-tarefa poderia, para além do Ministério da Fazenda, contemplar outros órgãos governamentais que cuidam da defesa do consumidor, da prevenção à lavagem de dinheiro e de benefícios sociais, como Bolsa Família”, disse o presidente da Febraban, Isaac Sidney, ao repetir declarações recentes em que defende a suspensão do Pix como meio



Um total de 199 marcas operadas por 95 empresas de bets estão autorizadas a continuar operando no país.

de pagamento das apostas ou a imposição de limites nos repasses dos apostadores para as bets.

“Enquanto não há uma regulamentação que autorize todas as empresas de apostas online, que haja um freio. Esse freio passa por algumas medidas emergen-

ciais. Temos defendido que os meios instantâneos de pagamento, como o Pix, possam ser temporariamente suspensos para a realização de apostas”, disse.

A Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs) antecipou a proibição

do cartão de crédito para pagar apostas virtuais. Inicialmente prevista para 1º de janeiro, a medida passa a valer instantaneamente, sendo implementada pelas bandeiras de cartões. Os cartões de crédito, no entanto, correspondem apenas a uma pequena parte das transferências para as bets.

Quase todos os pagamentos são feitos por Pix. As estimativas variam. A Abecs calcula em 99% a predominância do Pix nas apostas virtuais. Na semana passada, o presidente do Banco Central (BC), Roberto Campos Neto, estimou em 85% a 90%. O secretário de Prêmios e Apostas do Ministério da Fazenda, Regis Dudena, projeta em 95% o uso do Pix nos repasses de apostadores às bets (ABR).

## Nove estados terão Lei Seca durante eleições municipais

Pelo menos nove estados brasileiros proibirão a venda de bebidas alcoólicas no dia das eleições municipais, marcadas para o próximo domingo (6). Em seis deles, a medida valerá em todo o estado: Acre, Amapá, Pará, Piauí, Maranhão e Alagoas. Em outros três, a medida será restrita a zonas eleitorais específicas.

No Tocantins, serão quatro zonas, enquanto em Mato Grosso serão três. A proibição da venda de bebidas alcoólicas durante as eleições é decidida localmente pelas autoridades de segurança pública e eleitorais. A ideia é reduzir os riscos de desordem que prejudiquem o processo eleitoral. Em alguns estados, a decisão coube às

secretarias de Segurança, como foi o caso dos estados do Piauí, Maranhão e de Alagoas.

No Acre, a decisão coube aos juizes eleitorais de primeira instância. Os responsáveis pelas nove zonas eleitorais do estado expediram portarias decretando a Lei Seca em suas respectivas áreas. Nos estados de Mato Grosso, do Tocantins e de Goiás, a definição também ficou por conta dos magistrados de cada zona. Entre os estados que confirmaram que não haverá Lei Seca estão Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Paraná, Santa Catarina, São Paulo, Sergipe, Paraíba, Bahia, Rio Grande do Norte e Pernambuco (ABR).

## Royalties sonogados por mineradoras geram perda bilionária

Auditoria do Tribunal de Contas da União (TCU) revelou que o setor mineral tem sonogado fatia considerável da compensação financeira pela exploração de recursos minerais (Cfem), conhecida como royalties da mineração.

Problemas também foram encontrados em relação à taxa anual por hectare (TAH), embora em menor escala.

A situação se agrava porque, além da significativa sonogação, há dificuldade de fiscalização por parte da Agência Nacional de Mineração (ANM). Além disso, nos 134 processos fiscalizados pela ANM, em que houve o recolhimento espontâneo, observou-se

um percentual médio de sonogação de 40,2%.

A CGU concluiu que as fiscalizações da agência estavam sendo realizadas sem planejamento e que os sistemas de informação utilizados eram falhos e insuficientes. O TCU aponta ainda que pelo menos R\$ 4 bilhões já foram perdidos de forma definitiva.

Esse montante diz respeito ao total de créditos decaídos e prescritos no período de 2017 a 2021. Ou seja, não podem mais ser cobrados. A prescrição ocorre nos casos em que o crédito é constituído mas, após cinco anos, não houve providências para sua inscrição em dívida ativa e cobrança judicial (ABR).

## Inteligência artificial como aliada para descomplicar o crédito

Ubiratan Lima (\*)

Tem ficado cada dia mais claro o quanto as empresas, dos mais variados setores, têm investido em tecnologias que envolvem inteligência artificial (IA). De acordo com levantamento da McKinsey, 72% das empresas do mundo já adotaram essa tecnologia em 2024; um número significativo, considerando que em 2023 era pouco mais da metade das empresas (55%).

Pousando o olhar para o Brasil, os índices são mais tímidos, mas ainda assim bastante significativos: 47% dos negócios brasileiros já utilizam IA, segundo estudo da Logicalis. Estamos lidando com um avanço de poder revolucionário. Principalmente, na capacidade de processar e interpretar dados, que nada mais são do que a matéria-prima da economia digital.

Em uma era de superconexão, dados são gerados a todo momento e se autoalimentam em processos de análise que, se bem organizados, podem apresentar insights valiosos. Os dados por si só, avulsos, não geram inteligência ou capacidade de decisão — é então que há a oportunidade de uso “inteligente” da inteligência artificial.

Na área de gestão e oferta de crédito isso já é realidade. Custumo dizer que não existe crédito mal-dado, existe crédito mal avaliado. A inteligência artificial desempenha um trabalho espetacular ao mitigar assimetrias de informações de mercado com uma análise preditiva que resulta em antecipação de riscos. Não exagero em dizer que o uso de IA, juntamente com a big data, é a nova era do crédito.

A necessidade de crédito na nossa sociedade atual tem épocas de altos e baixos, mas jamais de estaca zero. Por isso, a importância de ter a tecnologia como aliada na

descomplicação do acesso ao crédito. No caso de empresas que atuam como fornecedora de crédito, seja para outras empresas ou para pessoas físicas, a IA tem uma grande relevância na rastreabilidade de informações e aceleração dos processos.

Cada cliente tem sua particularidade, que em um sistema automatizado que utiliza algoritmos, são vistos como dados a serem analisados. Em outras palavras: é a digitalização de processos de análise de crédito, o “workflow digital”. Importante destacar que não se trata de evidenciar mais casos de restrição de crédito, mas o contrário.

Com a análise preditiva apurada pela IA, maiores são as chances de fornecer o serviço com mais assertividade, além de mais segurança para quem oferta e quem recebe o crédito, já que ao customizar o melhor cenário possível com o uso de inteligência artificial, as chances de inadimplência são bem menores. No médio e longo prazo, esse ritmo gera mais negócios, o que impacta também a economia do país.

Ou seja, mesmo que você não use inteligência artificial diretamente, muito provavelmente será impactado por ela, ainda que indiretamente. Com as festas e viagens de final de ano, mais as contas de começo de ano que costumam tirar o sono de muitos brasileiros e brasileiras, o pedido por crédito tende a aumentar a partir do segundo trimestre.

Agora é a hora de empreendedores que conhecem o mercado aproveitarem suas expertises para investir em tecnologia da forma correta e que traga aprendizado, assertividade e segurança ao seu negócio.

(\*) - É diretor de relacionamento da BU de riscos da Dimensa (<https://dimensa.com/>).



### A – Informática em Saúde

A 20ª edição do Congresso Brasileiro de Informática em Saúde será realizada em Belo Horizonte entre segunda (07) e sexta-feira (11 da próxima semana). O evento busca promover o debate sobre a saúde digital e aliar forças para que os resultados obtidos nos últimos anos sejam potencializados e a área fortalecida. O intuito é envolver vários setores da sociedade trazendo a academia, o mercado e o setor público em prol da concretização das propostas para a estratégia de saúde digital para o país. O tema central será “Saúde Digital: Saúde para Todos”. (<https://www.even3.com.br/cbis2024/>).

### B – Carnaval do Conhecimento

Com o tema “O Futuro Nos Conecta”, o Festival REC’n’Play 2024 é marcado na agenda para quem se interessa por tecnologia, inovação, negócios, cultura e entretenimento. Em sua 6ª edição, de 6 a 9 de novembro, ocupará ruas e prédios históricos da área central do Recife. O maior evento de tecnologia e inovação gratuito do Brasil promete uma extensa programação. Serão mais de 600 atividades e mais de 1.500 horas de programação entre palestras, workshops, debates, arenas temáticas e shows. Para ter acesso às atividades é necessário o Passaporte REC’n’Play, que pode ser adquirido gratuitamente pelo site: (<https://recnplay.pe/>).

### C – Bebidas não Alcoólicas

O Anuário das Bebidas Não Alcoólicas 2024, lançado pelo Ministério da Agricultura, reflete dados otimistas sobre o setor: um aumento de 3.1% no registro de estabelecimentos que produzem bebidas não alcoólicas. A análise contabilizou 3.494 agroindústrias registradas no Brasil em 2023 contra 3.389 registradas em 2022. A categoria de água de coco, sucos e polpa de frutas apresentou um aumento de 3.1% no registro de estabelecimentos produtores. A análise contabilizou 2.277 agroindústrias no Brasil em 2023 contra 2.193 em 2022. Polpa de frutas é a categoria com maior número de registros, com um total de 1.325 agroindústrias.

### D – Análise de Dados

A Flora, indústria nacional de bens de consumo, em parceria com a edtech SoulCode Academy, através do programa Martech Academy, destinará 30 bolsas integrais de estudos, para a qualificação na carreira de Análise de Dados. O programa em formato de bootcamp, online e ao vivo com duração de 12 semanas, faz parte do Martech Academy, programa educacional de qualificação digital e desenvolvimento profissional, atendendo às demandas da indústria de marketing comunicação e preparando os participantes para atuarem como profissionais digitais, e as inscrições podem ser feitas pelo site (<https://martechacademy.com.br/analista-de-dados-flora>).

### E – Congresso Moveleiro

Nos dias 7 e 8 de novembro, na Promosul, em São Bento do Sul/SC, acontece o 1º Congresso Moveleiro e Inovação - Capital dos Móveis. Reunirá grandes nomes empresariais do setor para dois dias de palestras e painéis para tratar de móveis e gestão de empresas. Uma oportunidade para discutir as tendências e expectativas do mercado, além de gerar negócios e fomentar a inovação no segmento. Temas como internacionalização, sucessão familiar, design sustentável, economia circular e tecnologias aplicadas à indústria moveleira serão debatidos. Confira em: (<https://www.sympla.com.br/evento/1-congresso-moveleiro-e-inovacao-capital-dos-moveis/2652844>).

### F – Venda de Imóveis

A Pesquisa Secovi-SP do Mercado Imobiliário, realizada pelo departamento de Economia e Estatística da entidade junto às incorporadoras associadas, apurou em agosto a comercialização de 9.744 unidades residenciais novas na cidade de São Paulo. Com o resultado, o volume vendido no acumulado em 12 meses (setembro de 2023 a agosto de 2024) foi de 92,5 mil unidades. O VGV (Valor Global de Vendas) totalizou R\$ 4,2 bilhões no mês e atingiu R\$ 49,5 bilhões no acumulado de 12 meses – valores deflacionados pelo INCC-DI (Índice Nacional de Custo de Construção – Disponibilidade Interna), da FGV, referente a agosto de 2024.

### G – Programa de Trainee

A VLI – companhia de soluções logísticas que opera ferrovias, portos e terminais – abre seu Programa de Trainee 2025, voltado para formação das futuras lideranças da companhia. Podem concorrer às vagas candidatos de todo o país, desde que tenham flexibilidade para mudança. O processo seletivo será híbrido e os interessados podem optar entre trainee corporativo e trainee de operações. Também são pré-requisitos: formação em nível superior (bacharelado ou licenciatura); ser graduado a partir de dezembro de 2021 ou estar com formatura prevista até dezembro de 2024; conhecimento intermediário em inglês; e ainda ter disponibilidade para uma jornada diária de oito horas.

### H – Sucesso Empresarial

A FIA Business School, realiza a primeira edição do Summit FIA 2024, dedicado a explorar como a imagem/reputação mercadológica, colaboradores engajados e a inovação são pilares para o sucesso empresarial. Com o tema “Mercado, pessoas e inovação: os pilares do sucesso empresarial”, apresentará as mais recentes pesquisas aplicadas nos campos da gestão do mercado, das pessoas e da inovação visando à qualificação das empresas como as mais expoentes; como tornar uma empresa admirada e as práticas que impulsionam a inovação no ambiente corporativo. Será presencial, no auditório da FIA em São Paulo, no próximo dia 17, das 8h30 às 13h. Saiba mais: (<https://fia.com.br/summit/>).

### I – Café Cultura

Um local para ir e ficar, se assim desejar, o dia todo e apreciar o melhor do mundo dos cafés especiais genuinamente brasileiros. Esta é proposta do Café Cultura, franquia de cafeterias focada em cafés especiais e boa gastronomia. Com 20 anos de experiência e atuando no franchising desde 2014, a marca anuncia sua chegada ao Estado de São Paulo. O plano é abrir 10 operações nos próximos meses, gerando investimentos de mais de R\$ 4 milhões. A primeira unidade foi inaugurada em Piracicaba no final de agosto e a segunda, uma flagship da rede, abrirá as portas no final de setembro, no bairro paulistano de Moema (<https://cafeculturabrasil.com/>).

### J – Encontro de Líderes

A Comunitas, organização da sociedade civil que visa gerar mais impacto com investimento social e melhoria da gestão pública por meio de parcerias entre os setores público e privado, anuncia seu 17º Encontro de Líderes. Com o tema “Políticas integradas e coalizão em prol da segurança pública”, o objetivo é debater soluções para os desafios do país junto a importantes lideranças públicas, privadas e especialistas do setor. Essa edição do evento acontece, no próximo dia 11, das 9h às 12h30, no JK Eventos, em São Paulo. Reunirá governadores, o Ministro Flávio Dino, e importantes executivos brasileiros. Saiba mais em: (<https://comunitas.org.br/>).

## Investir em gestão de riscos de terceiros para garantir sustentabilidade

A Gestão de Riscos de Terceiros (GRT) tornou-se uma prática indispensável para empresas que buscam sustentabilidade e resiliência no mercado atual. Com a crescente complexidade das cadeias de suprimentos e a dependência de parceiros externos, a GRT proporciona um escudo protetor contra riscos que podem impactar negativamente os negócios.

A GRT envolve identificar, avaliar, mitigar e monitorar os riscos associados a terceiros, como fornecedores, parceiros e contratados. A Pesquisa Global EY de Gestão de Riscos de Terceiros de 2023 revela que nove em cada dez organizações investem diretamente em programas de GRT, resultando em uma melhor compreensão dos riscos e capacidades otimizadas. Esses riscos variam desde problemas de conformidade regulatória até falhas de segurança da informação e interrupções na cadeia de suprimentos.

Nesse cenário, o ESG (ambiental, social e de governança) tem se mostrado uma das prioridades das empresas para garantir conformidade regulatória, proteger dados sensíveis e assegurar a continuidade dos negócios. A Pesquisa Global de Gestão de Riscos de Terceiros 2023 da Deloitte destaca que 64% das empresas brasileiras acreditam que sua cultura organizacional se tornou mais favorável para compreender e gerenciar riscos ESG entre terceiros.

O processo de implementação de GRT pode ser dividido em quatro etapas principais: identificação, avaliação, mitigação e monitoramento. A Pesquisa Global EY também aponta que 63% das organizações planejam integrar provedores de dados

externos e automação para gerenciar melhor as avaliações de riscos nos próximos dois a três anos. Além disso, 90% das empresas estão migrando para o gerenciamento centralizado de riscos, um aumento em relação aos 85% registrados em 2022.

Empresas que adotam melhores práticas em GRT conseguem mitigar riscos de forma mais eficaz. Isso inclui estabelecer uma política clara de gestão de riscos de terceiros, utilizar ferramentas e tecnologias avançadas para monitorar riscos em tempo real e promover uma cultura de gestão de riscos em toda a organização.

“A gestão de riscos de terceiros é vital para qualquer empresa que deseja manter-se competitiva e resiliente no mercado atual. Nossa experiência mostra que a implementação de GRT reduz significativamente a exposição a riscos e fortalece a confiança dos stakeholders”, afirma Bruno Santos, sócio e especialista da área de GRT da Bernhoeft.

A GRT é fundamental para a sustentabilidade e o sucesso das empresas no cenário competitivo atual. Dados e pesquisas mostram a vulnerabilidade das empresas sem uma estratégia de GRT e destacam a importância dessa prática. “A única maneira de zerar completamente o risco de terceiros é não trabalhar com terceiros, mas isso não vai acontecer. Então é mais sobre ‘Como você identifica, gerencia e mitiga?’.

Estamos saindo da era da simples identificação para a gestão e mitigação”, enfatiza Joseph Kelly, Líder de Third-party Risk da EY Oceania. - Fonte e mais informações: (www.bernhoeft.com.br).

# Como escolher a melhor solução para pagamentos por Open Finance

O crescimento do compartilhamento de dados no Open Finance virou pauta constante no mercado e expande em ritmo acelerado entre as pessoas no país

Sobretudo, o sistema é relacionado aos pagamentos inteligentes, as possibilidades de realização por Pix por aproximação e seu efeito disruptivo na oferta de soluções alternativas de crédito e de jornadas mais eficientes na liquidação.

O relatório do Capgemini Institute aponta que a quantidade de transações sem dinheiro vivo deve chegar a 1,650 trilhão em todo o mundo neste ano, e a ascensão de métodos de funcionamento similares ao Pix pode reduzir de 15% a 25% do crescimento futuro das transações com cartões.

Para Juan Ferrés, economista e CEO da Teros, empresa especializada em automação inteligente de processos via Mundo Open, operar Pix e pagamentos em geral sem uma solução Open Finance é ofertar um produto incompleto no mercado e deve haver o entendimento para uma escolha correta de como utilizá-lo:

“Basicamente, existem duas possibilidades para operar transações de pagamento originadas no Open Finance: tornar-se uma ITP (Iniciador de Transação de



Pagamento) ou utilizar uma ITP de ‘mercado’, equivalente a uma solução BaaS para transações”.

Conforme o especialista, a diferença entre as duas possibilidades refere-se ao custo regulatório e operacional envolvido e ao tempo requerido para ser uma ITP regulada. Aspectos como confidencialidade de dados, construção de jornadas, flexibilidade de produto, transparência aos clientes, lock in e concorrência devem ser levados em conta na escolha da estratégia e do provedor.

“Pensando na escolha entre ser um player direto (regulado) e indireto (via ITP de terceiros), é importante ter em mente que as operações

de Open Finance exigem consentimento dos usuários, e esse consentimento é dado à ITP regulada. Logo, na ausência de um modelo de portabilidade, escolher um terceiro implica em passar esse consentimento para essa ITP.

Com os pagamentos em parcelas e a possibilidade de estabelecer jornadas sem redirecionamento, esse aspecto torna-se ainda mais crítico, visto que a autorização de uma transação se dá para o par usuário-ITP e o token de autorização fica armazenado”, complementa Juan.

No que diz respeito à escolha da tecnologia a ser usada para esse fim, o CEO alerta que muitos players

escolhem um provedor de tecnologia para se tornar ITP que na prática detém o mesmo acesso aos dados que um iniciador indireto teria. Nesse caso, embora tenha-se todo o custo regulatório, a nova ITP ainda assim está compartilhando informação estratégica com seu provedor de tecnologia.

Tal aspecto traz para o entendimento de em que medida esse provedor não é um concorrente direto da operação. “Se a atividade final é pagamentos ou se a jornada proposta redireciona o cliente para um ambiente indireto, é preciso compreender o modelo de negócios do provedor de tecnologia. Uma coisa é acessar um player tecnológico, outra é confiar sua ITP para um negócio baseado em transações geradas.

Esse desenvolvimento pode conflitar diretamente com o modelo de transação da própria ITP, com a desvantagem de que esse provedor controla sua tecnologia e leva seu cliente a conscientemente operar naquela infraestrutura”, conclui Ferrés. - Fonte e mais informações: (https://teros.com.br/).

## Proclamas de Casamentos

### CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL Distrito de Jardim São Luís

Dr<sup>a</sup>. Evanice Callado Rodrigues dos Santos - 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: **LUIS CARLOS DE MATOS ARAÚJO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 14/05/1974, pedreiro, natural de Ipirá - BA, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Ricardo Araujo e de Angelina de Matos Araujo; A pretendente: **MARIA RAIMUNDA DE FARIA**, brasileira, divorciada, nascida aos 10/10/1961, do lar, natural de Liberdade - MG, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Domingos Oscar de Faria Filho e de Maria da Silva Faria.

O pretendente: **JOÃO VICTOR SANCHES YARID**, brasileiro, solteiro, nascido aos 09/12/2001, coordenador de marketing, natural de Jundiá - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Nicholas José Yarid e de Ana Cristina Sanches Yarid; A pretendente: **DAYANE DOS SANTOS LIMA**, brasileira, solteira, nascida aos 25/08/2000, esteticista, natural de Itapeceira da Serra - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Welinton de Lima e de Renata Istiliana dos Santos Lima.

O pretendente: **JOHNNY FERREIRA SOUSA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 16/05/1990, garagista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Raimundo Fernandes Sousa e de Maria Bejane Ferreira Rodrigues; A pretendente: **LEILIANE SANTOS DA COSTA**, brasileira, solteira, nascida aos 18/04/1991, técnica em atendimento de vendas, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Nivaldo Ferreira da Costa e de Leila dos Santos Sulino.

O pretendente: **RODRIGO SANTOS DE OLIVEIRA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 08/06/2001, servente de obra, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Marciano de Oliveira e de Lucineia de Souza Santos; A pretendente: **PATRICIA ALESSANDRA DE SANTANA**, brasileira, solteira, nascida aos 14/11/1996, auxiliar de limpeza, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Jose Carlos Ferreira de Santana e de Josefa Alexandra da Silva.

O pretendente: **LUIZ GUSTAVO CAVALCANTE AGUIAR**, brasileiro, solteiro, nascido aos 30/11/1995, esteticista de animais domésticos, natural de Arujá - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Alirio Ferreira da Silva Aguiar e de Rosana Cavalcante dos Santos Aguiar; A pretendente: **PAMELA DA SILVA SANTOS**, brasileira, solteira, nascida aos 05/02/1999, operadora de caixa, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Carlos Ramos dos Santos e de Vera Lucia da Silva Santos.

O pretendente: **LUCIANO JUAREZ DA SILVA**, brasileiro, divorciado, nascido aos 21/02/1976, vigilante, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Efigenio Juarez da Silva e de Julia Maria da Silva; A pretendente: **ANEIR PEREIRA DA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 02/02/1977, gerente de loja, natural de São Miguel do Anta - MG, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Pedro Spondola da Silva e de Cleuza Pereira da Silva.

O pretendente: **LEONARDO CHRISTIAN FAGUNDES SOUSA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 22/11/1999, jornalista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Erivaldo Silva Sousa e de Shirlei Fagundes Carvalho Sousa; A pretendente: **EMANUELLY BITTENCOURT FAGUNDES**, brasileira, solteira, nascida aos 26/02/2003, professora, natural de Niterói - RJ, residente e domiciliada em São Paulo - RJ, filha de Ezequiel Fagundes da Silva e de Cristiane Pereira Bittencourt Fagundes.

O pretendente: **ÊNIO SANTOS DE JESUS**, brasileiro, divorciado, nascido aos 23/07/1983, motorista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Elias Pedro de Jesus e de Maria Vanda Santos de Jesus; A pretendente: **REBEKA PINTO DE OLIVEIRA**, brasileira, divorciada, nascida aos 18/09/1999, babá, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Nivaldo Alves de Oliveira e de Maria Eliete Pinto de Oliveira.

O pretendente: **NICK RALPH PEREIRA PROTENCIO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 16/04/1989, executivo de vendas, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Adilson Protencio e de Ana Neres Pereira; A pretendente: **KELLY APARECIDA DOS SANTOS**, brasileira, solteira, nascida aos 15/03/1995, recepcionista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Jose Gonçalves dos Santos e de Ana Lucia Paulo dos Santos.

O pretendente: **FILIPE RAMOS DO AMARAL**, brasileiro, solteiro, nascido aos 09/07/2001, artista 3D, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Erivaldo Batista Ramos e de Geiza Maria Rodrigues do Amaral Ramos; A pretendente: **DEBORA KELLEN CAVALCANTE SANTOS**, brasileira, solteira, nascida aos 12/04/2001, estagiária de direito, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Robson da Silva Santos e de Carmen Lucia Moreira Cavalcante Santos.

O pretendente: **JOÃO BATISTA PINHEIRO SANTOS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 23/06/1968, aposentado, natural de Itapê - BA, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Jonas Conrado dos Santos e de Rosa Pinheiro da Silva; A pretendente: **ELIANE DE ANDRADE**, brasileira, solteira, nascida aos 16/08/1971, orientadora social, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Antonio Agripino de Andrade e de Diva Rodrigues de Andrade.

O pretendente: **RICARDO MENDES**, brasileiro, divorciado, nascido aos 05/09/1963, manobrista, natural de Teófilo Otoni - MG, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Fernando Mendes de Oliveira e de Maria Trindade de Oliveira; A pretendente: **LOURDES TADEU JORGE**, brasileira, solteira, nascida aos 16/08/1982, diarista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Yolanda Tadeu Jorge.

O pretendente: **MICHEL DE SOUZA COSTA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 29/06/1997, auxiliar de serviços de alimentação, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Luiz Antonio Costa e de Amelia Ramos de Souza Costa; A pretendente: **BRUNA VIEIRA DE SOUZA SANTOS**, brasileira, solteira, nascida aos 12/03/1998, mensageira, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Saturnino Barbosa dos Santos e de Sonia Vieira de Souza.

O pretendente: **ANDSON CICERO DE SOUZA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 28/08/2000, atleta profissional, natural de Manari - PE, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Cicero Jose de Souza e de Valdinete Creuza da Silva Souza; A pretendente: **KAUANE CAROLINE FARIAS DOS ANJOS**, brasileira, solteira, nascida aos 06/01/2000, dentista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Donevaldo Fernandes dos Anjos e de Adelina Antunes Farias dos Anjos.

O pretendente: **FRANCISCO MARCOS NOBRE DE SOUSA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 25/04/1997, garçom, natural de Ipu - CE, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Enoque Nobre Matos e de Antonia Valneide de Sousa Matos; A pretendente: **PATRICIA NENES DA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 07/12/1996, balconista, natural de Arcoverde - PE, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Manoel Messias Nenes da Silva e de Marilene Marta da Silva.

O pretendente: **JOÃO AUGUSTO LACERDA PEREIRA DA SILVA**, brasileiro, divorciado, nascido aos 20/04/1993, estatístico, natural de Rio de Janeiro - RJ, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Nilo Pinto da Silva Filho e de Eveline Ribas Lacerda Pereira da Silva; A pretendente: **BIANCA CARDOSO DE MACÊDO PALMEIRA**, brasileira, solteira, nascida aos 30/12/1993, nutricionista, natural de João Pessoa - PB, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Ari Palmeira Barbosa e de Karla Mazda Cardoso de Macêdo Barbosa.

O pretendente: **LUIS HENRIQUE CORREA NASCIMENTO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 17/06/1999, técnico de refrigeração, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Wagner Clementino Nascimento e de Priscila de Freitas Correa; A pretendente: **KAUANNE COIMBRA MESSIAS DE FREITAS**, brasileira, solteira, nascida aos 03/06/1999, analista de recursos humanos, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Odair Cirlei de Freitas e de Daniela Coimbra Messias.

O pretendente: **ROBSON SILVA DE OLIVEIRA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 04/09/1978, auxiliar de serviços gerais, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Raymundo Santos de Oliveira e de Maria de Lourdes da Silva Oliveira; A pretendente: **VANIA ROSA DIAS**, brasileira, divorciada, nascida aos 19/07/1980, recepcionista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Laurindo dos Santos Dias e de Helena Rosa Dias.

O pretendente: **MATEUS SILVA DE LIMA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 22/05/1998, vendedor interno, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Edinaldo Lopes de Lima e de Luciana Marcolino Silva Lima; A pretendente: **BRUNA STOPIELLO DE OLIVEIRA**, brasileira, solteira, nascida aos 27/09/1996, supervisora de vendas, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Francisco Amaid de Oliveira e de Herlaine Stopiello.

O pretendente: **WALTER DIAS RODRIGUES CARIRI**, brasileiro, solteiro, nascido aos 25/03/1989, vigilante, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Antonio Rodrigues Cariri e de Jaci Dias da Cruz; A pretendente: **JAILA FIEL FREIRES**, brasileira, solteira, nascida aos 20/03/1993, confeiteira, natural de Surubim - PE, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de José Amaro Freires e de Josefa Hermenegilda Fiel.

O pretendente: **RODRIGO MIGUEL DA SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 29/03/1976, motorista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Elizabete Maria da Silva; A pretendente: **LUCIANA CORREIA DE AMORIM**, brasileira, solteira, nascida aos 10/05/1975, educadora física, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Antonio Correia de Amorim e de Sebastiana Gomes da Silva.

O pretendente: **PABLO PINHEIRO DA COSTA MARTINS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 20/08/1991, engenheiro de produção, natural de Três Rios - RJ, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Odacir Martins e de Janita Maria Pinheiro da Costa Martins; A pretendente: **KARINE MÜLLER BATISTELI BARROS**, brasileira, solteira, nascida aos 25/04/1991, advogada, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Roberto Daniel Fernandes Barros e de Dolores Müller Batisteli.

O pretendente: **GEOVANE BOMFIM SANTOS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 12/12/2003, mecânico, natural de Taboão da Serra - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Jorge Bomfim dos Santos e de Marciane da Silva Santos; A pretendente: **BRUNA NOGUEIRA PIRES DA COSTA**, brasileira, solteira, nascida aos 15/05/2008, do lar, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Vicente de Paulo Pires da Costa e de Francisca Nogueira Pires.

O pretendente: **WILLIAM ARRUDA SANTOS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 09/04/1989, motorista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Jose Aroldo dos Santos e de Leonice Maria de Arruda; A pretendente: **PALOMA APARECIDA DOS SANTOS DEOLINDO**, brasileira, solteira, nascida aos 09/10/1994, assistente administrativa, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Romildo dos Santos Deolindo e de Rita de Cássia dos Santos Deolindo.

O pretendente: **NELSON FRANCISCO SOUZA SANTOS**, brasileiro, divorciado, nascido aos 01/02/1990, operador de máquina, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Nauberto Francisco dos Santos e de Neomia Pereira da Silva; A pretendente: **ADRIANA RODRIGUES VIEIRA**, brasileira, solteira, nascida aos 22/07/1978, técnica de enfermagem, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Deilson Vieira e de Iranete Rodrigues Vieira.

O pretendente: **FELIPE GOMES SILVA**, brasileiro, divorciado, nascido aos 18/11/1992, alpinista, natural de Carai - MG, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Simildes Gomes Silva; A pretendente: **VANESSA STEINBACH**, brasileira, divorciada, nascida aos 04/12/1980, técnica de enfermagem, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Kurt Steinbach Junior e de Maria Aparecida Steinbach.

O pretendente: **LUCIANO DE OLIVEIRA REIST**, brasileiro, divorciado, nascido aos 19/02/1981, BPC, natural de Paracambi - RJ, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Vanderlei Pessoa Reist e de Jucliene de Oliveira Reist; A pretendente: **JOVENTINA CONCEIÇÃO MEIRA**, brasileira, divorciada, nascida aos 14/01/1971, atendente, natural de Aracaju - SE, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Florival Dias de Meira e de Dalvínia Maria Conceição Meira.

O pretendente: **GUSTAVO DE LIMA MACHADO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 01/07/2001, estagiário de informatização, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Claudio Rodrigues Machado e de Rosângela de Lima Machado; A pretendente: **BEATRIZ VALENTINA CORREIA BARRETO**, brasileira, solteira, nascida aos 19/03/2002, assistente administrativa, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Rivaldo Barreto Rodrigues dos Santos e de Viviane Correia da Silva.

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

### CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS 15º Subdistrito - Bom Retiro Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - 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: **VINICIUS DOS SANTOS SILVA**, nascido em Barueri, SP, no dia (27/07/1993), profissão alfaiate, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Ocimar Rodrigues da Silva e de Rosana Benigno Bispo dos Santos Silva. A pretendente: **MAYRA CAROLINE PEREIRA DA SILVA**, nascida nesta Capital, Butantã, SP, no dia (14/10/1992), profissão costureira, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Antonio Floriano da Silva e de Maria Helena Pereira de Oliveira.

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



Carol Olival (\*)

# Economia da Criatividade

## #FullSailBrazilCommunity

### Como o Marketing Digital está transformando a captação de alunos nas instituições de ensino

Nos últimos anos, o marketing digital tem revolucionado a forma como as instituições de ensino atraem e engajam novos alunos. Estratégias inovadoras, baseadas em dados, possibilitam uma abordagem mais eficaz e personalizada, otimizando a captação de estudantes desde a educação infantil até o ensino superior. No entanto, para que essas táticas sejam bem-sucedidas, é essencial que as instituições adaptem suas campanhas aos diferentes públicos e necessidades de cada etapa educacional.

#### Estratégias de marketing digital eficazes para atrair diferentes públicos

O primeiro passo para uma estratégia de marketing digital bem-sucedida na captação de alunos é entender que cada etapa educacional exige uma abordagem distinta. Por exemplo, campanhas voltadas para a educação infantil devem focar nos pais, que são os principais tomadores de decisão. Aqui, é importante transmitir confiança e segurança, destacando a proposta pedagógica da escola e o ambiente acolhedor. Já no ensino fundamental e médio, a comunicação deve ser direcionada tanto para pais quanto para alunos, com ênfase em diferenciais como ensino bilíngue, tecnologia em sala de aula e atividades extracurriculares. Por fim, para as faculdades, o foco é diretamente no aluno, especialmente em questões como empregabilidade, cursos inovadores e oportunidades de intercâmbio.

Uma estratégia eficaz também requer personalização. O marketing digital oferece uma vasta gama de ferramentas que permitem segmentar e criar conteúdos específicos para cada público, garantindo que as mensagens sejam adaptadas à jornada de decisão de cada tipo de estudante. Essa personalização não só atrai mais alunos, como também melhora a qualidade dos leads gerados, potencializando a taxa de conversão.

#### Uso de redes sociais, campanhas pagas, e-mail marketing e automação

No ambiente digital, as redes sociais desempenham um papel fundamental na captação de alunos. Plataformas como Instagram, TikTok e Facebook são essenciais para engajar o público jovem, enquanto o LinkedIn pode

ser mais eficaz para alcançar alunos de ensino superior e pós-graduação. Essas plataformas não só permitem a disseminação de conteúdo relevante, como também facilitam a interação direta com potenciais alunos, criando um relacionamento mais próximo e confiável.

Além das redes sociais, as campanhas pagas, como anúncios no Google Ads e nas próprias plataformas sociais, são ferramentas poderosas para alcançar o público certo no momento certo. Ao utilizar dados e inteligência artificial, é possível criar anúncios altamente segmentados, garantindo que sua instituição de ensino apareça para as pessoas que estão ativamente buscando por cursos ou escolas. Isso maximiza o retorno sobre o investimento (ROI) das campanhas e otimiza a captação de leads.

O e-mail marketing e a automação também desempenham um papel crucial nesse processo. Através de e-mails segmentados e automatizados, as instituições podem manter um relacionamento contínuo com potenciais alunos, nutrindo-os ao longo do tempo com conteúdo relevante e personalizado. Ferramentas de automação ajudam a coordenar essas interações, garantindo que nenhum lead seja esquecido e que o processo de captação se torne mais eficiente e escalável.

#### O papel do marketing de conteúdo na estratégia

O marketing de conteúdo é uma das estratégias mais eficazes no marketing digital para o setor educacional. Criar conteúdo relevante e de valor não só atrai novos alunos, como também os educa e os engaja, levando-os a considerar a instituição como uma autoridade em educação. Para a educação infantil e fundamental, esse conteúdo pode vir na forma de blogs que abordem temas como pedagogia, dicas para pais ou os benefícios de uma educação integral. Já para o ensino médio e superior, artigos sobre carreiras, guias de cursos e depoimentos de ex-alunos podem ser valiosos para os alunos em processo de tomada de decisão.

Além disso, vídeos institucionais, webinars e podcasts são excelentes formas de aumentar o engajamento, especialmente com o público mais jovem, que consome cada vez mais conteúdo multimídia. O marketing de conteúdo é uma estratégia de longo prazo que, quando bem executada, constrói confiança e cria uma conexão emocional com os potenciais alunos, aumentando as chances de conversão.

#### A importância da comunicação interna e do treinamento da equipe

Para que todas essas estratégias de marketing digital sejam bem-sucedidas, é essencial que haja uma comunicação interna eficaz dentro da instituição. O time de marketing, o corpo docente e a equipe de atendimento devem estar alinhados em relação às campanhas em andamento, à proposta pedagógica e à missão da instituição. Esse alinhamento garante que todos os colaboradores estejam comunicando uma mesma mensagem, o que fortalece a imagem da instituição e gera confiança nos pais e alunos.

O treinamento da equipe também é fundamental. Todos os colaboradores que interagem com potenciais alunos, seja nas redes sociais ou em visitas presenciais, devem estar preparados para representar a instituição de forma coesa e eficaz. Isso inclui entender os diferenciais da escola, a abordagem pedagógica e os principais argumentos de venda. Quando a equipe está bem treinada e alinhada com as estratégias de marketing, a instituição consegue oferecer uma experiência mais fluida e consistente para os leads.

O marketing digital trouxe uma revolução para o setor educacional, permitindo que as instituições captem novos alunos de forma mais eficiente, personalizada e mensurável. Ao utilizar estratégias bem estruturadas de redes sociais, campanhas pagas, e-mail marketing, automação e marketing de conteúdo, as escolas podem não apenas aumentar sua visibilidade, mas também criar uma conexão mais profunda com seu público-alvo. No entanto, para que essas estratégias funcionem plenamente, é essencial que a equipe esteja bem treinada e que a comunicação interna seja consistente com a imagem e a proposta pedagógica da instituição. Dessa forma, o marketing digital se torna uma ferramenta poderosa para transformar a captação de alunos e fortalecer o posicionamento da instituição no mercado.

(\*) - 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

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

AFINAL,  
O JORNAL É LEGAL.



## Ativos intangíveis predominam no legado das empresas familiares

A incorporação do legado atingiu um índice de 79% nos negócios familiares das empresas brasileiras, dividido em quatro principais componentes: biológico (23%), social (23%), material (16%), e de identidade (15%). Os dois primeiros subitens são ativos intangíveis, enquanto o terceiro é tangível.

Além disso, também é elevada a pontuação (76%) das organizações que incorporam o empreendedorismo transgeracional em suas operações, divididas em: relacionamentos familiares (26%), empreendedorismo familiar (26%) e futuras gerações (24%).

Essas são algumas das conclusões da pesquisa "Desvendando o legado das empresas familiares: o equilíbrio entre tradição e inovação para o sucesso duradouro", conduzida com 51 líderes de empresas familiares no Brasil. Ficou evidente também que o legado de uma empresa familiar

é fonte de identidade e inspiração, mas também pode ser um obstáculo quando está tão enraizado na tradição que impede a inovação. A publicação do STEP Project Global Consortium e da KPMG Private Enterprise analisa prós e contras do legado em empresas familiares e o impacto que ele pode ter no desempenho empresarial.

O conteúdo revelou ainda o grau de maturidade em sustentabilidade das empresas (79%), direcionado para quatro elementos: meio ambiente (26%), funcionários (21%), fornecedores (19%) e comunidade (12%).

Uma série de perguntas também foi feita aos respondentes para determinar a percepção sobre o desempenho geral dos negócios, com índice de 77% considerando sete características: crescimento, participação de mercado, funcionários, rentabilidade, retorno sobre o patrimônio líquido, retorno sobre ativos e margem de lucro.

Entre outros insights, a pesquisa destacou também a importância do legado das empresas familiares para moldar a visão de futuro e as decisões estratégicas, impulsionando o desempenho empresarial sustentável e o empreendedorismo transgeracional.

"O legado de um negócio familiar é tão único quanto a própria família. Para alguns, é uma forma de honrar a herança da empresa, preservar suas tradições e proteger a reputação do negócio que, em muitos casos, leva o nome da família.

Para outros, o legado é importante para o sucesso futuro, com a resiliência, o espírito empreendedor e as conquistas das gerações anteriores constituindo uma base sólida. O legado de uma empresa familiar impacta diretamente no desempenho do negócio", afirma Carolina de Oliveira, sócia-líder de Private Enterprise da KPMG no Brasil e na América do Sul.



## Fidelização 4.0: programas de fidelidade dominam vendas online

Vinicius Fagundes (\*)

Nos últimos anos, tecnologias avançadas têm desempenhado um papel crucial na transformação do comércio eletrônico, especialmente no que diz respeito aos programas de fidelidade, que são essenciais para as marcas que buscam não apenas atrair novos clientes, mas também manter os consumidores existentes engajados e leais.

No Brasil, o impacto dessas tecnologias nas vendas online é particularmente notável. O mercado brasileiro de e-commerce tem crescido exponencialmente, e essas inovações têm sido aliadas indispensáveis nesse processo. As ferramentas tecnológicas analisam grandes volumes de dados para identificar padrões de comportamento do consumidor, permitindo que as marcas ofereçam recompensas e incentivos personalizados.

Isso não só melhora a experiência do usuário, mas também aumenta a probabilidade de compra e fidelização. Além disso, assistentes virtuais têm se tornado uma ferramenta cada vez mais comum nas plataformas de vendas online, que são capazes de interagir com os clientes em tempo real, respondendo a perguntas, oferecendo recomendações e solucionando problemas de forma eficiente.

Essa interação imediata é fundamental para manter os consumidores satisfeitos e engajados, contribuindo para o sucesso dos programas de fidelidade. O crescimento das vendas online é uma tendência global que não mostra sinais de desaceleração. Os programas de fidelidade oferecem às marcas a oportunidade de se destacarem em um mercado

competitivo.

Isso permite que as empresas compreendam melhor o comportamento de seus clientes, identifiquem suas preferências e adaptem suas estratégias de marketing de acordo. O resultado? Maior satisfação do cliente e, conseqüentemente, um aumento na retenção e lealdade.

**• Análise de dados: antecipando as necessidades do consumidor** - Outro aspecto importante das tecnologias avançadas nas vendas online é a capacidade de prever tendências e comportamentos futuros. Por meio da análise de dados, as marcas podem antecipar as necessidades dos consumidores e ajustar suas ofertas de fidelidade de maneira proativa. Essa abordagem não apenas melhora a experiência do cliente, mas também maximiza o retorno sobre o investimento para as empresas.

À medida que o e-commerce continua a evoluir, as tecnologias avançadas se tornarão ainda mais integradas aos programas de fidelidade, oferecendo novas oportunidades para personalização e engajamento. As marcas que adotarem essas ações para seus clientes estarão bem posicionadas para prosperar em um ambiente digital cada vez mais competitivo, onde a fidelidade do cliente é um dos principais indicadores de sucesso.

Ao permitir que as marcas ofereçam experiências de cliente mais personalizadas e eficientes com programas de fidelidade, essas inovações não apenas impulsionam as vendas, mas também fortalecem a relação entre consumidores e marcas, criando um ciclo virtuoso de crescimento e lealdade.

(\*) - É co-founder e CEO da BonifiQ (<https://www.bonifiq.com.br/>).

# Transformação digital e a nova face dos serviços financeiros

O setor de serviços financeiros tem se transformado rapidamente, impulsionado por questões como uma grande quantidade de clientes, novas tecnologias, aumento da competitividade e mudanças regulatórias

O crescimento contínuo do comércio virtual e os consumidores que utilizam cada vez mais seus dispositivos móveis, tornam o segmento extremamente relevante e na vanguarda da transformação digital no Brasil. O Índice Transformação Digital Brasil (ITDBr), da PwC em parceria com a Fundação Dom Cabral (FDC), mostra este avanço.

O ITDBr tem uma metodologia própria de análise do avanço das empresas no contexto da transformação digital e traz uma escala de 1 a 6, sendo o maior número para empresas com alto índice de transformação digital. No levantamento, o setor de serviços financeiros alcançou 4,1, enquanto a média de todos os 10 setores analisados ficou em 3,3.

Esse contexto é impulsionado por novos produtos que têm sido ofertados devido à demanda dos consumidores e do mercado, principalmente a partir da pandemia, que alavancou a busca por compras virtuais e outras transações cashless (em tradução livre, pagamento sem dinheiro - termo usado para designar paga-



mentos sem uso de cédulas ou cartão).

A implementação do Pix no Brasil se tornou um case de referência internacional dado seu sucesso e rápida adoção. O número de transações per capita cresceu de forma exponencial, alcançando patamares de países com plataformas de pagamento em tempo real (Real Time Payment - RTP) mais amadurecidas, como Reino Unido e Austrália, e que já estão há mais tempo no mercado.

Também acompanhamos, nos últimos anos, projetos como o Open Banking, que proporciona o compartilhamento de dados bancários, e o Open Finance, que amplia esse compartilhamento para

a movimentação e situação financeira, facilitando análises e ofertas de crédito, entre outros serviços, se tornarem realidade.

Todas essas inovações mostram que a experiência dos clientes através da entrega de produtos personalizados de acordo com o padrão de consumo de cada um, tem se tornado fundamental para o crescimento dos negócios. Por este motivo, inovações estão no cerne de investimentos e da tomada de decisão das lideranças do segmento.

Os bancos já são os maiores utilizadores de Inteligência Artificial, aplicada para, entre outras coisas, definir como realizar o escoamento de crédito para os seus

clientes. Soluções de Data & Analytics permitem reunir os dados estruturados e atualizados, provenientes de fontes externas, em um único sistema e aprofundar as análises de acordo com o que é relevante para cada empresa.

Assim, soluções em Data & Analytics, associadas a IA, tornam o sistema de concessão de crédito mais eficiente e inteligente. É fundamental, porém, que este tipo de inovação seja bem estruturada, com sistemas integrados e camadas de dados muito bem governadas para que as máquinas aprendam e tomem decisões assertivas, bem como obtendo uma eficiência operacional que permita um crescimento acelerado, competitivo e sustentável.

Portanto, a transformação digital no setor financeiro brasileiro é uma realidade incontestável. A evolução contínua desse setor dependerá da capacidade das instituições em adotar tecnologias emergentes de maneira integrada e estratégica, garantindo uma experiência cada vez mais eficiente e satisfatória para os clientes. - Fonte e mais informações em: ([www.amcom.com.br](http://www.amcom.com.br)).

## Atualização antecipada do valor de imóveis requer atenção

Sancionada recentemente pelo presidente da República, está em vigor a lei que prorrogou a desoneração da folha de empresas até o fim do ano, com medidas para compensar a perda de arrecadação.

O texto da Instrução Normativa RFB N° 2.222 envolveu setores diversos. Como a possibilidade (e não obrigação) de pessoas físicas e empresas atualizarem o valor dos imóveis, realizando o pagamento do Imposto de Renda sobre ganhos de capital.

Mas, como isso funciona na prática? Segundo a advogada especialista em Planejamento Patrimonial e Sucessório, Ana Carolina Tedoldi, há uma espécie de "cilada" embutida na Instrução Normativa. Isso porque, se depois de atualizado o valor do imóvel, se o mesmo for vendido dentro de 15 anos o Imposto de Renda sobre o ganho de capital será recolhido, levando-se em consideração um percentual redutor do mesmo, sem que o valor pago na atualização possa efetivamente ser abatido.

"Quando uma pessoa vende um imóvel, apura-se o ganho de capital (diferença entre o valor de aquisição e o de venda) e tributa-se o IR sobre esse ganho, de 15 a 22,5% quando pessoa física. Já para a pessoa jurídica o imóvel está no ativo imobilizado ou no investimento, havendo uma tributação de até 34% sobre esse ganho de capital (IRPJ e CSLL)", explica a advogada.

Segundo a especialista, a lei trouxe a possibilidade de atualizar o imóvel a valor de mercado na declaração, pagando 4% na pessoa física e 10% na pessoa jurídica (6% de IRPJ e 4% de CSLL). "Porém, se o bem for vendido nos próximos 3 anos, o valor pago de atualização não será de nenhuma maneira aproveitado pelo contribuinte; ou seja, recolheu 4% agora para atualizar e na venda futura terá que recolher mais 15 a 22,5% sobre o ganho de capital na pessoa física. Logo, a atualização de nada adiantou".



Ana acrescenta: "Se o imóvel for vendido depois de 3 até 15 anos da atualização, a lei prevê percentuais de redução do ganho de capital de maneira progressiva. Assim, não terá valido a pena, pois mesmo com os fatores de redução o benefício econômico não gera vantagem. O mesmo valor pago a título de atualização (4% ou 10%), investido numa aplicação financeira já renderia muito mais".

E mais: quem atualizar o valor agora, nos próximos 15 anos não poderá se valer das isenções de IR previstas na legislação, como na venda de um imóvel residencial e compra de um novo, dentro de 180 dias.

"O contribuinte precisa analisar se realmente faz sentido antecipar esse valor aos cofres públicos, não tendo qualquer retorno se vender nos próximos 3 anos, por exemplo", conclui a advogada, que preside a Comissão Nacional de Planejamento Patrimonial e Sucessório da Associação Brasileira de Advogados. Fonte e outras informações: (<https://anacarolinatedoldi.com.br/>).

## Os impactos sociais e econômicos da IA na análise de crédito

O aumento no número de inadimplentes, registrado em julho pelo Mapa da Inadimplência e Negociação de Dívidas do Serasa, traz à tona a importância de soluções tecnológicas na análise de crédito.

O relatório indica que 72,66 milhões de brasileiros estão em situação de inadimplência, um crescimento de 136 mil novos negativados no último mês, o que equivale a um aumento de 0,22% em relação ao período anterior. A maior parte dessa população é composta por indivíduos com idades entre 41 e 60 anos (35,1%), seguidos pelas faixas etárias de 26 a 40 anos (34,1%), acima de 60 anos (18,9%) e entre 18 e 25 anos (11,9%).

Em um cenário de inadimplência crescente, a aplicação de inteligência artificial (IA) na análise de crédito se apresenta como uma ferramenta poderosa para aumentar a precisão nas decisões e, ao mesmo tempo, promover a inclusão financeira. A tecnologia permite que instituições financeiras integrem múltiplas fontes de dados, oferecendo uma visão completa e detalhada dos solicitantes de crédito.

Isso não apenas agiliza e aprimora o processo decisório, mas também contribui para a redução do risco de inadimplência, ao mesmo tempo em que amplia o acesso ao crédito para uma parcela maior da população. "O impacto

positivo da IA na análise de crédito se reflete também na economia. Ao permitir que mais pessoas tenham acesso ao crédito, a tecnologia fomenta o crescimento econômico ao impulsionar o consumo e estimular novos negócios.

Além disso, a personalização das ofertas de crédito com base em análises detalhadas dos perfis dos consumidores aumenta a eficácia das operações financeiras, resultando em maior segurança e rentabilidade para as instituições", revela Adriano Romero, diretor da unidade de Digital na Evertec + Sinqia.

Além disso, o monitoramento contínuo das operações, possibilitado por ferramentas de

data intelligence, garante que as instituições financeiras possam acompanhar a evolução das análises e concessões, criando alertas e relatórios que retroalimentam o sistema com insights valiosos. Essa abordagem end-to-end promove maior governança e precisão nas auditorias, assegurando a saúde da carteira de crédito.

"Diante dos desafios atuais, a adoção de soluções baseadas em inteligência artificial na análise de crédito é uma estratégia crucial para promover a inclusão financeira e, conseqüentemente, impulsionar o crescimento econômico", finaliza Romero. - Fonte e mais informações, acesse ([www.sinqia.com.br](http://www.sinqia.com.br)).

## O sobe e desce do dinheiro

Benedicto Ismael Camargo Dutra (\*)

*Orgulhoso e arrogante, o ser humano colocou no alto a sua capacidade de raciocinar, deixando para trás a do intuitivo espiritual, também chamada de coração, e com isso o cérebro foi se fortalecendo e amordaçando o espírito*

Mundo áspero e caótico no qual vivemos é resultante disso. Nas decisões e ações dos homens, domina a frieza, falta a essência humana. No pós-guerra, fortaleceu-se o pensamento hedonista com base no dinheiro, e muitas coisas e valores morais passaram a ter preço.

A questão do dinheiro se tornou de suma importância no século 21 em face das decisões tomadas pelos BCs de ampliar a criação de dinheiro. Como preservar o poder aquisitivo? Como eliminar o imediatismo e introduzir orçamentos mais amplos, sem os desperdícios em gastos supérfluos e voltados para o desenvolvimento econômico e evolução da população?

Há muita discordância entre os especialistas sobre como preservar o valor do dinheiro, pois a sua movimentação na nuvem sempre gera instabilidade nos locais onde a gestão da finança pública não se pauta pela austeridade e seriedade. Falta ordenamento orçamentário mais longo, em vez da atuação ao sabor de interesses imediatistas que impedem o fortalecimento econômico da nação.

Muito dinheiro foi criado. Alguns itens essenciais começam a ficar escassos. Então o preço sobe. O dinheiro vale menos, os juros sobem, a renda desce. É notória a percepção desanimada sobre o futuro. Enquanto os Estados Unidos e Europa baixam a taxa de juros, o Brasil a aumenta. Tudo na economia está caótico. Quem ficou um tempo sem ir ao shopping center ou mercados vai ficar assustado com os preços atuais dos produtos de melhor qualidade.

Coisas baratas, em geral, são de baixa qualidade, chegando até o almoço pesado na balança. As apostas estão levando tudo. São consequências do subdesenvolvimento econômico e mental. Os espertos estão pelo mundo, com permissão das autoridades, o que representa mais uma forma de drenar o dinheiro para fora do país por empresas que operam

desembaraçadamente, sugando o pão das famílias nas apostas feitas por adultos e crianças.

O noticiário informa que o nível do desemprego caiu, que tudo vai bem, mas passando por lojas e restaurantes o que vemos é uma situação precária numa batalha contra os custos e na dificuldade para reajustar preços. Os governantes se habituaram a gastar sem disciplina. As crises do século 21 promoveram a fabricação de dinheiro em grande quantidade, dificultando o trabalho de preservar o seu poder de compra.

A produção de armamento está sugando muito dinheiro. O sistema se ressentido e a população passa a ter uma vida mais apertada. Enquanto a população não perceber que somos responsáveis pela nossa evolução e pelos rumos da nação, corremos o risco de tudo permanecer como está. Enquanto a manipulação com pão e circo for bem acolhida, acomodando a população, tudo vai ficando nas mãos dos mesmos e do mesmo jeito que perdura há séculos, mas as consequências não se fazem esperar.

Onde aprender a raciocinar com lucidez e refletir com clareza e de forma intuitiva? A natureza se rege por leis próprias que o homem tentou burlar, o que não é possível. É preciso compreender, se adaptar e ensinar o funcionamento dessas leis para as novas gerações que estão se tornando ignorantes. Os jovens devem ser preparados para se tornarem seres humanos de qualidade, benéficos a si mesmos e ao planeta. A natureza é a base para todo conhecimento.

A humanidade tem sido displicente, ainda não atentou seriamente para isso deixando o futuro cada vez mais ameaçado. Infelizmente, o homem ainda não acordou para reverter essa situação. Um exemplo é o da água, essa maravilhosa fonte de sustentação da vida no planeta Terra, que está seriamente ameaçada. Irresponsavelmente, foi permitida a destruição de mananciais e poluição de rios e mares.

Quando as leis da natureza não são respeitadas, logo chegam as terríveis consequências.

(\*) - Graduado pela FEA/USP, coordena os sites [www.vidaeaprendizado.com.br](http://www.vidaeaprendizado.com.br) e [www.library.com.br/home](http://www.library.com.br/home). E-mail: [bicdutra@library.com.br](mailto:bicdutra@library.com.br).

# Crescimento do e-commerce depende da confiança do consumidor

O consumidor faz uma compra online e não recebe o produto. Pronto! Acabou a confiança nessa modalidade de compra e ele vai fazer a propaganda negativa em sua rede de relacionamento

Ricardo Aranha (\*)

É por isso que a excelência no serviço e no atendimento são fatores fundamentais para o sucesso de qualquer modelo de negócio. Sem a credibilidade depositada pelos consumidores nas plataformas digitais, o sucesso do e-commerce seria muito difícil de atingir os níveis de hoje.

Os números do país mostram que essa confiança está em bom patamar. O crescimento surpreendente do comércio eletrônico vem sendo impulsionado por vários fatores, entre eles o aumento da conectividade e o acesso a smartphones. De acordo com informação da Anatel, o Brasil tem 260,1 milhões de telefones celulares ativos, o que corresponde a uma densidade de 1,19 aparelho por habitante. Desse total, 96% são smartphones que dão acesso a compras online.

O otimismo do setor de vendas online se reflete nos dados da ABComm, que estima o faturamento do e-commerce em R\$ 205,11 bilhões em 2024 – crescimento de 10% em relação ao ano anterior. A manutenção deste desempenho pode se basear em valores como transparência, autenticidade e segurança. E podemos afirmar que a precisão de informações transmitidas ao consumidor nas ofertas de produtos



marcinha20\_CANVA

é um forte fator de conquistar sua confiança.

Uma das ferramentas mais eficientes para que as empresas que se lançaram no comércio eletrônico ganhem a confiança do consumidor é a qualidade da informação. A numeração que acompanha o código de barras de produtos no mundo inteiro é uma das principais referências para toda a cadeia de suprimentos, desde que o fabricante cadastra um produto até a chegada dele na mão do consumidor.

O código GTIN (Global Trade Item Number) – um certificador de originalidade, procedência e autenticidade – transmite todas as informações que o fabricante grava em um banco de dados confiável mantido pela Associação Brasileira de Automação-GS1 Brasil. O que esse código teria a ver com a confiança do consumidor?

Ao adotar o GTIN, fabricantes, donos de mar-

ca e empreendedores do e-commerce garantem a satisfação do cliente com a precisão na identificação dos produtos e uma experiência de compra mais eficiente, desde a visualização da oferta no site até o recebimento na residência do consumidor. Para exemplificar a importância do GTIN, imaginemos uma pequena empresa online de artigos de artesanato.

Ao incorporar o GTIN em seus produtos, não apenas cumpre os requisitos para ingressar nas plataformas de venda como também ganha destaque nos resultados de busca online, ampliando a eficácia em marketing. Além de fortalecer a presença da empresa no e-commerce, essa estratégia demonstra a profissionalização da empresa na gestão dos seus produtos, o que transmite credibilidade aos canais de vendas e consumidores, sem contar que abre portas para novas oportunidades de vendas e crescimento.

A questão da confiança do público é atestada pela pesquisa “Tendências de consumidores”, realizada pela Associação Brasileira de Automação-GS1 Brasil. Ela revela que os consumidores estão cada vez mais atentos às informações dos produtos e usam o número do código de barras no processo de compra.

Para oito em cada dez consumidores, as informações dos produtos devem ser idênticas tanto na loja física quanto na online, sendo que cinco em cada dez consumidores utilizam o número do código de barras para se certificar de que estão visualizando o mesmo produto na loja física e online.

De quatro mil pessoas entrevistadas no Brasil para essa pesquisa, 39% afirmaram que gostariam de ter um aplicativo que permita a leitura do código de barras dos produtos e receberem informações daquilo que querem comprar em tempo real. São experiências inovadoras como essa, somadas a mecanismos de segurança nas compras, que elevam a reputação dos marketplaces e das marcas.

Quanto mais credibilidade o consumidor observar nas lojas online, maior será a frequência de compras.

(\*) - É coordenador de negócios da Associação Brasileira de Automação-GS1 Brasil (<https://gs1br.org/>).

## Ciclotimia: transtorno leva da euforia à tristeza em segundos

Ondas de tristeza e desânimo, alternadas com momentos de euforia, otimismo e pensamentos exagerados podem indicar o transtorno de ciclotimia.

Pouco conhecida, a ciclotimia é um tipo de transtorno de humor em que a pessoa passa por altos e baixos constantes, porém de forma menos intensa do que no transtorno bipolar. Lucas Benevides, psiquiatra e professor de Medicina do Centro Universitário de Brasília (CEUB), explica como o diagnóstico clínico e o tratamento adequado podem melhorar a qualidade de vida de quem convive com o transtorno.

Segundo o psiquiatra, quem tem ciclotimia vive fases de leve depressão e momentos de energia em alta (chamados de hipomania), sendo que essas mudanças de humor nunca são tão graves a ponto de serem classificadas como depressão profunda ou mania. “É como se fosse uma versão 'mais branda' do transtorno bipolar. Mesmo assim, pode ter um grande impacto na vida de quem passa por isso”, revela.

Ao suspeitar de ciclotimia, Lucas orienta observar se existem fases de hipomania. De acordo com o especialista, durante esses momentos de alta, a pessoa pode se sentir mais animada, cheia de energia, superconfiante e produtiva. Ela também pode dormir menos, ser mais sociável e agir de forma impulsiva. Já nos períodos de baixa, surge uma depressão leve, marcada por tristeza, desânimo, cansaço, baixa autoestima e perda de interesse em atividades que antes gostava.

De acordo com o professor, a ciclotimia pode ser desencadeada por situações de muito estresse e grandes mudanças na vida, como a perda de um ente querido, mudanças nos relacionamentos e abstinência do uso de substâncias como drogas e álcool. “Tudo isso pode criar um ambiente emocional instável e o cérebro pode ter dificuldade em regular o humor, resultando nas oscilações características da ciclotimia. Essas mudanças de humor acontecem ao longo do tempo e, muitas vezes,



sdominick\_CANVA

de forma imprevisível, podendo complicar a vida social e profissional.”

**• Diagnóstico e tratamento** - Para diagnosticar a ciclotimia, é necessário um exame clínico realizado por um psiquiatra, afirma Lucas Benevides. O docente do CEUB explica que o tratamento geralmente envolve uma combinação de psicoterapia e medicação, com foco em abordagens que ajudam o paciente a identificar e modificar padrões de pensamento e comportamento influenciados por oscilações intensas e impulsivas de humor.

“Em casos mais graves, podem ser prescritos estabilizadores de humor, como o lítio, além de antidepressivos e antipsicóticos, dependendo dos sintomas”.

A rede de apoio - sobretudo os familiares - também tem papel fundamental no auxílio a pacientes com ciclotimia, aprendendo sobre o transtorno para entender as mudanças de humor e lidar com elas de forma saudável.

“O apoio emocional e um ambiente doméstico estável são fundamentais. Além disso, os familiares podem ajudar a monitorar os sintomas, identificar gatilhos e incentivar o tratamento”, considera o especialista.



Elnur\_CANVA

OBSTÁCULOS

## EMPRESAS COM TAXA DE SOBREVIVÊNCIA MAIOR QUE TRÊS ANOS CRESCEM, MAS ENFRENTAM DESAFIOS CRÍTICOS DE GESTÃO

O relatório de Empreendedorismo do Sebrae de 2023 menciona que o número de empresas que sobrevivem por mais de três anos e meio aumentou de 13,5 milhões em 2020 para 14,9 milhões em 2023. No entanto, obstáculos como alta carga tributária, burocracia, falta de financiamento e capacitação gerencial continuam sendo desafios persistentes para empreendedores no Brasil.

Além disso, uma pesquisa realizada pela consultoria Ipsos, em 2020, revelou que 36% dos brasileiros se sentem sozinhos, uma porcentagem que pode ser ainda maior entre empresários e empreendedores.

Para o especialista e gestor de empresas Luiz Henrique Alves, fundador do Conselho Dinâmico, empresa especializada em apoio qualificado em gestão empresarial para pequenos e médios empresários, gerir uma empresa, mesmo que de pequeno porte, requer um conjunto de especialidades que muitas vezes o gestor não possui, embora tenha muita bagagem técnica e espírito empreendedor.

“A solidão à frente da gestão pode causar um impacto enorme na vida do empresário. Quando você se sente isolado, sua cabeça não funciona tão bem quanto deveria. Você começa a ficar mais estressado e ansioso. Isso pode atrapalhar a sua capacidade de tomar boas decisões.

Fica difícil pensar de maneira clara e estratégica se você não tem ninguém para dividir suas ideias e preocupações. A falta de uma rede de apoio pode fazer com que você tome decisões precipitadas ou, pelo contrário, evite tomar decisões, com medo de errar”, explica.

Para solucionar a questão, é possível contar com a visão de especialistas em áreas específicas, que podem contribuir para solucionar alguns dos principais desafios ranqueados pelo Conselho Dinâmico como os problemas principais identificados na gestão enfrentados de PMEs. Confira:

**1 Acesso a créditos e financiamentos** – Este é o desafio número um para empresas de pequeno e médio porte. Em geral, as PMEs frequentemente enfrentam dificuldades para obter empréstimos e linhas de crédito, muitas vezes devido à falta de garantias e ao histórico de crédito limitado.

Segundo o especialista, é preciso buscar alternativas para conectar a empresa com instituições financeiras e investidores que entendam as necessidades específicas das PMEs, como um conselho ou um consultor. Além disso, a ajuda externa pode contribuir com a preparação de um plano de negócios sólido, que melhore a credibilidade da empresa junto aos credores.



Mas, mesmo quando o crédito está disponível, as taxas de juros costumam ser altas, o que aumenta o custo do financiamento. Uma solução possível é usar a experiência financeira do apoio de um especialista, que pode oferecer alternativas de financiamento, como capital de risco, financiamentos coletivos (crowdfunding) ou parcerias estratégicas, a fim de conseguir melhores condições de crédito.

**2 Burocracia e Carga Tributária** – O sistema tributário brasileiro é complexo e oneroso, exigindo muito tempo e recursos para estar em conformidade. Especialistas em legislação e tributação podem orientar a empresa na navegação pelo sistema tributário complexo, assegurando conformidade e identificando oportunidades de otimização fiscal.

Procedimentos burocráticos complicados para abertura, manutenção e encerramento de empresas podem se tornar um grande obstáculo. Mas há especialistas que podem auxiliar a empresa a melhorar seus processos internos para lidar de forma mais eficiente com os procedimentos burocráticos necessários.

**3 Gestão e Capacitação** – Muitos proprietários de PMEs carecem de treinamento gerencial adequado e enfrentam dificuldades em áreas como gestão financeira, planejamento estratégico e marketing. Conselheiros experientes em gestão empresarial podem oferecer mentoring e treinamento contínuo para os gestores da empresa, ajudando-os a desenvolver habilidades críticas e estratégias eficazes.

**4 Qualificação da Mão de Obra** – A dificuldade de encontrar e reter funcionários qualificados é um problema recorrente. Profissionais especializados em gestão de pessoas podem orientar na criação de programas de desenvolvimento profissional internos e na formação de parcerias com instituições educacionais para a qualificação contínua dos funcionários.

**5 Adaptação Tecnológica** – Muitas PMEs têm dificuldade em se adaptar às novas tecnologias e inovar, o que pode reduzir sua competitividade. Consultores com experiência em tecnologia e inovação podem ajudar a identificar as soluções mais adequadas e implementar processos para a transformação digital da empresa. Outro ponto relacionado à inovação é a competição com grandes empresas e mercados globais, o que pode ser desafiador para PMEs que dispõem de menos recursos.

Um conselho profissional ou mesmo um especialista em inovação pode fornecer perspectivas sobre tendências de mercado e concorrência, ajudando a empresa a desenvolver estratégias de diferenciação e posicionamento competitivo.

**6 Marketing e Expansão de Mercado** – Pequenas e médias empresas muitas vezes têm dificuldade para tornar suas marcas conhecidas no mercado, competindo com grandes empresas que possuem orçamentos robustos de marketing. Especialistas em marketing podem ajudar a desenvolver uma estratégia robusta de comunicação e marketing, incluindo branding, marketing digital e relações públicas, para aumentar a visibilidade da marca.

Identificar e acessar novos mercados pode ser um grande desafio para as PMEs, tanto no âmbito nacional quanto internacional. Insights sobre estratégias de penetração de mercado e expansão geográfica são valiosos e podem auxiliar na pesquisa de novos mercados e na construção de parcerias estratégicas para facilitar a entrada.

“As decisões que o gestor toma sem conhecimento adequado ou sem suporte de uma equipe ou de um especialista podem levar a uma queda na produtividade e na inovação, porque ele não está compartilhando ideias e recebendo feedbacks que poderiam melhorar suas estratégias.

Sem contato frequente e significativo com outros líderes e empresários, você perde a oportunidade de aprender com suas experiências, de trocar melhores práticas. Tudo isso, junto, pode acabar prejudicando o desempenho geral da empresa”, explica Luiz Henrique Alves.

Para os casos em que o gestor não consegue avaliar por onde começar a buscar soluções, o especialista tem uma dica. “O gestor pode até mesmo buscar uma avaliação 360° da empresa, que possa lhe sugerir por onde começar.

Um olhar externo tende a ser mais prático e direcionado aos objetivos da empresa, deixando de lado a ligação emocional que naturalmente o fundador tem com o negócio ou com determinadas áreas internas. E esta consultoria não precisa ser onerosa, há soluções que giram em torno de R\$ 5 mil, com garantia de resultados”, sugere. - Fonte e mais informações: (<https://omelhorconselho.com.br/conselheiros/>).

