

JORNADA

O CONSUMIDOR NO CENTRO: ESTRATÉGIAS PARA MELHORAR A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

Leia na página 8

KPIs e OKRs: inimigos ou aliados?

Desde 2013, com um vídeo no YouTube onde o CEO da Google Ventures explica como o Google usava OKRs naquela época e, posteriormente, em 2018, com o livro do John Doerr, 'Avalie o que Importa', os OKRs se popularizaram no mundo e o que vemos desde então é uma confusão com a sopa de letrinhas das ferramentas de gestão, afinal: qual é a diferença entre KPIs – Key Performance Indicators (Indicadores Chave de Desempenho) e OKRs – Objectives and Key Results (Objetivos e Resultados Chaves)?

Vamos lá, os KPIs são métricas-chave que indicam o passado, são indicadores de retrovisor, que mostram como foi o andamento, a situação, a saúde dos processos e atividades diárias. A partir desses dados históricos, é possível tomar decisões sobre o que fazer adiante. Em geral, são indicadores de receita, satisfação do cliente, quantidades vendidas, custos, entre outros, além de não possuírem um prazo definido.

Já os OKRs são framework de definição de metas ambiciosas com uma estrutura própria com Objetivo e Resultados-chave, são um olhar para frente. Possuem um prazo, geralmente trimestral, além de ser recomendado usar as outras características de metas SMART. E ao invés de usar indicadores de retrovisor, é mais indicado usar indicadores de tendência nesses KRs. Portanto, claramente as duas ferramentas têm propósitos diferentes.

Lá em 2017, quando me vi no meio da maior implementação de OKRs das Américas, a analogia a seguir nos ajudou a discernir o melhor o papel de cada uma:



os KPIs são os indicadores no painel de um carro: combustível, óleo, entre outros. Enquanto os OKRs são o Waze. Você precisa saber se tem gasolina para chegar ao seu destino, e você pode errar a rota ao longo do caminho e recalculá-la para chegar ao seu objetivo.

Por outro lado, se os propósitos são diferentes, por que as pessoas confundem? O ponto é que, dentro do processo de gestão, em vários momentos, a aplicação dos conceitos das ferramentas se misturam. Os KPIs existem pela natureza da operação, do que a empresa faz e dos processos vigentes. Ambos possuem métricas e vemos um KPI sendo KR, bem como melhorar um KPI sendo um objetivo. São métricas e as pessoas querem melhorar a métrica.

No fundo, a confusão acontece mesmo quando não identificamos o melhor momento para usar um conceito ou outro. Por essa razão, é fundamental saber e conseguir aplicar as duas ferramentas simultaneamente, pois se complementam e vão melhorar a sua gestão de um todo. É como uma arte, existem diferentes formas de se aplicar um pincel, uma tinta e os dois são meios para se criar o produto final.

Nesse sentido, é preciso prestar bastante atenção na realidade da sua empresa de

forma geral e como a gestão está sendo conduzida, pois a partir de um indicador existente (um KPI), pode surgir uma meta de negócio (um OKR), mas nem todos os KPIs precisarão ser melhorados, inclusive, muitas vezes não teremos recursos financeiros, materiais e até humanos para melhorar vários ao mesmo tempo.

Diante deste cenário, é necessário aprender a priorizar, escolher onde apostar as fichas naquele determinado momento: estas fichas são OKRs. Ou seja, você precisa analisar os KPIs, que são os indicadores que já aconteceram, para conseguir traçar os OKRs, que ainda vão acontecer. E assim, tudo estará interligado e fazendo sentido, para que você cumpra suas metas, atinja os seus objetivos e conquiste os melhores resultados no final do ciclo.

Você não consegue resolver vários problemas ao mesmo tempo, você precisa entender quais problemas enfrenta para conseguir eventualmente aumentar sua receita. Apenas a partir disso, é possível definir seus OKRs, priorizar os problemas e à medida que avançar na direção de resolvê-los propriamente, então você escolhe outro, ajustando sua rota e indo cada vez mais de encontro ao seu objetivo.

(Pedro Signorelli é especialista em gestão, com ênfase em OKRs (<http://www.gestaopragmatica.com.br/>).

Negócios em Pauta



Volkswagen celebra 20 anos do maior Centro de Peças da América Latina

A Volkswagen do Brasil celebra os 20 anos de seu PAC (Parts and Accessories Center - Centro de Peças e Acessórios), localizado em Vinhedo (SP). Maior centro de distribuição de peças automotivas da América Latina, receberá parte dos investimentos de R\$ 16 bilhões anunciados pela montadora até 2028, sendo R\$ 13 bilhões somente no Estado de São Paulo. Parte do valor será destinado a automatizações e transformação digital no PAC de Vinhedo (foto) que opera com a mais alta tecnologia e inovação, com uma área de 132.000 m2 (equivalente a 18 campos de futebol). É responsável por abastecer as 472 concessionárias no Brasil, e exporta anualmente mais de 1.200 containers de 40 pés com peças destinadas a 22 países. [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI



Fenalaw, maior evento jurídico da América Latina, dedica edição de 2024 à IA

A Fenalaw 2024 chega à 21ª edição neste mês de outubro com uma programação robusta que coloca a Inteligência Artificial no centro das discussões do mundo jurídico. Nas oito salas de conteúdo diárias, o impacto da IA será amplamente debatido, começando pela plenária de abertura, que abordará "O Uso Ético e Responsável de IA pelo Poder Público e o seu Impacto no Mercado Jurídico". Com uma agenda robusta, repleta de palestras, painéis de discussão, workshops práticos e oportunidades de networking, a Fenalaw 2024 é um evento imperdível para todos os profissionais e empresas que buscam se manter na vanguarda do mundo jurídico (www.fenalaw.com.br). [Leia a coluna completa na página 2](#)

O presente e o futuro da arbitragem serão discutidos em Congresso, em São Paulo

O interesse de empresas pela cláusula de arbitragem em seus contratos vem ganhando mais espaço no mundo empresarial. O CAM-CCBC realizará o nos dias 14 e 15 de outubro o XI Congresso de Arbitragem, que ganha um significado especial por ser integrado à 17ª Conferência Bial do IFCAI (The International Federation of Commercial Arbitration Institutions), consolidando o Brasil como um centro para a resolução de disputas comerciais globais e projetando São Paulo como um polo para o debate sobre arbitragem internacional (<https://www.sympla.com.br/evento/xi-cam-ccbc-arbitration-congress-17th-ifcai-biennial-conference/2450483?lang=en&referrer=congressocamccbc.org.br>).

Como as IAs generativas estão transformando o relacionamento com o cliente

A Inteligência Artificial (IA) já não é uma novidade no atendimento ao cliente. [Leia a coluna completa na página 2](#)

A evolução da eficiência operacional no setor bancário brasileiro

Nos últimos anos, o setor bancário brasileiro tem enfrentado profundas transformações, impulsionadas por desafios econômicos, novas regulamentações e a digitalização acelerada. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Brasileiros tiveram prejuízo de R\$ 245 milhões em golpes digitais no primeiro semestre

A OLX, o maior marketplace de classificados de produtos usados do Brasil, identificou queda de 10,3% nos golpes digitais aplicados no primeiro semestre de 2024, em comparação com o mesmo período do ano anterior. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Seca e queimadas impactarão varejo e consumidor

O longo período de seca pelo qual passamos, além dos problemas ligados à saúde, pode provocar uma série de impactos negativos no setor varejista, principalmente devido à sua influência direta sobre a produção agrícola, abastecimento de água e energia. O sócio da consultoria RGF, Eric Derbyshire, formado em Engenharia de Transportes pela FEI, com pós em Administração de Empresas pela FGV, elenca os principais problemas que esse período de estiagem pode causar e aponta os motivos. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



OPINIÃO

O futuro da energia solar:
como a tecnologia transforma a
manutenção de parques solares

Gabriel Pavão (*)

A energia solar tem ganhado cada vez mais espaço nas discussões sobre sustentabilidade e inovação tecnológica.

Para se ter uma ideia, o Brasil é considerado um dos países com maior viabilidade dessa matriz energética, tendo em vista que seus níveis de incidência solar são superiores aos de nações que estão acima no ranking de capacidade instalada de geração solar fotovoltaica, como Índia, Alemanha e Japão, segundo dados da Irena (Agência Internacional de Energias Renováveis). Ainda assim, de acordo com a Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), a energia solar representa apenas 18,7% de toda a matriz elétrica brasileira.

Atualmente, existem 21.224 usinas fotovoltaicas instaladas no Brasil, com outras 2.641.323 de unidades de geração solar, conforme indicam dados da Aneel. Nesse contexto, a manutenção inteligente dos parques solares nacionais destaca-se como essencial para promover a eficiência e a sustentabilidade dessas instalações.

Tendo em vista esse cenário, é válido ressaltar que a tecnologia desempenha um papel decisivo nesse processo, ao integrar a digitalização com práticas de campo para otimizar a operação, garantir uma gestão eficiente dos ativos e maximizar o potencial dessa energia renovável.

A importância da manutenção de ativos no setor

A manutenção de ativos é fundamental para garantir a operação eficiente de um parque solar, com enfoque no ciclo de vida das placas solares. Nesse sentido, realizar a manutenção no momento certo é essencial para manter essa eficiência.

Um exemplo são os inversores de frequência, que podem falhar e comprometer o desempenho do sistema. Além disso, a limpeza regular das placas solares é crucial, já que a sujeira pode reduzir significativamente a captação de luz solar. Desta forma, alinhar esses gatilhos de manutenção é indispensável para assegurar o funcionamento ideal de um parque solar.

Outro ponto relevante quando se fala sobre manutenção em parques solares, trata-se da confiabilidade dos equipamentos. Dois indicadores essenciais para garantir isto são o MTBF (Mean Time Between Failures) e o MTTR (Mean Time to Repair), ou seja, o tempo médio entre falhas e o tempo médio de reparo.

Monitorar esses KPIs de forma consistente é fundamental, pois ao controlar o tempo de falha e o tempo de reparo, é possível assegurar que o circuito terá menos interrupções e maior continuidade operacional.

Boas práticas para a manutenção de parques solares

Uma das melhores práticas para a manutenção de parques solares começa com o mapeamento completo de todos os equipamentos. Muitas vezes, após a instalação, detalhes como a localização exata dos dispositivos, a data de compra ou de troca são negligenciados.

Essas informações são relevantes desde o início da operação de uma planta, ou até mesmo na fase de planejamento do projeto. Desta forma, é preciso que o programa de manutenção seja incluído sempre antes no projeto de construção e instalação. Assim, os especialistas responsáveis pela montagem dos

parques solares conseguem integrar o plano de manutenção no escopo do projeto desde o início, garantindo uma gestão mais eficiente ao longo da vida útil do parque.

Os desafios

Um dos principais desafios enfrentados pelos parques solares é sua localização, frequentemente em áreas remotas e de difícil acesso, o que torna as inspeções complexas ou até inviáveis. No entanto, já existem no mercado softwares de manutenção que funcionam de forma offline, permitindo que os profissionais salvem os dados coletados no local e, posteriormente, ao se conectarem a uma rede de internet, sincronizem essas informações, solucionando o problema.

A introdução de drones e termografia também tem revolucionado o setor de energia solar, facilitando a identificação de problemas sem a necessidade de deslocamentos frequentes de técnicos até as áreas remotas.

Esse avanço tecnológico está promovendo uma mudança no perfil dos profissionais, exigindo novas habilidades e a entrada de técnicos especializados. Não se trata mais apenas do técnico responsável pela manutenção básica e limpeza, mas sim de profissionais capacitados para operar drones, robôs e outros equipamentos específicos.

A IA no setor solar

Já existem soluções de Inteligência Artificial (IA) no mercado capazes de prever falhas em equipamentos como inversores de frequência e motores. A aplicação da IA vai além da manutenção de equipamentos, abrangendo também a identificação do posicionamento ideal das placas solares, com base em cálculos de onde o sol incidirá de forma mais eficiente.

Além disso, a IA pode prever condições ambientais, como tempestades ou períodos de sol intenso, influenciando diretamente o desempenho de um parque solar. Desta forma, a tecnologia permite que as placas sejam controladas remotamente, ajustando-as conforme as condições climáticas. Essa inovação não só aumenta a eficiência operacional, como também melhora a visibilidade e a mitigação de riscos climáticos, sendo uma tendência que continuará a evoluir nos próximos anos.

Investir em tecnologia é o caminho

É fundamental enfatizar a importância da manutenção nos parques solares para garantir que a operação funcione a 100% da capacidade e com o menor custo. Nesse sentido, investir em manutenção ou implementar um software de gestão de ativos não deve ser visto como uma despesa, mas sim como um investimento de longo prazo.

Além disso, é importante que o setor comece a levar em consideração fatores de impacto ambiental, como a reciclagem de equipamentos desgastados, tendo em vista que, em alguns anos, haverá placas solares que se tornarão obsoletas.

Esse controle eficiente dos ativos, facilitado por um software de gestão da manutenção, também ajuda a monitorar o ciclo de vida do equipamento, desde a compra até o descarte, promovendo uma abordagem mais sustentável e economicamente viável para o futuro.

(*) Co-founder e Head of Partnerships da Fractal Brasil, startup que está revolucionando a manutenção e a gestão de ativos por meio de tecnologia de ponta.

Starlink chega a quatro milhões de assinantes

A Starlink, provedora de serviços de internet via satélite, chegou a quatro milhões de clientes – o número de usuários certamente é maior, pois uma assinatura normalmente atende a um grupo de pessoas, como uma família, por exemplo.

Vivaldo José Breternitz (*)

É impressionante a velocidade com que a empresa vem crescendo; nos últimos quatro meses ganhou um milhão de novos clientes. Em outubro de 2020 lançou uma versão beta, em dezembro de 2022 chegou a 2 milhões e agora, menos de dois anos depois, chega aos quatro milhões.

Seus serviços são prestados através de uma constelação de quase seis mil satélites e estão disponíveis em cerca de cem países, inclusive no Brasil, sendo utilizados não apenas por pessoas físicas, mas também por grandes clientes corporativos, governos e forças armadas.

Os serviços devem gerar um faturamento de aproximadamente US\$ 6,6 bilhões neste ano, contra US\$ 1,4 bilhão apenas há dois anos.

Na atualidade, a Starlink praticamente não tem concorrentes, embora existam



Riddhima_Images_CANVA

diversas outras constelações em desenvolvimento, mas que ainda não começaram a vender seus serviços. O mais provável grande concorrente da Starlink será o projeto Kuiper, da Amazon, que deve entrar em operação brevemente, inclusive já tendo

anunciado que atenderá o Brasil a partir de meados de 2025.

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

Cashback: por que as estratégias de fidelização devem ir além dele?

O cashback, que em português significa “dinheiro de volta”, é uma estratégia que permite ao cliente recuperar parte do valor gasto em determinada loja online, geralmente como crédito para futuros pedidos. Sua principal função é incentivar a recompra e fortalecer a relação com o consumidor, oferecendo uma sensação de economia e motivando o retorno à plataforma para aproveitar seus créditos acumulados.

Segundo uma pesquisa de 2023, promovida pela IZIO&Co, plataforma de programas de fidelidade e ativação para o varejo, o cashback foi responsável por um aumento de 83,5% nos gastos em compras. Analisando o comportamento de 1,4 milhão de consumidores em 20 varejistas diferentes, houve um crescimento de 17,6% no ticket médio.

Ao longo do tempo, o cashback contribui para a criação de um ciclo de recompra, demonstrando que cada transação é valorizada pela empresa, que proporciona um benefício tangível para incentivar novos pedidos. No entanto, embora seja muito eficiente, é indispensável que as companhias não se limitem a ele, mas invistam em estratégias de fidelização diversificadas para manter o engajamento do público.

Principais erros — o que fazer?

Um erro comum é depender exclusivamente desse tipo de ação, o que pode fazer com que a pessoa valorize apenas o benefício financeiro, em detrimento da experiência completa. Para evitar isso, o dinheiro de volta deve ser visto como parte de uma estratégia mais ampla,



Cristian, Store, Fotografia_CANVA

que destaca a qualidade dos produtos e o valor agregado da marca. Outro ponto fundamental é a clareza das condições de uso. Quando mal-explicadas, as regras podem gerar frustrações e até afastar os compradores.

Uso de outras ferramentas

Aplicativos que oferecem promoções e descontos exclusivos para usuários cadastrados, além de conteúdos personalizados, proporcionam uma experiência mais direta e acessível, mantendo o público sempre atualizado sobre as melhores ofertas. Outra estratégia interessante é a automação de marketing, como o envio de e-mails e mensagens segmentadas com base no comportamento de compra, o que ajuda a manter a marca presente no dia a dia dos consumidores e reforçar a conexão com eles. A combinação de diferentes soluções é a abordagem mais eficaz. Por exemplo, após uma compra, o cliente pode receber sugestões de produtos relacionados ou descontos, incentivando o uso estratégico de seus créditos.

Atenção à personalização

Um cuidado fundamental ao implementar ferramentas de fidelização é garantir a personalização equilibrada, sem ser invasiva, sempre priorizando a experiência do usuário e respeitando sua privacidade de dados. A comunicação deve ser transparente e clara para evitar possíveis confusões ou frustrações. Além disso, é essencial monitorar o impacto dessas estratégias, evitando a dependência excessiva de promoções financeiras.

É preciso lembrar que a verdadeira fidelização vai além do uso de ferramentas específicas. O sucesso reside na combinação equilibrada de benefícios financeiros, qualidade dos produtos e experiência oferecida aos clientes. Criar valor para o próprio público em cada etapa da jornada é o que garante que ele volte, não apenas pelas recompensas, mas pela confiança na marca e pela satisfação proporcionada.

(Fonte: Shalisa Boso é diretora administrativa da Prohall Profissional, marca de produtos capilares voltados para cuidado pessoal e estética – e-mail: prohall@nbpress.com.br)

News @TI

Ultragaz participa do evento Liderança Verde Brasil Expo

Para celebrar a assinatura oficial da PL do Combustível do Futuro, o Ministério de Minas e Energia (MME) e o Governo Federal realizam a feira Liderança Verde Brasil Expo, em Brasília (DF), nesta terça-feira (8). A Ultragaz, empresa que atua com soluções em energia para negócios e domicílios de forma segura, eficiente e sustentável, é uma das participantes do evento, apresentando soluções para impulsionar

a transição energética na indústria e nos lares brasileiros. A companhia está protagonizando a interiorização do biometano no mercado nacional e foi pioneira no desenvolvimento e distribuição do bioGLP. A Ultragaz segue diversificando seu portfólio de soluções e trabalhando para acelerar a transição energética no setor privado brasileiro. Pensando nesse cenário, a companhia colabora de forma estreita com a indústria nacional, oferecendo alternativas que promovem a distribuição de energias mais limpas.

ricardosouza@netjen.com.br

Editorias

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

Prefeitos e vereadores terão desafio de combater fome no Brasil

No Brasil, existem 21,6 milhões de lares, espalhados pelos 5.571 municípios brasileiros, que enfrentavam algum grau de insegurança alimentar em 2023, segundo o IBGE

No caso de 7,4 milhões desses domicílios, as pessoas conviviam com um quadro moderado ou grave de insegurança, que consiste na redução da quantidade de alimentos consumidos ou na ruptura em seus padrões de alimentação.

Esse é um dos problemas que muitos prefeitos e vereadores eleitos neste ano terão que enfrentar em seus mandatos, que começarão em 1º de janeiro de 2025. Eduardo Lúcio dos Santos é fundador do Projeto União Solidária, uma das diversas ONGs que atendem a pessoas em situação de insegurança alimentar no país.



A prefeitura precisa estar adequada a todo o programa, para que possa oferecer alimentação saudável à população.

“Nós, que somos um simples projeto, conseguimos levar ajuda para tantas pessoas. Certamente com o município, com a má-

quina pública e, principalmente, querendo fazer, teríamos uma cidade mais humana, menos violenta e sem pessoas passando

fome”, afirma. Fundada pelo sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, a Ação da Cidadania é uma das ONGs que atuam no combate à fome mais conhecidas do país.

Para o diretor executivo da ONG, Kiko Afonso, o município é um dos entes mais envolvidos no combate à fome. “A prefeitura precisa estar adequada a todo o programa, para que possa oferecer alimentação saudável à população. Infelizmente não é o que a gente vê. Em muitos casos, tem escola pública oferecendo macarrão com salsicha, biscoito de água e sal”, destaca (ABR).

Chegou a São Paulo o segundo voo da Operação Cedro

O segundo voo da operação Raízes do Cedro aterrissou ontem (8), às 6h58, com 227 passageiros e três animais de estimação, na Base Aérea de São Paulo, em Guarulhos. São repatriados em fuga da guerra entre Israel e o grupo xiita Hezbollah, no Líbano. No domingo (6) foi feito o primeiro voo da operação, com 228 repatriados.

De acordo com o governo, aproximadamente 3 mil pessoas no Líbano solicitaram apoio do Brasil para deixar o país. A aeronave KC-30, que fez escala em Portugal para reabastecimento tanto na ida quanto na volta, também levou ao Líbano insumos de saúde doados pelo governo brasileiro. A Operação Raízes do Cedro, segundo o comando da Aeronáutica, terá caráter contínuo. A estimativa é que cerca de 20 mil brasileiros vivam no Líbano.

Na segunda-feira (7), fez um ano do ataque surpresa do grupo Hamas a israelenses nos territórios ocupados por Israel, na fronteira entre os dois países, dando origem ao conflito que desestabilizou ainda mais as frágeis relações entre as nações do Oriente Médio (ABR).

Quase 10 mil empresas brasileiras exportam para os Estados Unidos

Os Estados Unidos se consolidam como o principal destino de produtos industrializados brasileiros, com 9.553 empresas exportadoras em 2023, o maior número em 200 anos de relações entre os dois países. O estudo "Brasil-Estados Unidos: Um Comércio Exterior de Destaque", realizado pela Secretaria de Comércio Exterior do MDIC e a Amcham Brasil, revela que empresas que exportam para os EUA pagam melhores salários e empregam mais mulheres.

Em 2023, as exportações de manufaturas brasileiras para os EUA atingiram US\$ 29,9 bilhões, destacando-se como o principal mercado para produtos de alta tecnologia. Desde 2002, os Estados Unidos mantêm a liderança no ranking de países destino das exportações brasileiras em termos de número de empresas.

O único bloco econômico que supera os EUA nesse quesito é o Mercosul, devido ao livre-co-

mércio estabelecido na região, que conta com 11.253 empresas exportadoras. Outras regiões analisadas no estudo incluem a União Europeia, com 8.496 empresas brasileiras exportando para lá, e a China, com 2.847.

O crescimento das exportações para os EUA é um fenômeno observado em todas as regiões do Brasil nos últimos cinco anos (2019 a 2023). O Centro-Oeste lidera com uma taxa de crescimento de 40,4%, seguido pelo Sul (22,4%), Sudeste (22,1%), Nordeste (21,3%) e Norte (9,5%).

“Importante destacar que os EUA se mantêm como o maior mercado para produtos brasileiros de alta tecnologia”, afirma Tatiana Prazeres, secretária de Comércio Exterior do MDIC. Produtos como aeronaves, motores, equipamentos de telecomunicação, medicamentos e equipamentos médicos são os principais itens exportados nessa categoria (AI/Amcham).

O que devemos saber ao abrir um negócio?

Pedro Signorelli (*)

Existe uma parcela da população que acredita naquela história de que abrir um negócio é a forma mais fácil de ganhar dinheiro, pois vai ser seu e você será o dono, ou seja, você é seu próprio chefe e não tem que ficar aguentando outros lhe dizendo o que tem que fazer, poderá tomar as próprias decisões e fazer o que bem entender.

Em parte, isso é verdade, mas se não forem as decisões corretas, o seu projeto pode acabar mais rápido do que começou e você precisará arcar com todas as responsabilidades. Em tempos de desemprego, muitos ingressam neste mundo dos negócios não por opção ou vocação, mas por enxergarem nessa possibilidade o único caminho.

O relatório do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2019, resultado da parceria entre o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade e o Sebrae, mostra que 88,4% dos empreendedores iniciais afirmaram que abriram uma empresa para ganhar a vida porque os empregos são escassos.

Quando uma pessoa opta por esse caminho, é importante saber que gerir um negócio próprio não é a mesma coisa que ser empregado, tipo CLT, aliás, é bem diferente. Neste último caso, o colaborador é normalmente demandado a fazer coisas e tem sua renda garantida ao final do mês, enquanto que quem abre seu próprio negócio tem que “ir caçar o leão”, não pode esperar de braços cruzados alguém vir comprar seu produto ou contratar seus serviços.

Neste sentido, uma ferramenta que ajuda na gestão do negócio, são os OKRs - Objectives and Key Results (Objetivos e Resultados Chaves) -, pois incentivam o alinhamento constante, geram foco e clareza, e um

maior engajamento dos colaboradores. Todos esses são fatores cruciais para aumentar a probabilidade de atingir resultados extraordinários, não importa o porte da empresa ou segmento de atuação, e também para quem se aventura em um negócio próprio por necessidade.

E o que você deve considerar quando ingressa nesse mundo? Seguindo o que determinam os OKRs, vem o objetivo. Avalie as prioridades, trace os objetivos e planeje detalhadamente as ações necessárias para alcançá-los sem perder o foco. Mantenha em mente o propósito que deseja alcançar. Ajustes são sempre necessários e os OKRs, não só permitem que sejam feitos, como entendem que devem ocorrer periodicamente, como a cada três meses.

Por fim, e não menos importante, mantenha o engajamento dos colaboradores que você contratar para fazer parte do seu time, mesmo que isso seja feito a distância, como ocorre com frequência atualmente, diante dos modelos de trabalho híbrido e home office. É preciso que todos estejam alinhados com a estratégia da empresa e saibam exatamente o que precisam fazer para contribuir com os resultados do negócio.

Hoje em dia, a gestão por OKRs é cada vez mais uma opção acertada no gerenciamento dos negócios, seja pela natural rapidez com que as coisas mudam ou pelas tecnologias que abrem novas possibilidades constantemente e em todos os segmentos, o que impõe ajustes constantes nos planos de estratégia.

O fato é que abrir um negócio de fato pode até ser fácil, o difícil mesmo é mantê-lo vivo, saudável e funcionando bem.

(*) - É especialista em gestão com ênfase em OKRs (<http://www.gestaopragmatica.com.br/>).

A - Lixo Flutuante

A Secretaria de Meio Ambiente do Estado de São Paulo já gastou, desde o começo do ano passado até a última sexta (4), R\$ 114,6 milhões para retirar lixo flutuante do Rio Pinheiros, num total de 63,6 mil toneladas, ou 63,6 milhões de quilos. A coleta é realizada por meio do Programa IntegraTietê, com foco na recuperação do mais importante rio paulista e seus afluentes. Entre os detritos mais retirados estão garrafas pet, isopor (marmitas, por exemplo) e brinquedos (como bonecas). Objetos com volume maior também são vistos com frequência, como sofás e colchões.

B - Transição Energética

Nos próximos dias 16 e 17, no Pavilhão da Bienal no Parque do Ibirapuera acontece o Congresso SAE BRASIL 2024, um dos maiores e mais importantes eventos da América Latina sobre mobilidade. A programação inclui ainda o maior simpósio do mercado brasileiro para a Indústria do Hidrogênio. Os principais temas serão transição energética, descarbonização, mobilidade inteligente e inovações, além de apresentações e painéis de especialistas internacionais. Programação e mais informações: (<https://saebrasil.org.br/congresso/programa-oficial/>).

C - Plano Real

A exposição temporária “Os 30 anos do Plano Real de A a Z”, do Museu da Bolsa do Brasil, em São Paulo, terá a visitação prorrogada até o dia 14 de dezembro, devido ao sucesso de público. Inaugurada em 11 de julho, a mostra recebeu mais de 4.000 visitantes, que vão desde professores, alunos e público em geral que querem saber mais sobre a história do Plano Real. A exposição apresenta de maneira didática e acessível a trajetória desse importante período da história do país. Local: Edifício JB - Prédio das Moedas - Rua João Brícola, 59 - Centro. Entrada gratuita.

D - Talentos Criativos

Africa Creative, uma das agências de publicidade mais criativas do mundo, acaba de lançar um programa com o objetivo de conhecer talentos criativos de todo o Brasil - tanto profissionais já formados, quanto estudantes. O Africa Creative Tour é um programa que acontece de forma remota e cria um banco de talentos para profissionais de criação, das áreas de direção de arte, redação, motion, design, social e conteúdo. Os interessados devem submeter o portfólio e se inscrever para participar do banco de talentos por meio da plataforma online: (<https://africatour.trampos.co/>).

E - Transformando Vidas

O Centro Paula Souza (CPS) está celebrando 55 anos de atuação dedicada à transformação de vidas por meio da educação. Criada no dia 6 de outubro de 1969, para implantar os primeiros cursos superiores tecnológicos do país, a instituição consolidou-se como a maior rede estadual de Educação Profissional e Tecnológica gratuita da América Latina. Vinculado à Secretaria de Ciência, Tecnologia do Governo de São Paulo, atende 317 mil alunos, em 228 Escolas Técnicas (Etecs), 79 Faculdades de Tecnologia (Fatecs) estaduais e 468 classes descentralizadas, presentes em 345 municípios.

F - Prêmio de Design

Considerado um dos principais prêmios do Design brasileiro, o Prêmio Bornancini está com inscrições abertas e podem ser realizadas no site (<https://premiobornancini.com.br/>). A premiação bial destaca designers nas categorias: Branding, Design Gráfico, Design de Ambientes, Design de Embalagem, Design de Produto, Design Digital, Design de Moda, Design Estratégico ou de Serviço, Projeto Conceito, Impacto Positivo e Pesquisa em Design. São parceiras na realização do Prêmio as empresas Grafiset, Impresul, Solupack Embalagens, Ninho Design, Adamatti Art e Trashin.

G - Tecnologia em Conectores

A KRJ, líder no segmento de conexões para rede aérea de distribuição, participa, entre os próximos dias 16 e 18, do maior evento do Peru de relacionamento e negócios para empresas do setor elétrico, a Expo Internacional do Setor Elétrico Pecier-Fise, que será realizada no Centro de Exposiciones Jockey, em Lima, e terá um pavilhão do setor elétrico brasileiro, onde apresentará seu portfólio de conectores perfurantes para baixa e média tensão. Saiba mais: (<https://krj.com.br/>).

H - Planejamento Estratégico

A Auddas está oferecendo uma call diagnóstica gratuito de Planejamento Estratégico com um dos dez sócios especialistas da empresa, em comemoração ao Mês do Empreendedor. O objetivo é ajudar donos de negócios a estruturar o futuro e desenvolver um planejamento estratégico eficiente para 2025. Para acessar, basta acessar: (<https://encr.pw/uiGGu>) ou no site (www.auddas.com.br).

I - Brasil e África

Com a participação de cerca de 500 delegados, incluindo chefes de Estado e representantes de agências internacionais de desenvolvimento, o 12º Fórum Brasil África acontece nos próximos dias 14 e 15, no WTC Sheraton São Paulo. O evento, com o tema central “Investimento em Infraestrutura para o Desenvolvimento Sustentável no Brasil e na África”, é organizado pelo Instituto Brasil África e contará com a presença de diversas personalidades, entre as quais a de Mauro Vieira, ministro das Relações Exteriores. Mas informações: (<https://forumbrasilafrika.com/baf2024/brazil-africa-forum-2024/>).

J - Programa de Estágio

A CI&T, especialista em transformação tecnológica, acaba de anunciar a retomada do programa de estágio Next Gen AI Edition 2025. Ao todo, serão ofertadas 450 vagas nos formatos presencial e remoto para pessoas de todo o Brasil nas áreas de tecnologia/desenvolvimento de software. A experiência prática de trabalho tem início previsto para março de 2025. A companhia está buscando estudantes de cursos técnicos, tecnólogos, graduação e pós-graduação com previsão de conclusão dos estudos a partir de dezembro de 2025. Inscrições: (<https://ciandt.com.br/pt-br/carreiras/programa-de-estagio>).

A responsabilização das vítimas em esquemas de pirâmide financeira

Mayra Vieira Dias (*)

Recente decisão de um magistrado da Justiça de Santa Catarina causou revolta entre as milhares de vítimas de esquemas fraudulentos que assolam o país

A decisão negou o pedido de indenização de uma vítima de pirâmide financeira, sob o argumento de que sua conduta foi motivada pela busca de “ganhos fáceis”. E o pior, o juiz apontou dolo na conduta da própria vítima.

Contudo, essa justificativa carece de uma análise mais profunda sobre a natureza das fraudes financeiras e o papel das vítimas. É inegável que as promessas de lucros rápidos atraem muitos investidores, mas é crucial reconhecer que esses esquemas são planejados com sofisticação, explorando a vulnerabilidade e a confiança das pessoas.

Essas armadilhas manipulam os investidores com falsas promessas de segurança e altos rendimentos. Assim, comparar uma vítima de pirâmide financeira a um criminoso, ou sugerir dolo em sua conduta, ignora o caráter prejudicial dessas transações. As vítimas, em sua maioria, são pessoas comuns, sem conhecimento técnico sobre o mercado financeiro. Elas são seduzidas pela confiança depositada nos promotores de esquemas fraudulentos, que se apresentam como legítimos.

A complexidade dessas fraudes é tão significativa que, muitas vezes, até investidores experientes falham em identificar sinais de alerta antes que seja tarde. A pirâmide financeira é, por sua própria natureza, um esquema projetado para iludir e enganar. Os operadores desses esquemas são mestres da manipulação, utilizando estratégias psicológicas complexas e marketing agressivo, muitas vezes respaldados por figuras de autoridade ou influenciadores sociais, o que confere legitimidade às suas operações.

Quando essas promessas vêm de pessoas ou instituições aparentemente

respeitáveis, a barreira da desconfiança se reduz, tornando absurdo o argumento de que as vítimas agiram com dolo. Além disso, o avanço tecnológico dessas fraudes evoluiu significativamente. Muitas pirâmides financeiras, agora, mascaram suas operações como investimentos sofisticados, usando termos financeiros complexos ou promessas de retorno ligadas a criptomoedas, marketing digital, ou outros setores em ascensão.

Esse novo perfil atrai até mesmo pessoas que buscam proteger suas economias, e não necessariamente “ganhos fáceis”. Na verdade, essas vítimas acreditam estar participando de um modelo de negócio inovador e legítimo. Culpas as vítimas por sua intenção de investir ou diversificar suas fontes de renda não apenas desafia a lógica, mas também mina a confiança nos sistemas financeiros e na justiça brasileira.

O papel do sistema judicial deve ser o de proteger essas vítimas, punir os infratores e garantir a reparação adequada pelos danos sofridos. Isso é fundamental para restaurar a confiança nas instituições e promover um ambiente mais seguro e transparente para os investidores. Somente assim será possível alcançar uma justiça plena e eficaz, que não apenas pune os culpados, mas também resgata a dignidade das vítimas.

Portanto, responsabilizar as vítimas de esquemas de pirâmide por sua própria ruína é um erro que desconsidera a natureza enganosa e complexa dessas fraudes. Ao negar indenização sob a alegação de que as vítimas buscavam “ganhos fáceis”, o Judiciário corre o risco de desviar o foco dos verdadeiros culpados: os fraudadores que arquitetam e lucram com essas operações ilícitas.

As vítimas, muitas vezes, agiram de boa-fé ao confiar em promessas de rentabilidade, e tratá-las como cúmplices ou negligentes é um equívoco grave da justiça.

(*) - É advogada e sócia do escritório Calazans e Vieira Dias (<https://cvd.adv.br/>).

IA generativa é estratégica para o sucesso das empresas

A Inteligência Artificial (IA) generativa não é apenas inovação tecnológica, mas uma estratégia crucial para as empresas serem mais competitivas

Implementar essa tecnologia de maneira eficaz resulta em significativas vantagens operacionais e financeiras, o que justifica o investimento.

Além disso, a aplicação de IA pode reduzir custos operacionais, pois a automatização de tarefas administrativas elimina tarefas repetitivas e libera recursos humanos para atividades estratégicas com maior valor agregado. Essas são algumas das conclusões do e-book “IA Generativa: 5 perguntas que toda liderança deve se fazer (respondidas)”, produzido por KPMG e Amcham.

O conteúdo destacou ainda que avaliar o retorno sobre o investimento (ROI) é crucial para justificar a adoção de qualquer nova tecnologia, com a IA generativa tendo potencial de oferecer retornos significativos. Empresas que implementam essa tecnologia frequentemente observam aumento na receita com a oferta de produtos e serviços mais personalizados.

Em síntese, as áreas de destaque da IA generativa incluem automação de processos repetitivos, melhoria da eficiência operacional, análises de dados e insights preditivos, suporte ao cliente, apoio à tomada de decisão e estratégias



de marketing e vendas. “A jornada pela implementação da IA generativa é repleta de oportunidades. Essa tecnologia é um investimento estratégico que impulsiona a inovação e a competitividade empresarial.

Quando adotada de forma consciente e estratégica, representa uma revolução tecnológica capaz de transformar profundamente o ambiente empresarial, proporcionando vantagens operacionais e financeiras significativas”, afirma Frank Meylan, sócio-líder de Tecnologia, Transformação Digital e Inovação da KPMG no Brasil e na América do Sul.

A publicação evidencia também que os elevados índices de adoção da IA generativa refletem a confiança das empresas na tecnologia, posicionando a IA como uma das principais forças que moldarão o futuro dos negócios, juntamente com as práticas ESG, reforçando

sua importância estratégica para a competitividade empresarial. Outro dado é que a segurança de dados deve ser prioritária.

A IA deve ser implementada de forma segura e ética, adotando práticas de integração com sistemas legados, garantindo a segurança dos dados.

Introduzir medidas robustas como criptografia, controle de acesso e monitoramento contínuo é essencial para proteger informações sensíveis, pois práticas rigorosas de segurança e conformidade diminuem o risco de violações de dados.

Diretrizes e estratégias discutidas no e-book fazem as organizações evitarem problemas éticos, mas também construir sistemas de IA robustos e confiáveis, promovendo a confiança dos stakeholders. “No atual cenário empresarial, a inovação constante é determinante para a competitividade.

A IA generativa é uma das principais tendências tecnológicas da década.

Permite não apenas a criação de conteúdos novos e originais, mas também otimiza processos, personaliza experiências e impulsiona a inovação de maneira inédita. Esse avanço tecnológico pode revolucionar diversos setores, impactando significativamente o mercado”, afirma Ricardo Santana, sócio-líder de Data & Analytics da KPMG no Brasil.

A publicação da KPMG e da Amcham indica também os primeiros passos para a jornada da IA generativa nas organizações. É fundamental preparar a equipe com iniciativas adaptadas às necessidades das organizações, o que pode ocorrer com workshops, cursos e treinamentos.

Outra conclusão é implementar a IA de forma gradual e iniciar com projetos-piloto em áreas de menor risco. A abordagem gradual viabiliza o aprendizado antes da implementação completa, o que é imprescindível para a IA generativa ser escalada de forma estratégica.

O conteúdo está disponível na íntegra no link: (<https://kpmg.com/br/pt/home/insights/2024/09/ia-generativa-5-perguntas-toda-lideranca-deve-se-fazer.html>).

Setor de casamentos deve movimentar R\$ 32 bilhões em 2025

Segundo um levantamento do Casar.com, plataforma de sites e listas de casamento do Brasil, em conjunto com a Assessoria VIP, o volume anual de cerimônias no país deve alcançar a marca de 476 mil em 2025, superando assim os 471 mil deste ano. Ainda de acordo com o estudo, o ticket médio por festa será de R\$ 66 mil, o que contribui cada vez mais para a economia nacional.

O setor de casamentos deve movimentar R\$ 31,7 bilhões no próximo ano, representando uma excelente oportunidade para o futuro do segmento no país. Inclusive, estima-se 941 mil casamentos civis em 2025, contra os 932 mil oficializados em 2024.

Entre os principais fornecedores que compõem o ticket médio estão buffet, decoração, flores, som e iluminação, fotografia e filmagem, entre outros. Estes investem anualmente em inovação e experiências personalizadas, a fim de superar as expectativas dos casais, ao passo que a diversificação dos serviços e produtos ofertados no mercado contribuem ainda mais para a valorização do setor e, consequentemente, para a movimentação econômica do Brasil.

O buffet foi o serviço de maior valor em 2024, representando, aproximadamente, R\$ 18 mil e um crescimento médio de 6,3%, se comparado com



o ano anterior. Na sequência, temos a decoração que equivale a R\$ 10 mil do montante e obteve aumento médio de 14%. Quanto aos presentes dos convidados, os resultados do levantamento apontam um crescimento de 4% no próximo ano, cuja média atual é de R\$ 346,00.

“De fato, o mercado de casamentos segue aquecido e estabelecendo novos padrões, o que contribui para o desenvolvimento do setor como um todo. Considerado um evento social ainda mais valorizado e amplamente celebrado pelos brasileiros, os casamentos permanecerão personalizados

e autênticos para experiências ainda mais inesquecíveis”, destaca Fabio Camillo, CEO e cofundador do Casar.com.

• **Tendências** - Refletindo as mudanças sociais, tecnológicas e ambientais, os casamentos de 2025 serão vibrantes, audaciosos e profundamente pessoais. Afastando-se do tradicional, os casais devem optar por tons intensos desde os convites e decoração, às flores e até mesmo aos vestidos tanto das noivas como das damas de honra.

Em paralelo, as cerimônias sustentáveis seguirão em alta no próximo ano, a partir do uso de materiais biodegradáveis, além de alimentos frescos e de origem local. As celebrações eco-conscientes também incluem convites digitais, decorações reutilizáveis e lembranças ecológicas. Para Paula Raimo, sócia do Casar.com, cada casal é único, logo os casamentos de 2025 refletirão essa individualidade.

“Ao longo dos últimos anos, os casais buscam formas de tornar as cerimônias mais pessoais a partir de elementos que representam seus interesses e valores. Certamente teremos temas personalizados, menus e lembranças exclusivas, que refletem sua personalidade e, sobretudo, tornam o momento ainda mais memorável”, conclui. - Fonte e outras informações: (<https://www.casar.com/>).

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL
33º Subdistrito - Alto da Mooca
ILZETE VERDERAMO MARQUES - Oficial

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

O pretendente: **ANDRÉ ARAUJO MOREIRA**, estado civil solteiro, filho de Sebastião Fernando Leal Moreira e de Maria Aparecida de Araujo Feitosa, residente e domiciliado no Subdistrito do Tatuapé, nesta Capital - São Paulo - SP. A pretendente: **KAWANY MIRANDA D'ELBOUX**, estado civil solteira, filha de Emerson Rico D'Elboux e de Flavia Cristina Miranda D'Elboux, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Professora Alzira de Oliveira, nº 157, Tatuapé, nesta Capital - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Pirajá, nº 167, Alto da Mooca, neste subdistrito, São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea "b" da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência do pretendente.

O pretendente: **RICARDO JOSE TIEPPO FERREIRA**, estado civil solteiro, filho de José de Mattos Ferreira e de Salete Tieppo Ferreira, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **BIANCA RAMAJO CEZARIO**, estado civil solteira, filha de José Carlos Cezario e de Elaine Cristina Ramajo dos Santos, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **ELVIS RODRIGUES GONÇALVES**, estado civil divorciado, filho de Otavio Pinheiro Gonçalves e de Eri Rodrigues Gonçalves, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **SHEILA CRISTINA DA SILVA**, estado civil divorciada, filha de José Carlos da Silva e de Neusa de Castro Silva, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

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

Visto L1 facilita a transferência de executivos para os Estados Unidos

O visto L1 tem se destacado como uma das melhores opções para empresas que desejam transferir seus principais executivos para os Estados Unidos

Voltado para gerentes, administradores e funcionários com conhecimento especializado, esse visto oferece a possibilidade de impulsionar a expansão das operações corporativas no mercado americano.

Os tipos de Visto L1

O L1 é dividido em duas categorias: o destinado a gerentes e executivos, e o voltado para funcionários com conhecimento especializado. Ambos exigem que o solicitante tenha trabalhado para a empresa no exterior por pelo menos 12 meses nos últimos três anos. O vínculo empregatício contínuo é um requisito indispensável para garantir que o processo de transferência seja legítimo e aceite pelas autoridades americanas.

No caso do L1A, o solicitante deve ter exercido uma função de liderança ou gerência, sendo responsável por decisões estratégicas. O L1B, por sua vez, permite a transferência de profissionais cujo conhecimento especializado seja essencial para o funcionamento da empresa nos EUA, mesmo que eles não ocupem cargos de gerência.

Transferência de executivos e conexão entre empresas

De acordo com



Daniel Toledo, advogado que atua na área do Direito Internacional, um aspecto fundamental do visto L1 é a relação entre a empresa americana e a sua matriz ou filial da organização estrangeira. Isso significa que ambas as empresas devem ter um vínculo claro, e a empresa no exterior deve continuar operando para que o visto L1 seja válido", revela.

Outro ponto importante é que a empresa nos EUA deve estar devidamente estruturada e em operação. "Não basta ter um plano de negócios. A organização precisa estar preparada para que o executivo ou funcionário especializado assuma suas funções imediatamente.

Essa regra busca evitar que empresas fantasmas ou sem atividade real utilizem o visto L1 de forma indevida", pontua.

Capacidade operacional e validade do visto

A empresa nos Estados Unidos precisa estar totalmente operacional, com condições reais de sustentar o crescimento planejado e absorver o executivo transferido. "Antigamente, era comum que as empresas apresentassem apenas planos futuros para obter o L1, mas as exigências se tornaram mais rigorosas. Agora, é necessário demonstrar que a empresa tem capacidade de manter suas operações imediatamente", afirma.

O visto L1 tem uma validade inicial de até um ano para

novas empresas e de até três anos para empresas já estabelecidas. Essa validade pode ser estendida, totalizando um período de até sete anos no caso do L1A e cinco anos para o L1B.

Benefícios para cônjuges e filhos

O advogado aponta que essa categoria de visto permite que o cônjuge e os filhos menores de 21 anos acompanhem o titular através do visto L2. "O cônjuge tem o direito de trabalhar legalmente nos Estados Unidos, e os filhos podem frequentar instituições de ensino no país. Esses benefícios tornam o L1 uma opção atraente para executivos que pretendem se mudar com a família para os EUA", declara.

Toledo acredita que o visto L1 é uma ferramenta valiosa para empresas que buscam expandir suas operações nos Estados Unidos, transferindo executivos e funcionários-chave para garantir o sucesso dessa empreitada. "No entanto, é essencial que o processo seja conduzido de forma cuidadosa, com atenção a todos os requisitos legais e estruturais exigidos pelas autoridades americanas", finaliza. - Font e outras informações: (<https://toledoessoiciados.com.br/>).

Os meios de pagamentos ajudam a impulsionar vendas

Com a digitalização acelerada dos negócios e a ampliação das opções de pagamento no mercado, a escolha dos meios mais adequados tornou-se uma decisão estratégica para as empresas. Esse processo impacta, diretamente, a experiência do cliente, a segurança das transações e a eficiência operacional.

Para ilustrar, o Relatório de Tendências 2024 da Zoop revela que, neste ano, 53,5% dos pagamentos no Brasil foram realizados digitalmente, um salto expressivo em comparação aos 39,5% registrados em 2023. Esse avanço reflete a crescente adesão dos consumidores brasileiros a métodos de pagamento eletrônicos.

Com esse cenário em mente, Alex Tabor, CEO da Tuna Pagamentos — plataforma especializada em orquestração de pagamentos —, compartilha cinco dicas essenciais para ajudar empresários a escolherem os meios de pagamento mais adequados às suas necessidades. Confira:

1) Conheça o perfil do seu público

O primeiro passo para selecionar os meios de pagamento é entender quem são os seus clientes e quais são suas preferências. Um público mais jovem, por exemplo, tende a utilizar com mais frequência carteiras digitais e PIX, enquanto uma clientela mais tradicional pode preferir pagamentos em cartão de crédito ou boleto bancário. Adaptar-se às preferências dos consumidores pode aumentar a satisfação e as vendas.

2) Avalie a segurança das transações

A segurança deve ser uma prioridade ao escolher meios de pagamento. Opte por soluções que ofereçam proteção contra fraudes e que estejam em consonância com normas regulatórias, como o

PCIDSS (Payment Card Industry Data Security Standard). Além disso, considere meios que permitam autenticação em duas etapas, criptografia de dados, reconhecimento facial e outros recursos de segurança.

3) Considere os custos envolvidos

Cada meio de pagamento tem seus próprios custos, que podem incluir taxas de transação e encargos por chargeback. É importante fazer uma análise detalhada desses custos em relação ao volume de vendas e ao ticket médio da empresa. Escolher meios de pagamento que equilibrem custos e benefícios pode ajudar a manter a saúde financeira do negócio.

4) Integração com sistemas existentes

A compatibilidade dos meios de pagamento com os sistemas de gestão já utilizados pela empresa é crucial. Por isso, a importância em contratar facilitadores de pagamentos que ofereçam uma grande diversidade de operadores. Verifique se as soluções escolhidas se integram, facilmente, ao ERP, CRM ou outros softwares que sua empresa utiliza. A integração eficiente pode automatizar processos, reduzir erros e melhorar o controle financeiro e contábil.

5) Flexibilidade e escalabilidade

À medida que uma empresa cresce, as necessidades de pagamento também evoluem. Por isso, é importante escolher meios de pagamentos que ofereçam flexibilidade e possam adaptar-se ao crescimento do negócio. Soluções escaláveis que permitam adicionar novos métodos ou aumentar o volume de transações sem complicações são ideais para empresas em expansão. - Fonte e mais informações, acesse: (<https://tuna.uy/>).

TRANSPARÊNCIA

A TRANSPARÊNCIA DA EMPRESA GERA CONFIANÇA AOS LEITORES. POR ISSO, AS PUBLICAÇÕES LEGAIS NOS JORNAIS SÃO ESSENCIAIS PARA A SEGURANÇA JURÍDICA.

AFINAL, O JORNAL É LEGAL.

Publicidade Legal

Tecnopar Administradora S.A.

CNPJ/MF nº 53.854.394/0001-01 - NIRE nº 35.300.104.692 - Convocação - Assembleia Geral Extraordinária. Ficom os Senhores Acionistas da Tecnopar Administradora S.A. ("Companhia"), com sede na Rua José Versolato, 101 - sala 1, em São Bernardo do Campo - SP, CEP 09750-030, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 53.854.394/0001-01, NIRE nº 35.300.104.692 ("Companhia"), convocados para se reunirem em Assembleia Geral Extraordinária ("AGE"), a ser realizada no dia 18 de outubro de 2024, às 11:00 horas em primeira convocação, ou na falta de quórum necessário, em segunda chamada às 13:30 horas, exclusivamente por meios eletrônicos, através do sistema digital Zoom - link: <https://us02web.zoom.us/j/83069518937?pwd=ZsNblsK5Zz1QEUZpZjZlYzRlYkRlbnNl> - senha 145699, para deliberarem remotamente sobre a seguinte ordem do dia: (i) Reconhecimento válido da venda de imóvel ocorrida em 28/11/1984, registrada no registro número um do fôlio e datada de 07/01/1985 e consequente aceitação da compra, retificação e venda, com a retificação da superfície da finca Finca nº 554 da Corpus Christi e Padrão nº 1371 de Corpus Christi, localizado na República do Paraguai, Departamento de Canindeyú, e sua subsequente venda à ANACORP SRL com RUC nº 80102908, sem valores a serem recebidos pela Companhia; e (ii) a nomeação de procurador para a lavratura das escrituras, retificações e o que mais preciso for. São Bernardo Campo - SP, 08 de outubro de 2024. Mark Ross Mangels - Diretor Presidente. (9, 10 e 11/10)

ULTRACARGO LOGÍSTICA S.A.

CNPJ nº 14.688.220/0016-40 - NIRE 35300492897

Edital de Convocação - Assembleia Geral Extraordinária

Pelo presente, ficam os Srs. Acionistas convidados a comparecer à Assembleia Geral Extraordinária da Ultracargo Logística S.A. ("Companhia"), que se realizará no dia 14 de outubro de 2024, às 10 horas ("Assembleia"), na sede social da Companhia, localizada na Avenida Brigadeiro Luís Antonio, 1343, 4º andar, Bela Vista, na cidade e Estado de São Paulo, CEP 01317-910, para deliberar sobre a seguinte Ordem do Dia: 1) Aumento do Capital Social mediante a capitalização de reservas de incentivo fiscal, com a consequente alteração do artigo 3º do Estatuto Social; 2) Alteração do endereço da sede da Companhia, resultando na alteração do artigo 1º do Estatuto Social; e 3) Consolidação do Estatuto Social da Companhia. Participação na Assembleia: Para participar da presente Assembleia, os acionistas devem apresentar declaração emitida pela instituição prestadora dos serviços de escrituração de ações da instituição custodiante, com a quantidade de ações de que constavam como titulares até, no máximo, 02 (dois) dias úteis antes da Assembleia. Poderão participar da Assembleia acionistas titulares de ações ordinárias da Companhia, por si, seus representantes legais ou procuradores, desde que cumpram com os requisitos formais de participação previstos na Lei 6.404/76. Referida procuração deverá ser depositada na sede social da Companhia, até às 14 horas do dia 10 de outubro de 2024. São Paulo, 04 de outubro de 2024. Décio de Sampaio Amaral - Presidente.

GOPLAN S/A

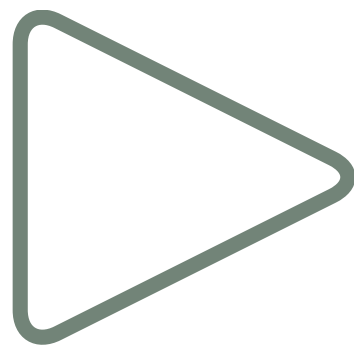
CNPJ nº 37.422.096/0001-96 - NIRE nº 3530055184-2

Aviso aos Acionistas

Comunicamos aos senhores acionistas que se encontram na sede da companhia GOPLAN S/A situada na rua Antônio Lapa, nº 606, Bairro Cambuí, Campinas-SP, CEP 13.025-241, os documentos a que se refere o artigo 133 da Lei 6.404/76 relativo ao exercício social iniciado 01/01/2024 e encerrado em 30 de junho de 2024. Campinas/SP, 03/10/2024. Alexandre Ricardo Altrão - Diretor Presidente.

Edital de Leilão Extrajudicial de Imóvel Alienação Fiduciária - Condições Básicas

Cooperativa de Crédito, Poupança e Investimento DEXIS - SICREDI DEXIS, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob nº 79.342.069/0001-53, com sede na Avenida Paraná, nº 891, Zona 01, Maringá, Estado do Paraná, CEP 87013-070, traz ao conhecimento dos interessados que levará a Leilão Público Extrajudicial - Alienação Fiduciária, por intermédio de Leiloeiro Oficial Credenciado, regularmente matriculado na Junta Comercial do Estado do Paraná, para alienação do imóvel recebido em garantia fiduciária, conforme Cédula de Crédito Bancário nº C09420363-2, emitida por Silvío Carlos Borri, brasileiro, casado, administrador, portador de Cédula de Identidade RG sob nº 26.706.767-7 SSP/SP, inscrito no CPF sob nº 246.996.198-00, na qual figurou como interveniente garantidora Andreia Teixeira Borri, brasileira, casada, administradora, portadora da Cédula de Identidade RG sob nº 28.688.086-6 SSP/SP, inscrita no CPF sob nº 262.544.858-00, pela maior oferta, no estado de ocupação e conservação em que se encontra, regendo-se conforme instituem o Decreto nº 21.981, de 19 de outubro de 1932, que regula a profissão de Leiloeiro Oficial e art. 22 e seguintes da Lei nº 9.514, de 20 de novembro de 1997, com as alterações introduzidas pela Lei nº 10.931, de 02 de agosto de 2004. 1. Local, Data e Horários dos Leilões: 1.1. 1º Leilão: 10 de Dezembro de 2024, a partir das 17:00 horas. 1.2. 2º Leilão: 12 de Dezembro de 2024, a partir das 17:00 horas. 1.3. Local dos leilões: Avenida Carlos Gomes, nº 226, Térreo, Zona 05, Maringá, Estado do Paraná, somente on-line (www.leiloes.com.br). 1.4. Leiloeiro: Werno Klockner Júnior - Juçupar 660; e-mail leiloes@kleiões.com.br; site: www.leiloes.com.br; fones: (44) 3026-8008 / 9973-9008. 2. Objeto do Leilão: 2.1. Descrição do imóvel: Matrícula 16.858, Registrada Perante o Registro de Imóveis e Anexos da Comarca de Casa Branca, Estado de São Paulo, "UMA GLEBA DE TERRAS, situada no distrito de Venda Branca, deste município e comarca de Casa Branca, Estado de São Paulo, desmembrada da Gleba Hb, denominada FAZENDA FAZENDINHA, indicada como sendo GLEBA "A", com a área de 36,3000 hectares ou 15.0000 alqueires paulistas", dentro do perímetro e confrontações previsto na matrícula. 3. Do Preço e das Formas de Pagamento: 3.1. O referido imóvel encontra-se devidamente registrado perante Registro de Imóveis e Anexos da Comarca de Casa Branca, Estado de São Paulo, sob a matrícula n. 16.858, e será vendido no estado em que se encontra e em cartório "ad corpus" em Primeiro Leilão Público Extrajudicial - Alienação Fiduciária pelo valor mínimo de R\$5.000.000,00 (cinco milhões de reais), correspondente ao valor de avaliação do imóvel, nos termos do art. 27, §1º da Lei nº 9.514/1997. 3.2. Se o maior lance oferecido no primeiro leilão for inferior ao valor mínimo estipulado, fica desde já designado para o dia 12 de Dezembro de 2024, a partir das 17:00 horas, no mesmo local, somente on-line, a realização do Segundo Leilão pelo maior lance oferecido, desde que igual ou superior a quantia de R\$2.500.000,00 (dois milhões, quinhentos mil reais), correspondente a metade do valor de avaliação do bem, nos termos do art. 27, §2º da Lei nº 9.514/1997. 3.3. Havendo arrematação, será lavrada escritura pública no prazo de até 90 (noventa) dias contados a partir da data do leilão. Todas as despesas "propter rem", ou seja, condomínio, ITR etc., com fato gerador até a data da arrematação, serão de responsabilidade da Credora Fiduciária. As despesas com a transferência da propriedade correrão por conta do comprador. O arrematante pagará no ato do leilão, o valor da arrematação, mais 5% (cinco por cento) correspondente à comissão do Leiloeiro Oficial. 4. Dos Lances: 4.1. Os interessados em participar do leilão poderão fazê-lo na modalidade on-line através do site do leiloeiro, indicado no item 1.4 do presente. 5. Da Adução do Lance Vencedor: 5.1. Será considerado lance vencedor aquele que resultar no maior valor acima do preço mínimo apresentado no ato do leilão. 6. Dos Pagamentos no Ato do Leilão: 6.1. O arrematante pagará ao leiloeiro, no ato do leilão, o valor da comissão do leiloeiro, correspondente a 5% (cinco por cento) do lance vencedor. 6.1.1. O valor da comissão do leiloeiro não compõe o valor do lance ofertado. 6.2. O arrematante pagará ao leiloeiro, no ato do leilão, o valor correspondente a 100% (cem por cento) do lance ofertado. 6.3. Os pagamentos no ato far-se-ão em moeda nacional e/ou pela emissão de 02 (dois) cheques, sendo um de valor correspondente à comissão do leiloeiro e o outro referente ao valor do lance, ou ainda por intermédio de depósito bancário. 6.4. Caso o arrematante não efetue o pagamento do valor correspondente ao lance vencedor e ao valor da comissão do leiloeiro no prazo estipulado, o lote correspondente estará automaticamente cancelado, bem como: 6.4.1. Deverá o arrematante pagar multa em favor do promitente vendedor, correspondente ao valor de 20% (vinte por cento) do valor do lance ofertado acrescido da comissão do leiloeiro. 6.4.2. A comissão do leiloeiro é devida pelo arrematante a partir do momento em que o lote é declarado vencedor, sendo esta cobrada em sua integralidade e independente do cancelamento do lote, interposição judicial ou extrajudicial. 6.5. O não pagamento do lance e da comissão do leiloeiro no ato do leilão implicará ao arrematante faltoso as penalidades da Lei, que prevê, no caso de inadimplência, a denúncia criminal e a execução judicial contra ele. 7. Da Ata do Leilão: 7.1. Será elaborada no leilão a Ata do Leilão contendo o valor do lance vencedor, valor pago no ato do leilão e dados do arrematante, bem como demais acontecimentos relevantes. 7.2. A Ata do Leilão será assinada pelo arrematante, leiloeiro e por um representante legal da Credora Fiduciária. 7.3. A Ata do Leilão informará a não ocorrência de lance para os imóveis, se for o caso. 8. Das Disposições Finais: 8.1. Nenhuma diferença porventura comprovada nas dimensões do imóvel pode ser invocada, a qualquer tempo, como motivo para compensações ou modificações no preço ou nas condições de pagamento, ficando a cargo e ônus do adquirente/arrematante a sua regularização. 8.2. O imóvel é ofertado à venda como coisa certa e determinada (venda "ad corpus"), sendo apenas enunciativas as referências neste edital e serão vendidos no estado de ocupação e conservação em que se encontram, ficando a cargo do adquirente a sua desocupação, reformas que ocasionem alterações nas quantidades e/ou dimensões, averbação de áreas e/ou regularização, quando for o caso, arcando o adquirente com as despesas decorrentes. 8.3. A participação no presente leilão implica, no momento em que o lance for considerado vencedor no leilão, na concordância e aceitação de todos os termos e condições deste Edital, bem como submissão às demais obrigações legais decorrentes. 8.4. O arrematante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações e documentos apresentados. 8.5. O arrematante está ciente que o comitente vendedor, o leiloeiro e a empresa de leilões, não se enquadram nas condições de fornecedores, intermediários ou comerciantes e que o Leiloeiro é um mero mandatário, ficando assim, eximido de eventuais responsabilidades por defeitos ou vícios ocultos que possam existir no bem alienado, nos termos do art. 663 do Código Civil, como também por indenizações, trocas, consertos, e compensações financeiras, em qualquer hipótese ou natureza. 8.6. Para dirimir qualquer questão que decorra direta ou indiretamente deste Edital, fica eleito o foro da Comarca de Maringá, Estado do Paraná. Maringá/PR, 01 de outubro de 2024.



Empresas & Negócios do AGRO

agronegocio@netjen.com.br

São Paulo, quarta-feira, 09 de outubro de 2024

"Cidade Amiga das Abelhas"

No próximo dia 15 de outubro, às 19 horas, o Teatro Pedro II será palco de um momento histórico para a cidade. Ribeirão Preto será reconhecida como "Cidade Amiga das Abelhas". A homenagem acontece pelo protagonismo e reconhecimento internacional de mais de 60 anos de trabalhos dedicados à causa das abelhas, além de comemoração à data do Dia Nacional das Abelhas (3 de outubro). O evento é gratuito e aberto ao público (<https://apisflora.com/ribeirao-preto-amiga-das-abelhas>).

Foto: Manuela Bergamini

Foi sancionada ontem, 8 de outubro, pelo Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, a Lei do Combustível do Futuro, que estabelece o incentivo ao diesel verde, biometano, combustível sustentável de aviação e o aumento das misturas de etanol à gasolina e biodiesel ao diesel.

A proposta, aprovada pelo Congresso Nacional, em convergência com Ministério de Minas e Energia (MME), contou com a contribuição da Embrapa, que participou ativamente do processo de concepção, por meio da participação no grupo de trabalho (GT) de pesquisa, desenvolvimento e inovação (PD&I), na revisão e na aprovação, por meio de notas técnicas e participação em audiências públicas sobre o tema. A nova lei representa um avanço significativo nas políticas de incentivo ao uso de combustíveis renováveis e à ampliação de matrizes energéticas mais sustentáveis no país.

O novo marco legal cria uma série de iniciativas de fomento à descarbonização da economia, mobilidade sustentável e transição energética no país (Embrapa).



PRODUÇÃO DE BIOCOMBUSTÍVEIS AVANÇADOS GANHA IMPULSO COM NOVO MARCO REGULATÓRIO

Seguro penhor rural cresce 14,3%

A Confederação Nacional das Seguradoras (CNSeg), em parceria com a Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), divulgou que o Seguro Penhor Rural arrecadou aproximadamente R\$ 1.6 bilhão no primeiro semestre de 2024, marcando um crescimento significativo de 14,3% em relação ao ano anterior. Este seguro é uma modalidade essencial que protege os bens dados em garantia de empréstimos ou financiamentos rurais, oferecendo uma camada extra de segurança aos produtores em tempos de incerteza econômica.

No mesmo período, os desembolsos em indenizações aos produtores alcançaram R\$ 477,6 milhões, um aumento de 8,4%. Esses números refletem a importância do seguro na mitigação de riscos financeiros enfrentados pelos agricultores, especialmente em um cenário onde a produção rural é frequentemente afetada por fatores climáticos e de mercado.

De acordo com dados da CNSeg, o setor registrou um aumento impressionante de 107,1% na arrecadação e 75,7% nas indenizações nos últimos cinco anos, subindo de R\$ 1,4 bilhão e R\$ 503,6 milhões em 2020 para R\$ 2,9 bilhões e R\$ 884,9 milhões em 2023. Esse crescimento substancial demonstra não apenas a relevância da modalidade, mas também a crescente conscientização dos produtores sobre a importância de se proteger contra imprevistos.

Transformar pastagens degradadas em áreas produtivas



Divulgação Soesp

O manejo de pastagens no Brasil vem ganhando força e destaque como solução para reverter a degradação do solo e aumentar a produtividade agrícola. A degradação das pastagens é um problema que afeta diretamente a produtividade e a conservação dos recursos naturais. Dados recentes da Embrapa reforçam isso, pois apontam que 28 milhões de hectares de pastagens estão degradadas em níveis intermediários e severos, com destaque para os estados de Mato Grosso (5,1 milhões de hectares), Goiás (4,7 mi/ha), Mato Grosso do Sul (4,3 mi/ha), Minas Gerais (4,0 mi/ha) e Pará (2,1 mi/ha).

Diante desse cenário, o sistema de Integração Lavoura-Pecuária-Floresta (ILPF) se destaca como uma estratégia sustentável e eficaz para a recuperação. "A rotação de culturas agrícolas, pastagens e a introdução de árvores no sistema:

- Preserva a saúde do solo através da maior biodiversidade;
- Aumenta a ciclagem de nutrientes e a matéria orgânica;
- Melhora a infiltração e retenção de água;
- Auxilia no combate à erosão;
- Reduz a temperatura do solo, contribuindo com a redução do déficit hídrico das plantas;
- As árvores promovem conforto térmico e o bem-estar dos animais (maior ganho de peso

e melhoria dos índices reprodutivos);

- Favorece o balanço de carbono na produção dos bovinos;

A diversificação das atividades reduz o risco econômico diante de variáveis climáticas e de mercado, aproveitamento da madeira, energia e fibras provenientes de florestas plantadas, criando novas fontes de renda para os produtores rurais", cita Marina Lima, zootecnista, técnica de sementes e sustentabilidade da Sementes Oeste Paulista (Soesp).

Ouseja, são muitos os benefícios, e frente a eles, a adoção dessa prática tem crescido ano a ano. Com base nos dados da Rede ILPF, o Brasil já possui mais de 17 milhões de hectares sob o sistema ILPF, com a meta de dobrar essa área até 2030.

A Soesp é incentivadora do sistema de integração, inclusive, desde 2018, é associada à Rede ILPF, uma iniciativa entre empresas privadas e a Embrapa para promover a adoção dessa integração pelos produtores rurais. O intuito é intensificar de forma sustentável a produção agropecuária brasileira. Nesse sentido, a técnica de sementes e sustentabilidade da Soesp conta que a empresa contribui diretamente para a recuperação de áreas degradadas, por meio da comercialização de forrageiras adaptadas ao sistema ILPF.

ConectarAGRO traz debates sobre inovação no agronegócio

O Futurecom 2024, maior evento de tecnologia da América Latina, mais uma vez contará com a participação da ConectarAGRO. Ele acontecerá de 8 a 10 de outubro e terá a participação da Associação em três painéis, que promoverão debates importantes sobre os avanços da conectividade no agronegócio e as mudanças que a internet de qualidade pode levar ao campo.

Durante o evento, a Associação trará como destaque a atualização de setembro dos números do Indicador de Conectividade Rural (ICR), que foi desenvolvido pela ConectarAGRO em colaboração com a Universidade Federal de Viçosa (UFV), para mensurar a conectividade em áreas rurais e remotas do Brasil.

Em abril, a Associação registrou que apenas 19% da área disponível para uso agrícola no Brasil contava com cobertura 4G e 5G, principalmente nas regiões Sul e Sudeste. Atualmente, esse percentual aumentou para 23,8%. Além disso, a média do Índice de Conectividade Rural (ICR) por município no país passou de 0,45 para 0,6.

Nos últimos seis meses, de acordo com a ConectarAGRO, também houve um aumento na quantidade de imóveis rurais com cobertura 4G e 5G em áreas destinadas à agropecuária. Anteriormente, 37% desses imóveis tinham acesso a essas redes, e agora esse número subiu para 43,8%.

Destaque I



Salton, Divulgação

Pós-graduação para o mercado de vinhos e espumantes

Profissionais do segmento do vinho e do espumante podem ter acesso a um curso que nasce como um marco na educação do setor. Unindo teoria e prática, a Unisinos elaborou a pós-graduação "Estratégias, Inovação e Tendências Globais no Mercado de Vinhos e Espumantes". A inovadora iniciativa já está disponível e conta com uma parceria inédita da instituição de ensino com a Salton. A união das marcas combina teoria acadêmica de ponta com a prática e a experiência direta da vinícola. Com 12 disciplinas e disponível no formato digital, a pós-graduação tem como principal objetivo capacitar enólogos, sommeliers, gestores e empreendedores a dominar as estratégias e inovações que definem o mercado global, preparando-os para se destacar em um ambiente competitivo. "O curso permite que os alunos possam ver, em uma referência do setor, a materialidade de como os conhecimentos e competências ensinados são mobilizados de fato no mercado através das distintas narrativas de profissionais e gestores da Salton", avalia Alexandre Pereira, coordenador do projeto Unisinos Performance (<https://www.unisinosperformance.com.br/pos-curso/salton>).

Destaque II



AI/Granja Faria

Granja Faria celebra o Dia Mundial do Ovo com campanha especial de receitas

Em comemoração ao Dia Mundial do Ovo, celebrado neste ano em 11 de outubro, a Granja Faria, a maior produtora de ovos do Brasil, lança uma ação especial para destacar a versatilidade do ovo nas refeições diárias. Desenvolvida em parceria com a Agência Ritmo e a Fato Relevante, a campanha conta com uma série de vídeos exclusivos de receitas apresentadas pela influenciadora digital Flávia Sardão. O conteúdo será publicado ao longo da semana, com o tema "Em todos os momentos do seu dia". A proposta da campanha é apresentar receitas práticas e rápidas, com poucos ingredientes, que valorizam o ovo como um alimento essencial e versátil. O foco é mostrar como a iguaria pode ser utilizada em diferentes refeições, desde o café da manhã até a sobremesa, sem renunciar a sabor e praticidade. Os vídeos seguem o formato dinâmico e descontraído das plataformas de redes sociais, como Instagram e TikTok, com uma linguagem visual moderna, inspirada no estilo do influenciador Arthur Paek (@arthurpaek), que aposta em ângulos informais e uma abordagem próxima do público.

Projeto do Guima Café Conecta Jovens ao Campo

Preparar novas gerações para trabalhar no campo tornou-se um desafio considerável. Cada vez mais conectados à tecnologia e atraídos pelas oportunidades urbanas, muitos jovens se distanciam das práticas agrícolas essenciais. No entanto, iniciativas como o projeto Brotar, promovido pelo Guima Café, uma marca do Grupo BMG reconhecida por seus cafés especiais, demonstram que é possível reverter essa tendência. Criado em 2010, o projeto convida crianças e adolescentes de 6 a 12 anos da região de Varjão de Minas, Noroeste de Minas Gerais, para conhecer de perto todo o processo de produção do café, do plantio à colheita manual dos grãos em sua fazenda, em Varjão de Minas. Realizado semestralmente, o Brotar é voltado para as escolas da área rural da região. O objetivo é abordar a importância da cultura da cultura do campo, os métodos artesanais e o impacto desse trabalho para as futuras gerações. É uma forma de aproximar o Guima da comunidade.

Treinamentos sobre a importância do uso seguro de defensivos agrícolas no Brasil

Dentre os programas de stewardship da IHARA, o Cultivida tem como objetivo conscientizar agricultores e trabalhadores rurais sobre boas práticas agrícolas, por meio de treinamentos e entregas de Equipamentos de Proteção Individual (EPI), orientando a conformidade com a legislação e a segurança no campo. Os temas abrangem tecnologia de aplicação, gerenciamento da deriva, importância do uso de EPI's, cuidados no preparo da calda, mitigação de riscos para polinizadores, interpretação de bulas, limites máximos de resíduos e destinação final de embalagens (<https://www.ihara.com.br/>).

Palestra sobre colibacilose destaca impacto econômico da bactéria na avicultura

A colibacilose aviária, uma das doenças bacterianas de maior impacto para a avicultura, será destaque durante o Simpósio Matrizes, promovido pela FACTA nos dias 15 e 16 de outubro, em Chapecó (SC), com a palestra da médica-veterinária e professora da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da Universidade de São Paulo (FMVZ-USP), Terezinha Knöbl. A enfermidade, que afeta a produção avícola por meio de salpingite, onfalite, doenças respiratórias, celulite, artrite e sepsis, tem gerado grandes perdas econômicas ao setor (<https://eventos.facta.org.br/2024-simpósio-matrizes/inscreva-se/>).

Selo de Sustentabilidade por possibilitar que pequenos agricultores cultivem alimentos



A Aperam BioEnergia, por meio de seu programa inovador Raízes do Vale, celebrou esta semana uma conquista significativa e inédita ao se tornar a primeira empresa a receber o Selo de Sustentabilidade do Programa Aliança Ambiental Estratégica de Minas Gerais. Este reconhecimento, entregue durante o evento Imersão Indústria, na Federação das Indústrias de Minas Gerais (FIEMG), destaca a importância do programa na promoção da agricultura familiar sustentável e no fortalecimento da segurança alimentar nas comunidades do Vale do Jequitinhonha (MG).

OPINIÃO

Desafios climáticos e escassez de crédito marcam o início da Safra 2024/2025, mas oportunidades tecnológicas se destacam

Robson Rizzon (*)

O início da safra 2024/2025 já aponta para um cenário de grandes desafios para os agricultores brasileiros.

Após o término do vazão sanitário da soja na segunda quinzena de setembro, os produtores rurais já se deparam com complicações climáticas inesperadas, com atrasos no plantio de soja e milho especialmente nas regiões do Cerrado brasileiro, em especial nas regiões Norte e Centro-Oeste. O clima mais quente e as chuvas irregulares, principalmente, no Sul adicionam incertezas, tornando essa uma das safras mais difíceis dos últimos anos.

Além do clima, a escassez do crédito rural é outro obstáculo. Com exigências mais rígidas, tanto ambientais quanto regulatórias, muitos agricultores têm encontrado dificuldades para acessar o crédito rural vindo do plano safra, o que é mais um desafio a poucos dias do início de suas operações. O cenário exige garantias maiores e processos mais criteriosos, o que torna o financiamento mais limitado.

Entretanto, as oportunidades não foram completamente ofuscadas. O aumento do crédito digital e online traz uma alternativa promissora para os produtores. Plataformas que comercializam insumos agrícolas e oferecem também a possibilidade de resgate de serviços agronômicos, como análises de solo têm ganhado espaço e se mostram fundamentais em um ano onde a redução de despesas é crucial.

Uso racional de insumos e tecnologias inovadoras

Com os custos crescentes e o crédito mais escasso, o uso eficiente de fertilizantes, defensivos e outros insumos se torna ainda mais relevante. A adoção de tecnologias digitais, como a aplicação aérea de defensivos por meio

de drones e também o uso de biológicos, tem avançado entre os agricultores brasileiros. As biofábricas, que permitem a produção de insumos biológicos nas próprias propriedades, são uma tendência em crescimento, proporcionando uma alternativa sustentável e econômica.

Essa inovação está ajudando os produtores a maximizar a eficiência de suas operações e a reduzir custos neste momento. Além disso, a conectividade nas áreas rurais, com acesso à internet 24 horas por dia, tem impulsionado o uso de soluções digitais para plantios mais precisos, algo que vem ganhando força e otimizando a gestão no campo.

Comercialização da safra e o cenário global

No mercado internacional, a concorrência com os Estados Unidos, que colhe uma safra recorde, adiciona mais um desafio à comercialização de soja e milho. Isso pode impactar os preços das commodities e forçar os agricultores brasileiros a repensarem suas estratégias de venda.

Embora culturas como arroz, feijão e café estejam entregando boas perspectivas de remuneração, a soja e o milho continuam sendo os focos das maiores dificuldades, tanto na produção quanto na comercialização. Mesmo assim, a inovação tecnológica e a adaptação rápida dos agricultores têm sido fatores determinantes para enfrentar um cenário mais adverso.

Em resumo mais simples, podemos dizer que a safra 2024/2025 começa com grandes desafios, diante do clima instável, do crédito escasso e da forte concorrência global. Mas, ao mesmo tempo, surgem oportunidades importantes por meio de soluções tecnológicas e inovação no manejo agrícola, que oferecem alternativas para que os produtores superem as dificuldades e possam avançar de forma resiliente.

(*) Chief Commercial Officer (CCO) da Orbia e produtor rural.

Emissões de carbono financiadas na carteira agropecuária

As emissões de carbono financiadas referem-se aos gases de efeito estufa (GEE) liberados por atividades que recebem apoio financeiro de bancos e outras instituições, como empréstimos, investimentos e financiamentos. Essas emissões, apesar de serem geradas por terceiros — no caso, os clientes do setor financeiro —, são indiretamente atribuídas às instituições financeiras que fornecem recursos para a realização dessas atividades. Segundo a pesquisa desenvolvida pela WayCarbon em parceria com o Banco Santander, no contexto da agropecuária, setor responsável por aproximadamente 24% das emissões totais de GEE no Brasil, as emissões financiadas têm um papel fundamental.

A engenheira ambiental e sócia da Climate Tech Vankka, Clarissa M. de Souza, explica que a agropecuária brasileira é reconhecida como uma das principais responsáveis pela emissão de carbono no país, com o desmatamento vinculado à expansão das fronteiras agrícolas sendo uma das suas



Clarissa de Souza, COO da Vankka.

maiores fontes de emissões. “Estima-se que quase a metade das emissões totais de GEE no Brasil em 2021, sejam provenientes do desmatamento, enquanto o manejo agropecuário e as mudanças no uso da terra compõem uma parcela significativa das emissões indiretas financiadas por instituições financeiras. Nesse cenário, bancos que financiam o setor agrícola acabam participando, indiretamente, dessas emissões, o que traz um desafio adicional para suas metas de sustentabilidade”, afirma.

Planejamento é a base da sucessão familiar no agronegócio

Com desafios emocionais e gerenciais, a perpetuidade de negócios agrícolas e rurais requerem cuidados especiais e boa governança para evitar a dissolução do legado

A sucessão é uma etapa essencial para garantir a perpetuidade das empresas familiares. No campo não é diferente. E os negócios passados de pais para os filhos representam uma grande parcela das propriedades rurais. Contudo, a falta de planejamento adequado tem comprometido essa perpetuidade. Segundo o Sebrae, menos de 30% das empresas familiares chegam à segunda geração, e esse índice cai para 5%, na terceira. A ausência de preparo e a gestão de conflitos ineficaz são fatores que frequentemente minam a transição.

Todo esse processo vai além da simples “troca de bastão”, e envolve a preparação dos herdeiros, a criação de uma governança estruturada, e a implementação de estratégias de inovação que permitam que a nova geração mantenha e amplie o negócio. Um dos maiores erros é subestimar o tempo necessário para preparar a transição, o que pode levar anos.

Na contramão dessa realidade, há exemplos de empresas familiares que planejaram muito bem a troca de comando. Um grande exemplo é a família Martins, que administra o Grupo J2M. A corporação é composta pelas empresas FertiSystem (especialista em tecnologias para o plantio), Solve (atua com transformação em polímeros por meio de injeção plástica e impressões 3D) e Martins Agronegócios (divisão agrícola, de avicultura e citricultura) há alguns anos começou a transição familiar.

Segundo Mariana Grando, engenheira agrônoma e atual diretora de negócios na FertiSystem, todo o processo exige um planejamento detalhado e de longo prazo. “Aqui, tudo começou com o desejo de crescimento contínuo e perpetuidade. O sucessor precisa estar preparado para assumir as responsabilidades e conhecer profundamente o negócio. Porém, isso leva tempo e requer uma dedicação constante”, explica.

Paralelamente a isso, além de dedicação, a preparação de quem vai assumir os negócios, envolve o conhecimento técnico da empresa, do mercado e dos produtos, e ainda o desenvolvimento de habilidades emocionais e de liderança. “Uma sucessão bem-sucedida está diretamente relacionada à capacidade do sucessor de entender a essência do negócio e ser capaz de liderar a



Família Martins

empresa com visão estratégica”, completa a diretora.

Percalços

A gestão de conflitos é uma das maiores dificuldades no processo. Na maioria dos casos, as famílias enfrentam divergências sobre o futuro do negócio, o que pode agravar tensões e prejudicar a transição. Além da preparação técnica e emocional, outro ponto importante do processo é a governança familiar. A criação de regras claras sobre papéis e responsabilidades dentro da empresa é fundamental para evitar esses problemas e mitigar conflitos. “Em nosso caso, criamos uma governança clara, com regras sobre a entrada e saída de membros da família, além de definir papéis e responsabilidades”, relata Mariana.

Quando bem executada, a transferência de liderança pode ser um motor de inovação para todas as empresas, incluindo as do ramo agrícola. A continuidade das operações depende de como a nova geração se adapta às mudanças no setor e às exigências do mercado, incluindo a adoção de práticas sustentáveis e de novas tecnologias.

Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apontam que o

agro responde por cerca de 26% do Produto Interno Bruto (PIB) do país, e a introdução de inovações tecnológicas é vital para seu crescimento. “Essa transição é um processo que deve ser cuidadosamente planejado para garantir a continuidade dos negócios e a adaptação às demandas do setor”, frisa a diretora.

Além disso, o apoio de consultorias especializadas e um planejamento estratégico bem definido facilitam a governança e o desenvolvimento da empresa. Desta forma, garante que o negócio familiar continue competitivo e assegura que a nova liderança possa preservar o legado, ao mesmo tempo em que promove o crescimento sustentável.

Mariana ressalta que a sucessão no agronegócio é um processo complexo que exige planejamento, preparação técnica e emocional, além da criação de uma governança sólida. O caso da FertiSystem demonstra que, com o preparo adequado e o suporte de consultorias especializadas, é possível não apenas garantir a continuidade, mas também, impulsioná-la para um crescimento inovador. “Sucessão familiar não é só sobre herança, é sobre o legado e a perpetuação de valores, inovação e sustentabilidade”, conclui.

Doença Respiratória Bovina: Um desafio a ser superado

A Doença Respiratória Bovina (DRB) é um dos principais desafios da pecuária mundial, especialmente nos sistemas mais intensivos de produção. Com origem multifatorial, a enfermidade ocorre por um desequilíbrio entre as defesas naturais das vias respiratórias superiores dos bovinos, o que favorece a proliferação local dos agentes infecciosos e sua migração para os pulmões.

Situações que promovem o estresse dos animais como a formação de novos lotes, transportes por longas distâncias, restrição de água e comida, a mistura de animais de origens diversas e a acidose metabólica que pode ocorrer pela troca da dieta são fatores que predis põem à DRB. O excesso de poeira e a formação de gases tóxicos (amônia) produzidos pelo acúmulo de material orgânico (urina, fezes e alimentos) e umidade, promovem a irritação das vias aéreas superiores dos bovinos, favorecendo a queda da imunidade local e a ocorrência da doença.

“A DRB é uma doença multifatorial que normalmente acontece por um desequilíbrio nas defesas naturais nas vias respiratórias superiores dos bovinos, algo que favorece a proliferação de agentes infecciosos oportunistas, principalmente bactérias que habitam naturalmente estes locais do trato respiratório. A proliferação bacteriana e a migração destes agentes para os pulmões promovem um quadro inflamatório local, que é agravado com a produção de toxinas”, explica o médico veterinário e gerente de serviços veterinários para bovinos da Ceva Saúde Animal, Marcos Malacco.

Nos confinamentos onde há casos de DRB, o ganho de peso médio diário (GMD) dos animais afetados e que não vão à óbito é severamente comprometido, obrigando um maior tempo para o alcance do peso desejado para o abate e reduzindo o rendimento e a qualidade das carcaças.

“O período de maior incidência de surtos de DRB nos confinamentos de bovinos de



quadro correspondem aos primeiros 45 dias de confinamento do gado, especialmente nas 2 ou 3 primeiras semanas. Durante esse período, é recomendado que as rondas sanitárias ocorram pelo menos duas vezes ao dia e que elas sejam mais criteriosas, estimulando os animais a levantar e caminhar, a fim de perceber sinais como, cansaço, relutância em caminhar, tosse, espirros, chiados e roncões ao repesar, lacrimejamento, corrimento nasal e “olhos fundos”, que é um importante indicativo de desidratação”, Malacco adverte.

Quando a intervenção para o tratamento da doença não é rápida e eficaz, o quadro progride com agilidade e o animal vai à óbito em poucos dias. “O controle rápido e adequado ao processo inflamatório pulmonar é essencial para a recuperação dos animais acometidos, sendo tão importante quanto o controle eficaz dos agentes infecciosos. A utilização do meloxicam (potente anti-inflamatório não esteroide) junto ao florfenicol (antibiótico altamente efetivo sobre os principais agentes bacterianos envolvidos na DRB), em formulação que permita rápido início e controle duradouro da infecção e da inflamação, é primordial para a regressão do

quadro e o retorno do animal ao seu estado de saúde adequado”, conta o médico veterinário.

Entender sobre a doença, sua prevenção e tratamento possibilita que os pecuaristas evitem perdas financeiras significativas. “Muitos fatores contribuem para a redução da incidência da DRB nos confinamentos, como o emprego de técnicas de pré-condicionamento ou socialização prévia do gado antes de entrar no sistema intensivo, estratégias nutricionais adequadas para evitar estresse nutricional que interfira negativamente na sua imunidade, vacinações contra os principais agentes infecciosos associados à DRB, a metaflaxia em alguns casos e o tratamento rápido e adequado dos bovinos acometidos pela doença”, conta o profissional. “Para este último fator, é importante termos em mente que além da infecção bacteriana propriamente, a reação inflamatória pulmonar determinada pela infecção costuma ser grave. Portanto a combinação de um potente anti-inflamatório não esteroide (AINE) com baixos índices de reações indesejáveis junto a um antibiótico efetivo e com baixas taxas de resistência bacteriana é o caminho ideal para o tratamento da DRB.

Ciente disso, a Ceva oferece ao mercado brasileiro o Zeleris®. “O produto apresenta uma associação exclusiva de florfenicol com o meloxicam. Sua formulação permite tratamento único através de injeção pela via subcutânea. Esse tratamento atua contra os principais agentes infecciosos bacterianos e contra a inflamação por pelo menos 3 dias. A ação antibacteriana se inicia rapidamente após a aplicação subcutânea e níveis plasmáticos significativos do Florfenicol já são alcançados em menos de 1 hora, auxiliando no rápido controle da infecção que persiste por pelo menos 3 dias. Desta forma é possível agir de forma rápida e eficiente no controle da infecção. Além disso a formulação de Zeleris® permite o controle da inflamação pulmonar por 3 dias, permitindo a aplicação única. Estes benefícios extras contribuem para menos estresse e melhor bem-estar aos animais, além de redução da mão de obra por parte da equipe da fazenda”, reforça Malacco.



tumsasedgars_CANVA

JORNADA

CONSUMER PROTECTION

O CONSUMIDOR NO CENTRO: ESTRATÉGIAS PARA MELHORAR A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

O que de fato diferencia as empresas que têm estratégias de sucesso de proporcionar boas experiências aos seus clientes, e conseqüentemente gerar mais fidelização? Quais as principais estratégias e desafios existentes?

Marcelo Dezem (*)

Particularmente, começaria pelo que o mercado costuma chamar de “Jornada do Cliente”. Trata-se de mapear e pensar em todos os pontos de contato do consumidor com a empresa e da mesma maneira, em processos. Parece trivial, mas aqui vale a atenção aos detalhes. Não raro, já encontrei procedimentos muito bem estruturados na venda, por exemplo, com experiências fantásticas, mas que no pós-venda estava mal pensado, ineficaz e demorado.

Aqui eu me refiro a atividades como cancelamento dos produtos e serviços, trocas e até devoluções. Porém, alguém até pode argumentar que o cancelamento ou desistência são apenas frações da compra; mas em tempos de redes sociais e canais online que pulverizam as informações e problemas muito rapidamente, ou até mesmo classificam o serviço em “estrelinhas” ou nota, logo cada uma delas precisa ser previamente pensada e devidamente tratada.

Outro ponto interessante são os canais de atendimento e contato. Ambos devem apresentar a mesma autonomia e disponibilidade de produtos e serviços, salvo quando há alguma restrição de segurança ou regulamentação/norma. O mercado financeiro costuma fazer isso muito bem, integrando o mesmo tipo de atendimento em agências, call centers, e no “home banking”, via internet e APP.

Normalmente, em todos eles é possível obter as mesmas possibilidades desde que se tenha as chaves de acesso correspondentes e corretas. Também é algo que parece trivial, mas ainda encontramos situações em que distintos canais têm diferenças de autonomia. Os motivos são diversos por se tratar de diferentes plataformas.



Quando estive à frente de uma unidade de negócios que fazia parte de determinada companhia, havia restrições nas lojas franqueadas por questões de política e também técnicas. O cliente conseguia ter acesso aos serviços e realizar determinadas alterações em lojas próprias, mas não nas lojas franqueadas que levavam o mesmo nome/marca da instituição franqueadora.

É o tipo de situação que gera frustração e confusão no consumidor; além de ser um desafio no reconhecimento do mesmo no posicionamento de unificação da marca.

Obviamente não poderia deixar de mencionar os colaboradores. Mas aqui não cabe falar apenas de capacitação, treinamento e ferramentas. Temos que partir dos valores que a empresa tem, quer e precisa transmitir. Se for verdade e transparência, por exemplo, os processos de comunicação se tornam mais fáceis.

O alinhamento inspira a confiança do consumidor e colaboradores pois estão apoiados em bons valores que também transmitem confiança e respeito.

Além dessas destacadas acima, existem algumas estratégias adicionais que gostaria de citar rapidamente:

Inconformismo com seus processos e qualidade

– É sempre possível e preciso melhorar pelo simples fato de termos tecnologias novas surgindo o tempo todo. Além disso, para ter o cliente no centro, é necessário acompanhar a evolução do consumidor e suas mudanças de comportamento ao longo do tempo. Repensar as regras, políticas e processos para que possamos nos adequar às mudanças de expectativa e novas exigências.

Programas de recompensa ou fidelização – O poder de fazer o cliente se sentir cada vez mais importante quanto maior a relação que ele constroi com a companhia. Os programas de recompensa ou fidelização podem ser a cereja do bolo e ajudam a impressionar de forma positiva os consumidores.

Porém, essas estratégias exigem tempo e investimento, e este é o grande desafio. Ou seja, precisa fazer sentido do ponto de vista da capacidade de investimento e resultado esperado.

Mensuração – Existem maneiras razoavelmente precisas de medir a satisfação do cliente, como pesquisas de satisfação e NPS (Net Promoter Score), por exemplo. Mas o desafio é como responder à pergunta se o investimento no programa de fidelidade ou ferramentas de atendimento, ou capacitação, etc, está realmente resultando na satisfação real e se isto se converte em frequência de (re)compra, ticket médio, etc...

Uma boa prática pode ser partir do inegociável, ou seja, valores, treinamento, processos bem desenhados, canais estruturados, e ir devagar e com consistência com as novas estratégias. Isso quer dizer testá-las antes de implementar. Por exemplo, uma ação de presentear pelo aniversário, ou compensações por determinadas situações pode ser testada em uma pequena amostra antes de ser implementada a toda base.

Esses são alguns pontos que considero importantes quando falamos de experiência do cliente. Apesar de existirem diferenças entre as marcas, com menos ou mais peso, essas são boas práticas que acredito que se encaixem para o sucesso na experiência do cliente, na maioria delas.

(*) - É Diretor de Operações da Eventim (<https://www.eventim.com.br/>).

