

JORNADA EMOCIONANTE E DESAFIADORA

DESAFIOS DE MONTAR UMA STARTUP: DICAS PARA EMPREENDEDORES

▶▶▶ [Leia na página 8](#)

Como profissionalizar empresas familiares?

O sucesso ou insucesso de qualquer negócio dependerá de uma série de variáveis relacionadas à sua gestão.

Isso faz com que muitos busquem métodos e estratégias de profissionalização de suas operações visando seu crescimento contínuo.

No caso das empresas familiares, muitas costumam trazer executivos experientes que contribuam com seus conhecimentos para remodelar os processos e alavancar a marca em seu segmento – algo que pode ser completamente benéfico neste objetivo, desde que certos cuidados sejam devidamente compreendidos.

Hoje, cerca de 90% das empresas em nosso país são familiares, conforme dados do IBGE. Delas, 60% almejam expandir suas operações para novos mercados, junto com 51% que desejam lançar produtos e serviços cada vez melhores, segundo outras informações compartilhadas pela PwC.

Tamanha ambição é normal de ser vista em qualquer empreendedor em algum momento de sua trajetória e, em muitos casos, acaba virando a chave em suas visões da compreensão da importância da profissionalização perante essas conquistas.

Normalmente, existem três grandes motivadores desta profissionalização: quando a empresa se encontra em dificuldades financeiras e enxérga, neste processo, a saída para evitar o fechamento de suas portas e se reestruturar economicamente; por decisão do próprio empresário ao pensar na sucessão do seu negócio, entendendo que seus herdeiros podem não estar devidamente preparados para assumir seu posto.

Bem como, no desejo de realizar uma fusão ou aquisição, onde a vinda de um executivo é de extrema importância para assegurar este procedimento com responsabilidade e êxito.

Independente do fato gerador da profissionalização, a chegada deste talento representará mudanças significativas dentro do ecossistema

funky-data_CANVA



empresarial, criando um espaço inexistente anteriormente que precisa ser devidamente preparado para que este possa assumir suas responsabilidades – as quais também precisam ser claramente conversadas e entendidas entre as partes para que não haja nenhum empecilho devido à falta de comunicação.

Uma pedra que costuma aparecer muito no caminho deste processo é a inflexão de certos empresários em renunciar a suas tarefas para este novo talento. Isso é algo que não pode existir na decisão de profissionalizar o negócio, visto que será preciso conceder e delegar grande parte de suas responsabilidades para o executivo.

Final, seu papel será estratégico para o destaque competitivo e, sem o espaço adequado ou autonomia para exercer suas funções, o plano necessário para alavancar a marca terá dificuldades de sair do papel. Por parte destes executivos, muitos deles acabam aceitando este desafio na busca por uma ressignificação de suas carreiras.

Algo além, onde possam contribuir com suas expertises, conhecimentos e, dessa forma, se sentirem úteis na construção de uma marca de sucesso. Isso faz com que, por parte deles, seja preciso uma postura humilde na forma de se portar, compreendendo a

posição que assumirá e prezando pela união com o empreendedor e todos os membros daquele ambiente.

Os conselhos são excelentes espaços para que estes empresários ocupem, no papel de provedor de informações, de forma que consigam continuar pilotando seus negócios ao mesmo tempo em que deixem ao executivo a responsabilidade, em si, da gestão da empresa.

É uma dinâmica complexa, que reforça a necessidade de um planejamento minucioso compreendendo a definição do papel que será desempenhado pelo executivo, evitando que se misture com as do empresário; e uma dose generosa de inteligência emocional por ambas as partes – de forma que o empresário saiba delegar e deixar certos ofícios, e que o executivo compreenda sua posição e até onde pode ir para atingir os objetivos estipulados.

São muitos questionamentos, mas todos válidos e essenciais para que não haja margem de dúvida sobre o que é esperado de cada um deles. Até porque, se não houver essa flexibilização por ambas as partes, qual o sentido de decidir profissionalizar sua empresa?

(Fonte: **Fernando Poziomczyk** é sócio da **Wide**, consultoria boutique de recrutamento e seleção (<https://wide.works/>).

Negócios em Pauta

Foto: TCP/Divulgação



Terminal ultrapassa movimentação total de 2023 em dez meses

No último dia 21, a empresa que administra o Terminal de Contêineres de Paranaguá (foto) ultrapassou todo o volume movimentado em 2023 com mais de dois meses restantes para encerrar o ano. Foram 1.253.397 TEUs (contêiner de 20 pés) movimentados ao longo dos 294 dias de 2024, um crescimento de 34% em comparação ao registrado no ano anterior. Como comparativo, a medida de 1.253.397 TEUs corresponde a cerca de 7.641 km de contêineres, ou seja, 1,7 vezes a distância em linha reta do Monte Caburaí ao Chuí, pontos mais extremos ao norte e sul do Brasil. As exportações tiveram alta de 26%, chegando a 480.173 TEUs. O destaque foi para a exportação de carnes e congelados com 166.784 TEUs embarcadas, o equivalente a 2,7 milhões de toneladas do produto. ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Imagem de Gerd Altmann por Pixabay



Startup sediada na Unicamp oferece curso online e gratuito de LinkedIn avançado

@A FM2S Educação e Consultoria, startup sediada no Parque Científico e Tecnológico da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), acaba de lançar o curso "LinkedIn Avançado: construção de marca pessoal e networking profissional", uma capacitação 100% online e gratuita, desenvolvida para profissionais que buscam aprimorar suas habilidades na maior rede profissional do mundo. Com duração de 10 horas, a iniciativa foi desenvolvida pelo time da FM2S, formado por profissionais das melhores instituições do país – como Unicamp, Universidade de São Paulo (USP) e Universidade Estadual Paulista (Unesp), Fundação Getúlio Vargas (FGV), Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) –, com base em décadas de experiência no mercado e nas melhores práticas do setor (<https://www.fm2s.com.br/cursos/gratuitos>). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Por que a transição de carreira se tornou parte do futuro profissional?

Durante décadas, a ideia de ter uma única carreira ao longo da vida foi vista como sinônimo de sucesso. ▶▶▶

Pare de viver no automático: seja intencional

Ser intencional é a chave para viver uma vida mais alinhada com seus objetivos e valores. Em um mundo onde as distrações são constantes e a pressão para ser produtivo nunca para, a intencionalidade oferece uma maneira de retomar o controle e direcionar suas ações de forma mais consciente. ▶▶▶

Psicólogos organizacionais e a cultura empresarial coerente com a estratégia de negócios

De acordo com o Catálogo Brasileiro de Ocupações (CBO), o psicólogo organizacional é um profissional que exerce atividades no campo da psicologia aplicada ao trabalho. ▶▶▶

IA e Acessibilidade: desafios e oportunidades para um futuro mais inclusivo

A acessibilidade é um tema crucial para a inclusão social e o desenvolvimento equitativo da sociedade como um todo, uma vez que assegura que todas as pessoas possam participar plenamente da vida pública, com autonomia e segurança. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Literatura

Livros em Revista

Por Ralph Peter



▶▶▶ [Leia na página 4](#)

OPINIÃO

O excesso de confiança pode ser fatal no processo de aceleração digital

Alexandro Barsi (*)

Embora a tecnologia seja um componente fundamental, os maiores desafios não estão necessariamente relacionados a ela, mas sim à cultura organizacional e às estratégias de negócios.

Alguns dos erros mais comuns e críticos durante o processo de aceleração digital são a falta de preparo adequado das pessoas para a mudança, o excesso de confiança e a falta de escuta ativa e adaptação ao mercado.

A aceleração digital vai além da simples implementação de novas tecnologias; ela requer uma mudança cultural profunda dentro da organização. Muitas empresas subestimam a importância de preparar seus funcionários para essa transição, o que pode levar à resistência e à falta de engajamento. É fundamental que todos os níveis da organização compreendam e estejam alinhados com os objetivos e benefícios da aceleração digital. Isso envolve treinamento adequado, comunicação clara e a criação de uma cultura que valorize a inovação e a adaptabilidade.

O excesso de confiança pode ser fatal para o sucesso de qualquer projeto de aceleração digital. Muitas vezes, empresas acreditam que sabem exatamente o que precisam e negligenciam a importância de ouvir seus clientes e realizar benchmarks de mercado. Esta miopia pode resultar em soluções que não atendam às reais necessidades ou que estão desatualizadas em relação às práticas concorrentes. A falta de uma pesquisa adequada e de feedback contínuo dos clientes pode levar a decisões baseadas em suposições incorretas, resultando em produtos

ou serviços que falham em encontrar tração no mercado.

Outro ponto fundamental é a escolha de parceiros e fornecedores. Muitas empresas não avaliam adequadamente se seus parceiros tecnológicos têm a capacidade e a visão necessárias para suportar a evolução de suas necessidades. Parceiros com uma abordagem rígida ou que não compartilham da mesma visão de inovação podem limitar o potencial de crescimento.

O fracasso em reconhecer a natureza dinâmica do mercado é outro erro que muitas empresas cometem. O ambiente de negócios está em constante mudança, e o que é relevante hoje pode não ser amanhã. A complacência e a incapacidade de antecipar ou responder rapidamente às mudanças do mercado podem colocar qualquer empresa em desvantagem competitiva. Além disso, o surgimento de novos concorrentes, muitas vezes de fora do setor tradicional, pode representar uma ameaça significativa. Empresas que não conseguem identificar e se adaptar rapidamente a esses novos concorrentes correm o risco de serem ultrapassadas.

Em resumo, a aceleração digital bem-sucedida é sobre tecnologia, mas também sobre pessoas, cultura e uma compreensão clara do ambiente de negócios. Preparar adequadamente a equipe, ouvir ativamente o mercado, selecionar os parceiros certos e manter uma mentalidade aberta e adaptável são fundamentais para navegar com sucesso neste processo. A falha em abordar essas áreas pode resultar em iniciativas que não apenas falham em entregar valor, mas também desperdiçam recursos valiosos e tempo.

(*) CEO e fundador da líder digital Verity.

Inteligência artificial e pornografia infantil

O número de imagens e vídeos de agressões sexuais a crianças gerados por inteligência artificial (IA) e disponíveis na internet, tem aumentado de forma assustadora.

Vivaldo José Breternitz (*)

Muitas dessas imagens e vídeos que mostram menores «sendo atacados e maltratados são tão realistas que é quase impossível distingui-los de imagens verdadeiras», disse em um comunicado a Internet Watch Foundation (IWF, Fundação de Vigilância da Internet), organização que combate o abuso de crianças – fundada em 1996 e baseada no Reino Unido, é a mais importante dessa área em todo o mundo.

A IWF, que havia recebido 70 denúncias de fatos desse tipo entre abril de 2023 e março de 2024, já contabilizou 74 entre abril e setembro deste ano. Quase todas essas imagens e vídeos se encontravam em sites abertos, de fácil acesso para o grande público, sites esses baseados principalmente na Rússia (36%), Estados Unidos (22%) e Japão (11%). Mais de três quartos dessas denúncias foram feitas diretamente à IWF por internautas que viram o material em fóruns ou galerias de fotos e vídeos gerados por IA.

Ainda segundo a IWF, para alcançar o nível de sofisticação dessas fotos e vídeos, o software utilizado para gerá-los teve que



MariCastro_de_Pixabay_CANVA

ser treinado com imagens e vídeos reais de agressões sexuais a menores, o que torna o problema ainda mais sério.

Esse é um crime muito grave, devendo a sociedade mobilizar-se para combatê-lo, garantindo a punição rigorosa daqueles que o cometem.

Segundo a jornalista britânica Octavia Sheepshanks, que investiga o tema, essas imagens parecem estar sendo produzidas em escala industrial – seriam pelo menos mil imagens a cada mês.

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

Black Friday 2024: dicas para se preparar no setor de papelaria

A Black Friday está se aproximando e promete causar um impacto significativo no varejo brasileiro, inclusive no segmento de papelaria. De acordo com a Confi.Netrust, o e-commerce deve alcançar um faturamento de R\$ 9,3 bilhões, representando um crescimento de 9,1% em relação a 2023. Para que as empresas possam realmente aproveitar esse potencial, um planejamento antecipado é fundamental.

As marcas de nicho devem implementar estratégias que enfatizem a exclusividade de suas ofertas. Criar promoções relevantes para o público-alvo e desenvolver combos ou kits especiais para a Black Friday podem ser bons caminhos. Além disso, uma comunicação mais direcionada e próxima com o cliente, utilizando gatilhos de venda que transmitam urgência e escassez, pode aumentar a eficácia das ações promocionais.

O atendimento ao cliente também é um grande diferencial competitivo. Por isso, oferecer suporte rápido e acessível durante o evento é determinante para garantir uma experiência positiva, resultando em mais vendas e maior satisfação do consumidor.

Estratégias de vendas para o e-commerce

Para vendas online, é necessário um bom planejamento de estoque. É importante identificar quais produtos se destacam, priorizando aqueles com maior margem e bom apelo de vendas. Outro ponto é a definição de ofertas e preços atrativos, como descontos significativos, benefícios no frete ou brindes para compras acima de um certo valor.



No e-commerce, a experiência do usuário deve ser otimizada. O primeiro passo é facilitar a navegação para que o consumidor compre de maneira rápida e intuitiva, utilizando estratégias como landing pages e checkout simplificado. Além disso, é essencial garantir que a experiência seja totalmente mobile friendly, visto que muitos usuários realizam compras pelo celular.

Preparar a logística para o aumento de demanda durante a Black Friday é crucial para evitar atrasos e reclamações, impactando diretamente na fidelização do cliente. Por último, mas não menos importante, é o atendimento por meio de um suporte ágil nas principais plataformas de contato e um FAQ atualizado que ajude a esclarecer as principais dúvidas.

Experiência nas lojas físicas

Nos pontos de venda, é importante explorar as fortalezas que oferecem experiências diferenciadas em comparação ao meio digi-

tal. Criar um ambiente temático de Black Friday com uma recepção personalizada, incluindo iluminação especial, música e vitrines atrativas, pode fazer a diferença. Investir no treinamento da equipe de vendas é imprescindível para que os colaboradores ofereçam um atendimento excepcional, informando os clientes sobre as oportunidades disponíveis.

Ainda pensando na experiência do cliente, é importante manter uma fila de caixa organizada e contar com operadores eficientes. Para marcas com presença física e virtual, uma boa estratégia é a integração omnichannel, como a opção de «retirada em loja», que pode transformar as visitas ao ponto de venda físico em mais vendas e conversões.

(Fonte: Túlio da Rocha é gerente de e-commerce no Grupo Leonora, uma das maiores distribuidoras de produtos de papelaria do Brasil. E-mail: grupoleonora@nbpress.com.br).

Automação de WhatsApp lançada por healthtech facilita comunicação entre clínicas e pacientes

A healthtech GestãoDS, empresa de software de gestão para negócios médicos, lançou uma ferramenta que está transformando a realidade de clínicas e consultórios no país: o ChatGDS. Trata-se de uma automação para WhatsApp, que permite ao paciente cumprir toda a sua jornada, desde o agendamento da consulta até a avaliação do atendimento, sem sair do aplicativo. A ferramenta também automatiza

o envio de avisos e orientações médicas pelo app, conforme configuração prévia.

“O ChatGDS vem para completar nossa entrega em gestão de relacionamento com o cliente. Começamos pelo WhatsApp, mas caminhamos para uma solução omnichannel, com integração de outras plataformas à ferramenta. A ideia é centralizar todas as conversas da clínica, oferecendo a melhor

experiência ao usuário independentemente do canal escolhido”, explica o CEO da GestãoDS, Marcelo Stangherlin.

O recurso de automação, que já está em funcionamento, foi apresentado neste semestre aos primeiros clientes. Responsável por uma clínica dermatológica em Aracaju (SE), o administrador Milton Andrade já observa ganhos no negócio a partir da adoção do novo recurso.

News @TI

Topaz conquista selo internacional iBeta em Autenticação Facial

A Topaz anuncia que sua solução de Autenticação Facial passou e foi aprovada nos testes do iBeta Quality Assurance, alcançando aderência e conformidade total ao rigoroso padrão PAD Level 1 (Presentation Attack Detection) da ISO/IEC 30107-3. O aplicativo OFD – Face Authentication v1.0 da Topaz –, suportado por seu componente de backend, foi testado pela iBeta de acordo com o PAD de Apresentação ISO 30107-3 e considerado em conformidade com o Nível 1, atestando sua confiabilidade e segurança. “Durante o processo, não foi possível burlar nenhuma das nossas proteções de liveness e anti-spoofing, confirmando a robustez e a eficiência da nossa tecnologia de ponta”, avalia Carlos Vieira, Fraud Prevention Manager da Topaz. “Esse reconhecimento consolida nosso compromisso com a excelência e a segurança, assegurando que a Topaz ofereça uma das soluções de autenticação facial mais robustas e confiáveis do mercado global” (https://www.topazevolution.com/).

Websérie “Sua encomenda chegou: a história da logística no Brasil”

A nstech, maior empresa de software para supply chain da América Latina, produziu uma websérie de 40 minutos sobre a evolução da logística no Brasil: da hiperinflação até a logística como fator de diferencial competitivo. Trazendo empresas e profissionais que participaram da construção da história da logística brasileira, como Carrefour, Mercado Livre, DHL, Rumo e Unilever, a websérie retrata toda a trajetória do segmento até os dias de hoje, nos quais a logística passa a ser tema fundamental nas reuniões de conselho e fonte de vantagem competitiva (https://www.youtube.com/channel/UClqm4mnZHSOhlg1EZCotDGQ).

Empresas & Negócios José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Laurinda Machado Lobato (1941-2021) Responsável: Lilian Mancuso

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.

Cresce o total de mulheres responsáveis por domicílios

Os homens são maioria (50,9%) entre as pessoas responsáveis pelas unidades domésticas no Brasil, com um total de 37 milhões, mas a quantidade de mulheres, no entanto, está bem próxima (49,1%) e somou 36 milhões

Como mostrou a pesquisa Censo Demográfico 2022, os dados indicam uma mudança importante em relação a 2010, quando o percentual de homens responsáveis (61,3%) era significativamente maior que o de mulheres (38,7%).

Divulgada pelo IBGE, o percentual de mulheres nesta condição supera os 50% em 10 estados. Em Pernambuco, ficou em 53,9%, seguido de Sergipe 53,1%, Maranhão 53,0%, Amapá 52,9%, Ceará 52,6%, Rio de Janeiro 52,3%, Alagoas e Paraíba 51,7%, Bahia 51,0% e Piauí 50,4%. Segundo o Censo 2022, havia cerca de 72 milhões 522 mil 372 unidades domésticas no Brasil. O número é 15 milhões a mais do que o anotado em 2010, quando existiam 57 milhões.



O percentual de mulheres entre as pessoas responsáveis pelas unidades domésticas supera os 50% em 10 estados.

A quantidade média de moradores ficou em 2,8 pessoas. Esse resultado é menor do que em 2000 (3,7 pessoas) e em 2010 (3,3). Entre as unidades domésticas, cerca de 72,3% têm até três moradores e 28,7% têm dois residentes. O pesquisador do IBGE, Marcio Mitsu Minamiguchi, explicou, que a denominação de pessoa responsável é dada a quem

é indicado pelos moradores como tal. “Nos censos mais antigos tinha a categoria de chefe, hoje não existe mais, por isso as comparações em relação a chefe do passado não cabem aqui”, disse.

Pela primeira vez, em 2022, um Censo mostrou, entre os responsáveis pelas unidades domésticas, que a proporção de pardos (43,8%) superou

a de brancos (43,5%). Em 2010, as proporções de pardos eram 40,0% e as de brancos 49,4%. Pela primeira vez, observa-se que os pardos superam as pessoas brancas na quantidade de pessoas responsáveis pelos domicílios do Brasil.

A única espécie de unidade doméstica que aumentou sua participação - desde o último Censo - foi a Unipessoal, que saiu de 12,2% para 18,9%. O crescimento foi demonstrado em todos os grupos etários. As maiores concentrações de pessoas idosas, na faixa de mais de 60 anos, responsáveis pelas unidades domésticas, se concentraram nas unidades unipessoais (28,7%) e nas estendidas (21,7%). Na visão do IBGE, isso ocorre, possivelmente, por começarem a formar as próprias famílias (ABR).

Novos modelos de geração de energia a partir de 2025

Alan Henn (*)

O Operador Nacional do Sistema Elétrico (ONS) tem enfrentado um desafio constante: garantir a geração de energia elétrica de forma que atenda à demanda de maneira segura e econômica, em diferentes períodos, que vão de minutos a meses

das UHEs ao longo de 12 meses, com o objetivo de aprimorar a acurácia das previsões.

Além disso, os modelos atuais têm dificuldade em reagir rapidamente a situações críticas, como a escassez de chuvas ou aumentos bruscos no consumo. Como consequência, esse atraso pode provocar corte no fornecimento e resultar em apagões.

Para mitigar esse problema, os modelos já são programados para serem avessos ao risco, ajustando suas escolhas de usinas em momentos de crise para garantir o fornecimento, embora isso possa aumentar o custo da energia elétrica. A proposta para 2025 é intensificar essa aversão ao risco, mesmo que isso resulte em custos ainda mais elevados para a geração de energia.

Atualmente, para lidar com essa tarefa complexa, o ONS utiliza softwares que aplicam modelos matemáticos avançados, projetados para encontrar soluções eficientes. No entanto, esses modelos têm mostrado limitações e, frequentemente, simplificam a realidade, resultando em discrepâncias entre o que os modelos preveem e a eletricidade gerada.

Diante desse cenário e como objetivo de melhorar a precisão dos modelos usados, o ONS está propondo uma série de mudanças para 2025. Uma das principais alterações envolve a forma como as usinas hidrelétricas (UHE) são agrupadas nos modelos.

Hoje, as usinas são agrupadas em blocos representativos, ao invés de serem tratadas individualmente. Por exemplo, ao invés de contar mais de 100 usinas hidrelétricas separadamente, é realizado um agrupamento em 12 blocos. Essa abordagem simplifica o processo, mas pode levar à perda de informações individuais e detalhadas. A nova proposta é utilizar dados individuais

Essas mudanças têm como objetivo refinar a precisão dos modelos de geração de energia e fortalecer a segurança do sistema elétrico nacional. Com ajustes na forma de agrupamento das usinas e uma abordagem mais rigorosa em situações de risco, o ONS quer garantir uma resposta mais eficaz às variações e crises do setor.

Ao melhorar a precisão das previsões e a capacidade de reação, a meta é assegurar um fornecimento mais confiável e sustentável para todo o país, refletindo com maior certeza as realidades dinâmicas do sistema elétrico.

(*) - Graduado em Engenharia Elétrica pela USP, é CEO e fundador da Voltera Energia (<https://ivoltera.com.br/>).

Classes D e E impulsionam consumo no primeiro semestre

Dados da Kantar mostram que o consumo dentro dos lares brasileiros segue em alta. O volume de vendas por viagem aumentou 7% no primeiro semestre de 2024 em comparação com o mesmo período do ano anterior. Esse crescimento, inclusive, é mais expressivo entre os consumidores de menor poder aquisitivo. Nas classes D e E, a alta é de 8,7%.

O relatório Consumer Insights Q2 2024, elaborado pela Kantar, aponta que o aumento do consumo abrange diversas categorias de produtos. No entanto, as cestas de Mercearia Doce (+9,3%), Bazar e Medicamentos Sem Prescrição ou Isentos (+5,7%) e Bebidas (+4,7%) são as que mais se destacaram em crescimento de unidades.

“Independentemente do público, todos compram produtos

de diferentes preços para equilibrar os gastos. A chave está em escolher de acordo com a categoria. Itens de indulgência, a exemplo de doces e refrigerantes, ganham destaque entre marcas premium, enquanto opções básicas, como alimentação, são mais adquiridas de empresas econômicas”, comenta Juliana Kohler, Gerente de Contas da Kantar.

As classes D e E são um grande exemplo nesse contexto. A estratégia de equilibrar marcas premium e econômicas é essencial para ajustar o orçamento. Os dados mostram que esses consumidores estão investindo em itens premium em determinadas categorias, como sabonetes (+11%) e chocolates (+36,7%), ao mesmo tempo em que optam por mais acessíveis em produtos essenciais do dia a dia. - Fonte: (www.kantar.com/brazil).

Brasil teve 1,3 milhão de óbitos de agosto de 2021 a julho de 2022

No período entre agosto de 2021 e julho de 2022, os entrevistados no Censo Demográfico 2022 informaram a existência de 1.326.138 óbitos no Brasil. Desse total, 722.225, ou 54,5%, eram do sexo masculino e 603.913, ou 45,5%, do feminino. Os dados fazem parte da pesquisa Censo Demográfico 2022, divulgada pelo IBGE. Além da resposta dos entrevistados, as principais fontes para a obtenção de informações de óbitos são o Registro Civil do próprio IBGE e o Sistema de Informação Sobre Mortalidade (SIM) do Ministério da Saúde. O volume de óbitos por sexo, segundo os grupos de idade das pessoas, mostrou que desde o nascimento até a faixa etária de 75/79 anos, a morte de homens supera a de mulheres. Essa proporção começa a mudar na faixa de 80/84 até mais de 100 anos.

O maior número de mortes entre os homens ocorre na

população na faixa de 15 a 34 anos. Nesses casos, as principais causas são externas ou violentas, como homicídios, suicídios e acidentes de trânsito, entre outras. Para a pesquisadora Izabel Marri, gerente de Estudos e Análises do IBGE, sempre é interessante desagregar os óbitos por sexo e idade, porque eles têm características distintas, quando esses dois quesitos são analisados.

Um dos exemplos é a mortalidade infantil, que registra recuo conforme evoluem os processos de desenvolvimento dos locais onde os óbitos ocorrem. “As medidas de mortalidade são muito importantes como indicadores de saúde de uma população, como esperança de vida, mortalidade infantil e em outras idades, que indicam como vai a saúde de uma população. Ela serve para orientar políticas de enfrentamento da mortalidade em diferentes grupos de idade”, acrescentou.

NEGÓCIOS em PAUTA
lobato@netjen.com.br

A – Desafios Globais

Na próxima quinta-feira (31), das 14h às 21h30, o Future Is Now, grupo de networking voltado para líderes que protagonizam a nova economia, promove a segunda edição do evento Future Is Now Day, em parceria com o Pacto Global da ONU. O encontro será realizado no icônico Edifício Martinelli e oferece inspiração, insights práticos e ferramentas de transformação para executivos que desejam construir futuros mais saudáveis, equilibrados e prósperos. Mais informações: (<https://www.futureisnow.group/>).

B – Finanças Sustentáveis

O Seminário Internacional de Acrefi (SIAC) reunirá especialistas renomados para debater questões cruciais para o futuro do Brasil. A 19ª edição do evento está marcada para o dia 6 de novembro, das 8h às 13h no Teatro B32, em São Paulo, e abordará temas de economia, negócios e finanças sustentáveis no cenário político-econômico do país. O 19º SIAC representa uma oportunidade para acadêmicos e profissionais que buscam se atualizar sobre os desafios e tendências que moldarão o futuro do Brasil. As inscrições são gratuitas, bastando preencher um formulário em (<https://eventos.acrefi.org.br/19-siac-inscricao>).

C – Consumo do Macarrão

Comemorado em 25 de outubro, o Dia Mundial do Macarrão foi adotado pelo Brasil em 2006, e se tornou uma data relevante para o setor de massas alimentícias no país. A data celebra a importância do macarrão na alimentação global, sendo um dos mais consumidos no Brasil, tanto por seu valor nutricional quanto por seu preço. De acordo com dados da Abimapi, em parceria com a Kantar Brasil, o consumo de macarrão no Brasil cresceu 5,6% em 2024, entre janeiro e agosto, o volume de vendas chegou a 875.938 toneladas. No mesmo período de 2023, este volume foi de 829.294 toneladas.

D – Transição de Governos

O Inspier, em parceria com a FGV EAESP, realiza nesta terça-feira (29) e quarta-feira (30), o Seminário sobre a Transição de Governos Municipais, que contará com a participação da ministra do Planejamento e Orçamento, Simone Tebet. O evento, que acontecerá na FGV no primeiro dia e no Inspier no segundo, reunirá lideranças políticas e especialistas em gestão pública. Entre os temas em debate estão as melhores práticas de transição governamental nas administrações municipais. Outras informações: (<https://www.inspier.edu.br/pt/eventos/2024/10/seminario-sobre-transicao-de-governos-municipais>).

E – Transporte e Logística

Entre os dias 4 a 8 de novembro, no São Paulo Expo, acontece a 24ª edição da Fenatran, a maior feira de transporte e logística da América Latina. Fabricantes de caminhões, ônibus e veículos comerciais, além das logtechs — empresas que desenvolvem soluções inovadoras em processos para o setor — apresentarão inovações tecnológicas que prometem revolucionar a mobilidade e a logística. A feira terá em sua programação palestras, workshops e fóruns de discussão. Esses espaços abordarão tendências do mercado, inovações e temas importantes relacionados à sustentabilidade no transporte. Saiba mais: (<https://www.fenatran.com.br>).

F – Projetos Sociais

As inscrições para o Edital Público de projetos sociais aprovados em Leis de Incentivo Fiscal do Agibank, banco que opera um modelo de negócio híbrido que combina soluções digitais com Smart Hubs, se encerram no dia 06 de novembro de 2024. O edital é voltado a inscrição de projetos desenvolvidos para a região metropolitana de Campinas, com foco a iniciativas que fomentem inclusão financeira, digitalização, empreendedorismo, inovação, saúde, esporte e redução da vulnerabilidade social. Para participar do programa e receber os recursos financeiros, os projetos selecionados devem estar atrelados às leis de incentivo. Confira em: (<https://monitorsocial.org.br/agibank>).

G – Têxtil e Confecção

A Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit) realiza o 9º Congresso Internacional nos próximos dias 30 e 31, em Salvador, tendo se tornado o maior evento de conteúdo do Brasil sobre o setor têxtil e de confecção. Reúne empresários de toda a cadeia produtiva, executivos, pesquisadores, especialistas, autoridades e formadores de opinião do Brasil e do mundo. Com o tema “Conexões Brasil – Mundo: Caminhos Estratégicos para Competitividade”, discutirá o posicionamento estratégico da indústria têxtil e de confecção brasileira no mercado global. Mais informações: (www.congressoabit.com.br).

H – 14 Anos em Aracaju

A Azul, maior companhia aérea em número de voos diários e cidades atendidas no Brasil, completou neste mês 14 anos de operações em Aracaju. Durante o período, a Companhia transportou, aproximadamente, 3,5 milhões de Clientes em cerca de 49.500 voos. Atualmente, a Azul realiza 35 voos semanais saindo de Aracaju para Salvador, Congonhas e para os três principais hubs da Companhia: Campinas, Belo Horizonte/Confins e Recife. Destas três cidades, os Clientes conseguem fazer conexão direta para vários destinos nacionais e internacionais.

I – Vagas Diversas

O Grupo GR está com 235 oportunidades de trabalho abertas para diferentes funções em São Paulo. Entre os destaques estão 105 vagas para vigilantes, 67 controladores de acesso e 19 para agentes de conservação, entre outros. Os selecionados serão contratados sob o regime CLT. A empresa, que está com cerca de 300 vagas de emprego este mês em todo o Brasil, oferece treinamentos contínuos e possibilidade de crescimento profissional. Mais informações: (www.grupogr.com.br), no ícone Trabalhe Conosco.

J – Cultura Chinesa

A Companhia Nacional da Ópera de Pequim chega ao Brasil em novembro para apresentar ao público o encanto das tradições e da cultura chinesa em um espetáculo mágico que reúne diferentes peças de dança, música, teatro, acrobacia e até artes marciais. As apresentações ocorrerão em Brasília, no dia 15 de novembro; no Rio de Janeiro, em 19 de novembro; e em São Paulo, em 21 de novembro. Os ingressos para as apresentações estão disponíveis no site (dellarte.com.br). - Fonte: Agenda Black



Livros em Revista

Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



A Casa do Penhasco

Daniel Carajescov – RG – O doutor Daniel sempre bem surpreende a cada nova edição livreira. Desta feita, urdiu e muito bem engendrada, uma estória fincada num interessante tripé. Três rapazes com opostas personalidades e anseios, tinham em comum uma forte e sólida amizade. Resolveram empreender na área jornalística. Aproveitando-se da expertise de um deles, abriram numa cidade interiorana, um jornal para disseminar suas ideias e ideais. Uma "tresloucada" aventura, de vez que não dispunham de recursos financeiros. O enredo possui ingredientes vários: amor, paixão, assassinatos, todavia, para este simples escriba, o que mais se destaca é a ética, honradez, extrema e inorredoura solidariedade. Como de hábito, os finais das obras do Daniel, são estonteantes, absolutamente inesperados. Suas 270 páginas são sorvidas com deliciosa rapidez. Sabe aquele livro que a mãe, ou alguém chama e respondemos: "Já vôô!!!" e vamos muito tempo depois, amanhã é a imersão? Pois é, este é o caso. Simplesmente prazeroso!!



Eu Odeio Funcionário! A respeito do respeito na gestão de pessoas e nos processos de RH

Armando Bordallo – Literare – O título irreverente evidencia o bom humor do autor, sem perder respeito ao leitor. Suas atitudes revelam um profissional, além de larga competência para lidar com seres humanos que é também um excelente gestor, numa área bastante complicada, nem sempre tratada com a devida reverência e importância. Bordallo, prestou serviços em grandes companhias o que lhe confere um cabedal importante o que gera credibilidade à obra. Casos de sucessos e leves escorregões, desfilam em suas páginas, com boas lições a serem seguidas, ou não. Bordallo tem o honesto intuito de resgatar a boa cumplicidade do RH no futuro das empresas, sempre tendo à frente a bandeira do tributo e alta consideração aos seus colaboradores. Isso fica bem patente nessa icônica obra, um verdadeiro manual de boas práticas. Oportuno!



A Trilogia da Frequência da Gratidão: Segunda Jornada: Aprofundando a comunicação interna

Claudia Cardillo – No longo trajeto da noite dos tempos a gratidão sempre esteve, e está presente, nas boas práticas pessoais, sociais, familiares, espirituais e religiosas. Não há como negar. Esse é o mote dessa segunda etapa da trilogia formulada pela digníssima autora. Num conteúdo forte, muito bem explanado, com instruções, comentários e exercícios, o leitor irá, em cada tema, enfronhando-se num sistema que o levará ao tão sonhado bem estar, equilíbrio e consequente norte reparador. Factive!!

www.bcctelevision.com.br

Assista ao programa Livros em Revista. Um canal repleto de novidades do universo literário. Entretenimento garantido!



Com apresentação de Ralph Peter.



MultTV lança treinamentos para os ISP's

Totalmente gratuito e exclusivo para clientes, os conteúdos ajudam a formatar negócios de sucesso com orientação aos empresários e funcionários do setor

A MultTV, especialista em compartilhamento de headend e streaming, anunciou o lançamento de uma série de treinamentos exclusivos voltados para provedores de internet (ISPs). A iniciativa visa capacitar empresários e funcionários do setor, ajudando a formatar negócios de sucesso por meio de conteúdos personalizados.

Dados da Association for Talent Development (ATD) destacam a importância de programas de treinamento. Empresas que investem nessas iniciativas podem observar uma melhora de até 218% na produtividade e nos resultados de seus funcionários. A MultTV busca não apenas aprimorar o desempenho de seus clientes, mas também proporcionar uma série de benefícios que podem englobar desde o cres-

cimento de faturamento por meio de ciclos de venda mais curtos até redução de custos de suporte que impactam em mais satisfação dos clientes e fortalecimento da marca.

Os treinamentos são divididos em diversos módulos, incluindo cinco voltados para empresários e outros seis para a área de vendas. Além disso, a MultTV também oferece capacitação para técnicos que cuidam das instalações nas residências e para o setor administrativo focado em agregar valor ao produto oferecido.

Com o intuito de democratizar o acesso à TV para todos os brasileiros, a MultTV reafirma seu compromisso com o sucesso de seus clientes e parceiros por meio dessa nova abordagem de capacitação. Os treinamentos são 100% gratuitos e exclusivos para clientes da empresa, refletindo a missão da empresa de contribuir para o crescimento e a competitividade do setor.

Consumo de vestuário: as compras de roupas pela internet

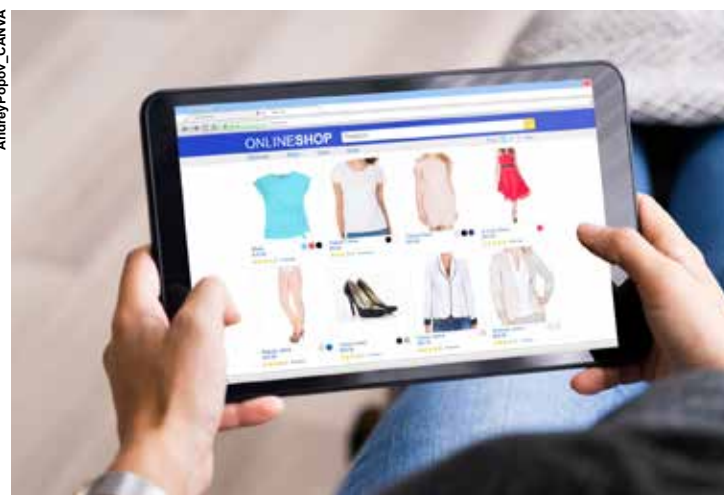
A maioria (57,6%) dos consumidores brasileiros prefere comprar roupas pela internet, do que ir até uma loja física para escolher as peças

O achado faz parte do novo levantamento realizado pela Koin, fintech especializada em "Buy Now, Pay Later" (BNPL), que destaca tendências de consumo dos brasileiros no setor de vestuário.

Em um questionário com respostas múltiplas, as peças em jeans despontaram como as campeãs de preferência dos consumidores, somando (53,8%) das intenções de compra. Já as roupas casuais aparecem com (48,4%), mesmo percentual dos calçados.

Moda praia e pijamas somam, respectivamente, (31,5%), enquanto roupas sociais somam 26,1% da intenção de compra dos brasileiros. Já as roupas importadas foram citadas como as mais compradas por 11,4%. Os números reforçam a mudança no perfil de consumo desde a pandemia. Com a comodidade e a variedade oferecida pelas lojas virtuais, o comércio eletrônico cresce ano a ano, transformando o cenário do varejo de moda.

"A conveniência de adquirir peças com poucos cliques, aliada a opções de



pagamento flexíveis, como o 'pix parcelado', permite que os consumidores invistam em roupas de qualidade, de maneira acessível e sem sair de casa", ressalta Juana Angelin, Chief Operating Officer da Koin. "Esse modelo não apenas facilita o processo de compra, mas também oferece mais liberdade de escolha e planejamento financeiro", completa.

• Consumidor quer desconto - Quando o assunto é a motivação para a compra, os descontos percentuais são o maior incentivo, com 63% dos participantes sendo atraídos por promoções. Brindes e programas de pontos também são importantes

diferenciais na hora da decisão de compra.

Cerca de (58,7%) dos respondentes disseram que costumam comprar produtos só quando precisam, (35,9%) compram mensalmente e (5,4%) têm o hábito de comprar semanalmente. As faixas de gasto mais comuns são de R\$ 350 a R\$ 500 (25%) e de R\$ 50 a R\$ 150 (23,4%). Apenas uma pequena parcela dos entrevistados (8,2%) afirma gastar mais de R\$ 1.000 mensais em roupas.

• Meios de pagamento mais diversificados - A pesquisa também revelou dados importantes sobre as formas de pagamento preferidas pelos consumi-

dores, com uma tendência de diversificação. Embora o cartão de crédito lidere (43,5%), o Pix tem se destacado como uma alternativa rápida e segura, sendo a segunda opção mais comum, com (23,9%) de adesão.

Vale ressaltar o crescimento do Pix Parcelado, uma inovação que tem atraído os consumidores, representando (12%) das formas de pagamento nas compras. "A expansão do Pix, especialmente na versão parcelada, aliada ao crescimento das compras online, aponta para um futuro em que a praticidade e a flexibilidade serão os grandes protagonistas", avalia Juana.

• Compras estratégicas - Com 56% do público composto por mulheres, na faixa de 41 a 55 anos (de 47,3%), a pesquisa mostra que a maioria dos respondentes reside na região Sudeste (38%), seguida pela região Nordeste (20,7%). A pesquisa ouviu 200 pessoas em todo o país, durante o mês de setembro. - Fonte e mais informações: (<https://www.koin.com.br/>).

O melhor passo para ganhar influência no digital é parecer bom

No mundo digital é preciso estratégia para ganhar visibilidade e melhorar a percepção do negócio, afinal a concorrência nas redes é enorme e o tempo de atenção do potencial consumidor é cada vez mais curto.

Há estudos que indicam que quem deseja influenciar no online tem apenas três segundos para chamar a atenção, e que a taxa média de retenção necessária para aumentar o alcance dos vídeos curtos é de apenas 70%. Ou seja, a capacidade de atenção vem diminuindo e exige mais esforço por parte das empresas que querem se destacar.

Segundo Jhonny Martins, vice-presidente do SERAC, hub de soluções corporativas, sendo referência nas áreas contábil, jurídica, educacional e de tecnologia, o primeiro passo de qualquer empreendedor que deseja ter bons resultados através das redes é parecer bom.

"Antes de qualquer coisa, as pessoas precisam te ver como uma referência,

enxergar valor no que você oferece. Depois, você se torna bom e, com o tempo, se prova bom. Se não parecer bom desde o início, nada adianta, porque a percepção vem antes da realidade", afirma.

Ele alerta, porém, que o produto ou serviço precisa ter de fato qualidade e resolver uma demanda do cliente. "Você precisa parecer bom para ganhar a atenção do consumidor, mas apenas parecer bom sem um produto ou serviço sólido só leva ao fracasso. O segredo, neste caso, é alinhar a comunicação com uma entrega de excelência", orienta.

Jhonny acredita que empreendedores precisam se lembrar que quem não é visto, não é falado; e que a forma como alguém é percebido conta muitos pontos para que o potencial cliente se aproxime ou não. "O mundo digital é uma ferramenta de grande potencial, mas é preciso saber usar", avalia o vice-presidente do SERAC. Confira algumas orientações para se destacar

nas redes sociais e parecer atrativo para seu público-alvo:

- 1) Ofereça conteúdo relevante** - O conteúdo precisa ser visualmente atraente e relevante para o público. Para isso, use imagens de alta qualidade, vídeos curtos e posts bem editados que reflitam os valores da sua marca e chamem a atenção.
- 2) Mantenha a frequência nas postagens** - É preciso postar de forma regular para manter o público engajado, por isso vale estabelecer um calendário de conteúdo que ajude a ganhar disciplina.
- 3) Interaja com o público** - Engaje com os seguidores respondendo a comentários e mensagens privadas. Faça perguntas e chame para a ação.

Seja autêntico: Compartilhe histórias, mostre os bastidores e se mostre como uma referência de sucesso. As pessoas gostam de ter em quem se inspirar - Fonte: Instagram @jhonnymartins.

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

3º Subdistrito - Penha de França
Dr. Mario Luiz Migotto - Oficial Interino

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

O pretendente: **EVANDRO ALVES DA CRUZ**, profissão: auxiliar administrativo, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 21/09/2000, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Everton Santos da Cruz e de Rosemary Alves da Silva. A pretendente: **MARIANA DIAS SACARDI**, profissão: recepcionista, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 17/05/2000, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Carlos Sérgio Sacardi e de Margaret Dias Sacardi.

O pretendente: **WALLISON DE BRITTO MARTINS**, profissão: designer, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 26/12/1990, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Anderson Martins e de Rita de Cassia de Britto. A pretendente: **MARIA GABRIELA DO AMARAL GOMES ANANIAS**, profissão: gerente comercial, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Belenzinho, SP, data-nascimento: 07/08/1995, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Roque Aparecido Ananias e de Valquíria do Amaral Gomes Ananias.

O pretendente: **DENNYS RIBEIRO DOS SANTOS**, profissão: enfermeiro, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Santo Amaro, SP, data-nascimento: 30/07/1984, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Sideni Ribeiro dos Santos e de Sirinilda Elias de Sousa Santos. A pretendente: **LUANA DA SILVA DIAS**, profissão: publicitária, estado civil: solteira, naturalidade: em Santo André, SP, data-nascimento: 04/04/1989, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Eustaquio de Araujo Dias e de Ironildes Lima da Silva Dias.

O pretendente: **LUCAS GOMES SILVA**, profissão: funcionário público municipal, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Vila Mariana, SP, data-nascimento: 10/09/1997, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Valmir Gomes Silva e de Alessandra Mônica Gomes. A pretendente: **BEATRIZ DE OLIVEIRA**, profissão: auxiliar de atendimento, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Itaquera, SP, data-nascimento: 26/08/1999, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Josias Luiz de Oliveira e de Sonia Maria de Oliveira.

O pretendente: **CLAYVES BORGES DE SOUZA**, profissão: autônomo, estado civil: divorciado, naturalidade: nesta Capital, Jabaquara, SP, data-nascimento: 26/12/1977, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Daniel Barbosa de Souza e de Eldia Borges de Souza. A pretendente: **DAMIANA CARLIN**, profissão: bancária, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 13/08/1977, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Hamilton Carlin e de Maria Nazaré Carlin.

O pretendente: **MARCELO PEREIRA LEITE**, profissão: contador, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Vila Matilde, SP, data-nascimento: 26/03/1980, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Jose Maria Leite e de Elizabeth Pereira Leite. A pretendente: **DEBORA DE PAULA CUNHA**, profissão: gerente de RH, estado civil: divorciada, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 06/09/1984, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de José Geraldo Fontes da Cunha e de Nelci Maria de Paula Cunha.

O pretendente: **KELVIN OLIVEIRA DA SILVA**, profissão: programador, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Jabaquara, SP, data-nascimento: 13/02/1997, residente e domiciliado na Vila Matilde, São Paulo, SP, filho de Luiz Carlos da Silva e de Vanessa Oliveira de Souza. A pretendente: **MARIA ELOIZA SANTANA CUENCA ALARCON**, profissão: advogada, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Vila Mariana, SP, data-nascimento: 27/04/1995, residente e domiciliada na Vila Matilde, São Paulo, SP, filha de Diogo Cuenca Alarcon e de Giane Aparecida Ferreira de Santana.

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

Dicas para empresas melhorarem sua segurança digital

O Brasil sofreu 60 bilhões de tentativas de ataques cibernéticos em 2023 segundo dados do FortiGuard Labs. A grande quantidade reforça necessidade de empresas e órgãos governamentais terem sistemas de segurança digital robustos

O gestor de Cloud, Diogo Bacelar, e o arquiteto de Soluções, Caio José Gomes Coelho, ambos Lanlink, listaram medidas e pontos de atenção que podem ser aprimorados no ambiente corporativo a fim de evitar ataques cibernéticos. Confira:

- **Pessoas** - É fundamental que as pessoas sejam corretamente informadas, conscientizadas e integradas culturalmente para compreenderem os riscos associados à exposição.
- **Processos** - Precisam ter uma estrutura sólida, incorporando a participação de todos os setores relevantes, consultorias especializadas e regulamentos como um ponto de referência fundamental.
- **Tecnologia** - O elemento mais direto serve para operacionalizar as necessidades identificadas anteriormente, e deve ser desenvolvida com responsabilidade, observando questões como privacidade de dados e responsabilidade social.



- **Hardening** - Consiste no mapeamento de ameaças, mitigação de riscos e adoção de ações corretivas a fim de aprimorar a infraestrutura para enfrentar tentativas de ataques. Dentre as ações estão a autenticação do usuário, autorização de acesso, manutenção de registros com vistas às auditorias e técnicas de acesso à infraestrutura.
- **Manutenção contínua de sistemas e estrutura existentes** - O processo ajuda a evitar possíveis brechas de segurança. Uma atualização impor-

tante não aplicada em um sistema não crítico, por exemplo, pode abrir brechas para algo muito maior.

- **Consultoria** - Muitas vezes a opinião de terceiros pode ser fundamental a fim de identificar eventuais falhas de segurança. Contar com um time robusto e com experiência de mercado faz toda a diferença.

Sofri um ataque. E agora? - Mesmo com medidas protetivas, os ataques podem acontecer. Os especialistas da Lanlink destacam a importância de uma prepara-

ção prévia para esse tipo de risco. "O ideal é que essa empresa tenha um plano de gestão de incidentes.

"Os procedimentos de recuperação precisam estar estabelecidos, prontos e apoiados por uma infraestrutura capaz de suportar as ações necessárias. O timing e o contexto na implementação são cruciais para assegurar a eficácia do processo de recuperação. É crucial que a empresa possua soluções tecnológicas que possam ser empregadas antes, durante e após um ataque cibernético, pontua Diogo Bacelar

Isso inclui gerenciamento e defesa de identidades e acessos, dispositivos, uso de soluções e aplicativos certificados e atualizados, estratégias de backup (com procedimentos apropriados e testes de recuperação validados), alta disponibilidade e redundância dos sistemas principais, além de uma equipe de suporte especializada em Cibersegurança", complementa. - Fonte e mais informações: (<https://www.lanlink.com.br/>).

Inovação, cibersegurança e tecnologia: tendências para as empresas

As empresas brasileiras avaliam que aspectos de inovação, cibersegurança e tecnologia representam as principais tendências de negócio para os próximos três anos. Essa constatação faz parte do estudo da EY sobre desafios e tendências das empresas na América Latina.

Foram entrevistados no total 1.379 executivos do C-Level de dez países latino-americanos entre fevereiro e março deste ano. A amostra brasileira é composta por 177 profissionais. Quase nove em cada dez respondentes (88%) escolheram "foco na inovação" como a tendência mais importante nos próximos três anos, seguida de "cibersegurança e proteção de dados", com 84%.

Na terceira e na quarta posições, apareceram "produtividade impulsionada pela tecnologia", com 82%, e "dados como ativo transversal a toda organização", com 78%. Por fim, "digitalização e indústria 4.0" e "disrupção da IA em novas áreas" vieram com 76% e 75% respectivamente.

"Há uma preocupação muito evidente de não ficar para trás. As empresas estão atentas às mudanças provocadas pela tecnologia, mas querem promovê-las com foco na inovação e no ganho de produtividade", observa Victor Guelman, sócio-líder de market e business development da EY Brasil. "Outro fator de atenção é com a cibersegurança e a proteção de dados, o que significa que precisa haver uma governança bem estabelecida para a utilização das novas tecnologias como a IA generativa", completa.

A IA é vista por 88% dos executivos brasileiros entrevistados como a mais importante tecnologia disruptiva nos próximos três anos, seguida da nuvem,


com 84%; de Big Data, com 81%; de Análise, com 79%; e da Conectividade 5G, com 77%. Nos Estados Unidos, para agilizar a adoção desses sistemas, há uma tendência das empresas comprarem plataforma de software de IA generativa ou fechar parceria com esses negócios.




No entendimento dos 500 CIOs entrevistados em estudo da EY em parceria com a Oxford Economics, esse investimento gera mais valor para suas organizações do que construir internamente os sistemas de IA. Os respondentes atuam em empresas de setores como varejo, saúde, manufatura, mobilidade, tecnologia e telecom.

- **Transformação digital** - O desafio "tecnologia e transformação digital" está entre os principais no âmbito interno que as empresas enfrentarão nos próximos três anos, com 21% das respostas, ainda segundo o estudo de desafios e tendências. A melhoria da eficiência operacional e a automatização e digitalização de processos representam a atividade dentro de "tecnologia e transformação digital" que demandará maior atenção dos executivos, de acordo com 47% das respostas.

Na sequência, empacadas com 37%, vieram as seguintes respostas: "definir uma estratégia, priorizar iniciativas e um plano de transformação digital" e "implementação e integração de plataformas, sistemas e tecnologia".

Por fim, com 32%, houve o reconhecimento por parte dos executivos entrevistados de que promover uma cultura digital, com treinamento de habilidades e gerenciamento de mudanças, é relevante. - Fonte: Agência EY - e-mail ey@fsb.com.br.



O JORNAL CERTIFICA


AS PUBLICAÇÕES LEGAIS

COM PONTUALIDADE E


TRANSPARÊNCIA, CUMPRINDO

AS NORMAS JURÍDICAS.


AFINAL, O JORNAL É LEGAL.




Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário



ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNALIS



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGENCIAS E VEÍCULOS ESPECIALIZADOS EM PUBLICIDADE LEGAL



JORNALIS DO INTERIOR

Oswaldo, Fernandes S/A. Artes Gráficas

CNPJ nº 61.407.060/0001-18 - NIRE 35300063341

Edital de Convocação (AGE)

Ficam convocados os senhores acionistas da Oswaldo, Fernandes S/A. Artes Gráficas, para se reunirem em Assembleia Geral Extraordinária, (AGE) a realizar-se em 04/11/2024, às 11:00 horas, em primeira chamada e às 11:30 em segunda chamada, no escritório FCSC Advogados, Sítio na Alameda Rio Negro, 585, 14º andar, torre "A", Conj. 143, no município de Barueri, Estado de São Paulo, telefone 11 2176 5800, a fim de deliberarem sobre a seguinte ordem do dia: (a) Proposta de consolidação dos Estatutos Sociais, dando-lhe nova redação; (b) Reforma do Estatuto Social, com base nos artigos 17, 21 e 22, para votar a extinção dos cargos de: Diretor Vice-Presidente, Diretor Comercial e Diretor Adjunto, previstos nos artigos: 6º, 7º, § 2º, (letras "a" até "d"); § 3º, §5º, letras "a" até "e", § 6º, e art. 7º, § 6º, letras "a" e "b"; art. 8º e art. 9º (c) A Minuta da nova redação dos Estatutos Sociais está à disposição dos acionistas para conhecimento prévio, e poderá ser consultada a todo tempo, até a data de votação, bastando que seja requerido o envio de cópia por meio do endereço de e-mail rohlfmoraes@gmail.com; (d) Outros assuntos de interesse da sociedade. Barueri, SP, aos 23 de outubro de 2024. **Patricia Beltran Fernandes** - Diretora Presidente.

Oswaldo, Fernandes S/A. Artes Gráficas

CNPJ nº 61.407.060/0001-18 - NIRE 35300063341

Edital de Convocação (AGO)

Ficam convocados os senhores acionistas da Oswaldo, Fernandes S/A. Artes Gráficas, para se reunirem em Assembleia Geral Ordinária, (AGO) a realizar-se em 04/11/2024, às 09:30 horas, em primeira chamada e às 10:00 em segunda chamada, no escritório FCSC Advogados, Sítio na Alameda Rio Negro, 585, 14º andar, torre "A", Conj. 143, CEP 0654.000 no município de Barueri, Estado de São Paulo, telefone 11 2176 5800, a fim de deliberarem sobre a seguinte ordem do dia: (a) Exame, leitura, discussão e votação do relatório da diretoria, do balanço patrimonial e respectivas demonstrações financeiras relativas ao exercício do ano de 2.023. (b) Aprovação das contas que compõem as demonstrações financeiras do exercício de 2.023. (c) Distribuição de lucros acumulados, relativamente ao exercício do ano de 2.023. (d) Análise e votação da carta de renúncia ao cargo, da Diretora CORACI GALLO BARBOSA, Diretora Adjunta, com mandato de 03 (três) anos, contatos de 10 de maio de 2022, até o dia 30 de abril de 2.025. (e) Eleição dos Membros da Diretoria, para posse em 1º de maio de 2.025. (f) Outros assuntos de interesse da sociedade. Barueri, SP, aos 23 de outubro de 2024. **Patricia Beltran Fernandes** - Diretora Presidente.

CONVOCAÇÃO A empresa **Lemam Construções e Comércio S.A.**, convoca o colaborador **Thiago da Costa Silva**, portador da CTPS 3071047 - série 0040 - CE a comparecer na sede da empresa na Rua Joaquim Floriano, 72 - Cobertura, Conj. 212 Itaim Bibi - SP no prazo máximo de 3 dias úteis para justificar suas faltas e tratar assuntos do seu interesse e de extrema relevância.

CONVOCAÇÃO A empresa **Lemam Construções e Comércio S.A.**, convoca o colaborador **Luciano Jesus Alves**, portador da CTPS 53366 - série 259 - SP a comparecer na sede da empresa na Rua Joaquim Floriano, 72 - Cobertura, Conj. 212 Itaim Bibi - SP no prazo máximo de 3 dias úteis para justificar suas faltas e tratar assuntos do seu interesse e de extrema relevância.

Luizcred S.A. Sociedade de Crédito, Financiamento e Investimento

CNPJ 02.206.577/0001-80 NIRE 35300152239

ATA SUMÁRIA DA ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA DE 15 DE AGOSTO DE 2024

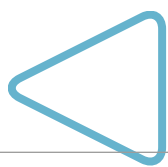
DATA, HORA E LOCAL: Em 15.08.2024, às 10h00, na Rua Maria Prestes Maia, 300, Sala 5ª, Carandiru, em São Paulo (SP). **MESA:** Carlos Renato Donzelli - Presidente; e Fernando Della Torre Chagas - Secretário.

QUORUM: Totalidade do capital social. **EDITAL DE CONVOCAÇÃO:** Dispensada a publicação conforme art. 124, §4º, da Lei 6.404/76 ("LSA"). **DELIBERAÇÕES TOMADAS POR UNANIMIDADE:** 1. Aprovado o aumento do capital social no valor de R\$ 600.000.170,92 (seiscentos milhões, cento e setenta e nove mil e novecentos e dois centavos), passando este de R\$ 995.999.632,68 (novecentos e noventa e cinco milhões, novecentos e noventa e nove mil, seiscentos e trinta e dois reais e sessenta e oito centavos) para R\$ 1.595.999.803,60 (um bilhão, quinhentos e noventa e cinco milhões, novecentos e noventa e nove mil, oitocentos e três reais e sessenta e oito centavos), mediante a emissão de 751.668 (setecentas e cinquenta e uma mil, seiscentas e sessenta e oito) novas ações nominativas e sem valor nominal, sendo 375.834 (trezentas e setenta e cinco mil, oitocentas e trinta e quatro) ações ordinárias e 375.834 (trezentas e setenta e cinco mil, oitocentas e trinta e quatro) ações preferenciais totalmente subscritas e integralizadas pelos acionistas, proporcionalmente às suas participações no capital social, ao preço de emissão de R\$ 798,22497555 por ação, preço este fixado com base no critério previsto no artigo 170, § 1º, inciso II da LSA, conforme segue: (i) o acionista Itaú Unibanco Holding S.A. subscrevu e integralizou 187.917 (cento e oitenta e sete mil, novecentas e dezessete) ações ordinárias e 187.917 (cento e oitenta e sete mil, novecentas e dezessete) ações ordinárias e 187.917 (cento e oitenta e sete mil, novecentas e dezessete) ações preferenciais, ao preço de emissão de R\$ 798,22497555, totalizando o montante integralizado de R\$ 300.000.085,46 (trezentos milhões, oitenta e cinco reais e quarenta e seis centavos), nos termos do Boletim de Subscrição; e (ii) o acionista Magazine Luiza S.A. subscrevu e integralizou 187.917 (cento e oitenta e sete mil, novecentas e dezessete) ações ordinárias e 187.917 (cento e oitenta e sete mil, novecentas e dezessete) ações preferenciais, ao preço de emissão de R\$ 798,22497555, totalizando o montante integralizado de R\$ 300.000.085,46 (trezentos milhões, oitenta e cinco reais e quarenta e seis centavos), nos termos do Boletim de Subscrição; 1.1. Registrado que o montante integralizado será recolhido ao Banco Central do Brasil ("BACEN") e permanecerá indisponível até a homologação deste aumento de capital pelo BACEN, nos termos do artigo 27, §1º, da Lei 4.595/64. 2. Como consequência das deliberações anteriores, o caput do art. 5º do Estatuto Social da Companhia passará a ser assim redigido: "Artigo 5º- O capital social é de R\$ 1.595.999.803,60 (um bilhão, quinhentos e noventa e cinco milhões, novecentos e noventa e nove mil, oitocentos e três reais e sessenta e oito centavos), dividido em 2.330.804 (dois milhões, trezentas e trinta mil, oitocentas e quatro) ações, sendo 1.165.402 (um milhão, cento e sessenta e cinco mil, quatrocentas e duas) ações ordinárias e 1.165.402 (um milhão, cento e sessenta e cinco mil, quatrocentas e duas) ações preferenciais, todas nominativas, sem valor nominal". 3. Consolidado o Estatuto Social, que, considerando a alteração anteriormente deliberada, passará a ser redigido na forma rubricada pelos presentes e a vigorar após a homologação das deliberações desta Assembleia pelo BACEN. **CONSELHO FISCAL:** Não houve manifestação do Conselho Fiscal, por não se encontrar em funcionamento. **ENCERRAMENTO:** Encerrados os trabalhos, lavrou-se esta ata que, lida e aprovada por todos, foi assinada. São Paulo (SP), 15 de agosto de 2024. (aa) Carlos Renato Donzelli - Presidente; e Fernando Della Torre Chagas - Secretário. **ACIONISTAS:** Itaú Unibanco Holding S.A. (aa) Rubens Fogli Netto e Fernando Della Torre Chagas - Diretor e Procurador, respectivamente; Magazine Luiza S.A. (aa) Roberto Bellissimo Rodrigues e Maria Isabel Bonfim de Oliveira - Diretores. Certificamos ser a presente cópia fiel da original lavrada em livro próprio. São Paulo (SP), 15 de agosto de 2024. (aa) Carlos Renato Donzelli - Presidente; e Fernando Della Torre Chagas - Secretário. JUCESP - Registro nº 386.108/24-9, em 21.10.2024. (a) Marina Centurion Dardani - Secretária Geral em Exercício.

"TÉRMINO DE CONTRATO DE EXPERIÊNCIA"

Sr. Lucas Vinicius Rodrigues Ribeiro - RG: 38.395.196-3 - S.P. Esgotados nossos recursos de localização e tendo em vista encontrar-se em local não sabido, informamos ao Sr. Lucas Vinicius Rodrigues Ribeiro, portador da RG: 38.395.196-3 - S.P., que o seu contrato de experiência iniciado em 22/07/24 terminou em 19/10/24, de modo que a partir desta data seus serviços não serão mais utilizados por esta empresa. Solicitamos o seu comparecimento em nosso escritório, a fim de assinar a documentação rescisória. São Paulo, 25 de Outubro de 2024. **LEMAM CONSTRUÇÕES E COMÉRCIO S.A.** Rua Joaquim Floriano, 72 - Cobertura - Cj. 212 - Itaim Bibi - São Paulo - SP.





As exclusões do Simples Nacional sobre os MEIs e pequenas empresas

Murillo Torelli (*)

A recente notificação da Receita Federal com a ameaça de exclusão do Simples Nacional a mais de 1,1 milhão de Microempreendedores Individuais (MEIs) e quase 755 mil microempresas coloca em evidência uma questão sensível aos pequenos negócios: as dívidas

Com um montante que soma R\$ 26,7 bilhões em dívidas pendentes, a possibilidade de exclusão dessas empresas do regime simplificado a partir de 1º de janeiro de 2025 pode representar um grande revés para o empreendedorismo no país.

O Simples Nacional foi criado justamente para facilitar o pagamento de tributos, desburocratizando o processo e aliviando a carga fiscal para pequenos empresários e MEIs. Porém, o acúmulo de dívidas, agravado por crises econômicas recentes, especialmente a pandemia e seus impactos econômicos, leva muitos a ficarem em situação de inadimplência.

A exclusão do Simples Nacional implicaria um aumento significativo nos custos fiscais e operacionais, já que os empresários passariam a ser tributados de acordo com regimes mais complexos e custosos.

Para muitos MEIs, as dívidas com a Receita podem ser vistas como um obstáculo quase intransponível. Muitos desses empreendedores trabalham com margens de lucro apertadas e, por vezes, encontram-se em situações de informalidade parcial, dificultando a regularização das pendências fiscais.

Além disso, a complexidade envolvida no processo de contestação e a falta de conhecimento sobre os canais digitais da Receita, como o Domicílio Tributário Eletrônico do Simples Nacional (DTE-SN), dificultam ainda mais o processo de regularização. É preciso considerar que, para os MEIs, a exclusão do Simei traz um impacto direto e imediato.

Perder o enquadramento significa não apenas a elevação de custos, mas

também a perda de benefícios, como a facilidade de contribuição para o INSS e a simplificação do cálculo de impostos. o processo de contestação via Delegacia de Julgamento da Receita Federal, apesar de ser um direito garantido, pode ser intimidante e burocrático, especialmente para quem já enfrenta dificuldades na gestão do negócio.

Diante desse cenário, o papel dos contadores se torna ainda mais crucial. Cabe ao profissional contábil orientar os empresários quanto às obrigações fiscais, os prazos e as formas de regularização. A atuação proativa do contador pode evitar que o empreendedor perca os benefícios do Simples Nacional por desconhecimento ou falta de planejamento.

Para os MEIs, que muitas vezes não possuem um acompanhamento contábil constante, campanhas de conscientização e esclarecimento são essenciais.

O uso de plataformas digitais, como o Portal do Simples Nacional e o Portal e-CAC, ainda é um desafio para muitos empreendedores. A falta de familiaridade com esses canais pode fazer com que os prazos de pagamento ou contestação passem despercebidos.

Aqui, o contador pode atuar como facilitador, ajudando na consulta de débitos e na escolha das melhores opções de parcelamento, além de garantir que as comunicações eletrônicas sejam efetivamente lidas e compreendidas. Como professor e contador, vejo essa situação como um reflexo de um sistema que, apesar de bem-intencionado, ainda falha em abarcar as particularidades e as dificuldades enfrentadas pelos pequenos negócios no Brasil.

O Simples Nacional deve continuar a ser um regime de inclusão e incentivo ao empreendedorismo e não um fardo adicional. O desafio está em encontrar formas de apoiar esses empresários a regularizarem suas dívidas e se manterem ativos, contribuindo para o desenvolvimento econômico do país. A exclusão não pode ser a única resposta.

(*) - É professor de Ciências Contábeis do Centro de Ciências Sociais e Aplicadas da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Pix força empresas a adaptarem suas ofertas de métodos de pagamento

Praticamente sinônimo de transação comercial, já que o termo “faz um Pix” já está enraizado no jargão popular, essa opção de pagamentos representa uma importante fatia do mercado brasileiro

Pertencente aos denominados “métodos A2A” (conta a conta, na tradução em português), a categoria é uma verdadeira tendência no Brasil e na América Latina, com o estudo The Global Payments Report 2024 apontando que, até 2027, 50% do setor de pagamentos nacional será englobado por ela.

Dessa maneira, as empresas, principalmente de comércio eletrônico, enfrentam o desafio de adaptarem suas plataformas para tê-la. Para se ter uma ideia, o estudo E-commerce Trends 2025 aponta o Pix como favorito por 87% dos usuários do e-commerce. Além disso, um levantamento do Confi.Neotrust aponta que o método de pagamento movimentou cerca de R\$ 32 bilhões no segmento em 2023.

“Se formos reparar, a história das transações comerciais no Brasil e na América Latina é marcada pela digitalização e adoção de opções cada vez mais digitais. Tanto isso é verdade que um dos métodos mais tradicionais para se adquirir algo, o dinheiro em espécie, está ficando escasso. Dados do Banco Central apontam que a circulação de papel moeda caiu 8% nos três anos de existência do Pix”, explica Walter Campos, gerente geral da Yuno, orquestradora global de pagamentos.



Dessa maneira, o lojista que não disponibiliza o Pix para seus usuários corre o risco de perder vendas e ficar para trás, vendo o cliente ir para os concorrentes. Recentemente, um estudo da Opinion Box apontou que 78% dos consumidores do e-commerce costumam abandonar seus carrinhos online. Desse total, 13% alega não completar suas compras por conta da falta do seu método de pagamento favorito.

“Com a revolução digital que estamos vendo, não se adaptar às novas necessidades gera muitos prejuízos e perda de receita. O estudo The Global Payment 2024 aponta que as opções mais utilizadas no Brasil são o cartão de crédito, que representa atualmente 26% do setor, e o Pix, com 29%. Com isso, é praticamente obrigatório aos varejistas

contar com eles em seu checkout”, pontua Walter Campos.

Contudo, mesmo com tamanho sucesso do Pix, o executivo recomenda aos lojistas que mantenham o maior número de métodos de pagamento possíveis em sua plataforma, pois essa é uma forma de englobar um contingente maior de consumidores.

É um erro achar que o checkout deve ter somente aquela opção mais popular. Isso porque as pessoas escolhem a forma de pagar de acordo com suas necessidades. Por exemplo, alguém que costuma parcelar por seus produtos tende a escolher o cartão de crédito, assim como aqueles que optam pelas carteiras digitais porque podem ser acessadas até mesmo por smartwatches.

Sendo assim, para ter um checkout completo e que agrade a todos os tipos de clientes, o profissional recomenda que os lojistas online adotem soluções como a orquestração de pagamentos, tecnologia em que, por meio de um clique, o varejista consegue habilitar as opções que mais deseja sem burocracia.

Enquanto da forma tradicional, negociando método por método, se leva mais ou menos 52 semanas para integrar tudo, com essa tecnologia a resolução se dá entre 2 e 6 semanas. Além disso, a gestão é mais simples, já que as informações ficam todas em uma única tela.

A tecnologia oferece melhores taxas de aprovação, já que a compra passa por diferentes provedores. Então, caso a aquisição seja recusada em um deles, o sistema redireciona para um outro caminho, de preferência com menores taxas, o que aumenta as chances de sucesso e gera economia de custos.

“Além disso, por trabalharem com os melhores antifraudes do mercado, deixam o comércio eletrônico mais seguro em relação aos golpes mais comuns”, finaliza Walter Campos. - Fonte e outras informações: (<https://www.yuno/pt-br>).

Empresas familiares detém 65% do PIB, mas enfrentam desafios pela sobrevivência

Pequenas empresas familiares são a espinha dorsal da economia brasileira, conforme aponta o IBGE. Elas são responsáveis por 65% do PIB do país e geram 75% dos empregos. Além disso, cerca de 90% das empresas têm perfil familiar, evidenciando a relevância desse modelo de negócio para a economia nacional.

Porém, a continuidade dessas empresas nem sempre é garantida. O Índice Global de Empresas Familiares, da PwC, mostra que apenas 36% dessas empresas conseguem chegar à segunda geração. Esse número cai para 19% na terceira geração e apenas 7% sobrevivem até a quarta, ressaltando a necessidade de planejamento e estratégia para garantir a longevidade dos negócios familiares.

• Desafios e oportunidades - Conduzir uma pequena empresa familiar já é desafiador por natureza, especialmente quando o negócio é administrado por poucas pessoas. A gestão de conflitos familiares é uma das principais dificuldades enfrentadas, conforme explica Rafael Mafra, especialista em Governança Corporativa e Conselheiro de Administração Certificado - CEO da Digiwork Inteligência Contábil.

“A mistura da vida familiar com os negócios é bastante complicada. Muitas vezes os sonhos de um familiar não são os mesmos dos outros. A falta de diversificação de renda também pode ser um grande risco,” destaca ele.

Outro obstáculo recorrente é a falta de um planejamento sucessório bem estruturado.



Sem um plano claro para a continuidade do negócio, muitos empreendimentos familiares acabam não resistindo à troca de geração. Além disso, pequenas empresas familiares enfrentam dificuldades para acessar recursos financeiros, por conta de garantias limitadas e histórico financeiro ainda em desenvolvimento.

• Vantagens frente a empresas maiores - Apesar dos desafios, empresas familiares possuem vantagens que podem ser decisivas para o sucesso. A confiança entre os membros da família contribui para um ambiente de trabalho coeso e colaborativo, facilitando a tomada de decisões rápidas.

A flexibilidade operacional também é um ponto positivo, permitindo que essas empresas se adaptem rapidamente às mudanças de mercado e às necessidades dos clientes. “A proximidade com a comunidade local é um diferencial importante. Muitas

empresas familiares são reconhecidas pela tradição e pelo atendimento personalizado, algo que empresas maiores muitas vezes têm dificuldade em replicar,” comenta Mafra.

• Orientações para o sucesso - Para que as pequenas empresas familiares prosperem, é essencial separar as questões pessoais das profissionais e investir na profissionalização da gestão. Quando se fala em profissionalizar a gestão, não implica necessariamente em contratar terceiros, mas sim, também, a profissionalização dos familiares! Um planejamento sucessório bem definido é fundamental para garantir a continuidade do negócio ao longo das gerações.

“Buscar orientação externa, como consultorias especializadas de contadores especialistas e advogados societários, pode ajudar a tomar decisões estratégicas e explorar novos mercados. Além disso, a governança é essencial: separar as finanças da empresa das pessoais e considerar fontes alternativas de renda para a família. E, por fim, é crucial que os familiares ocupem posições para as quais estejam qualificados, assim como seria exigido de qualquer outro candidato,” aconselha Mafra.

No final das contas, o sucesso das pequenas empresas familiares depende de encontrar um equilíbrio entre manter a tradição e inovar, preservando o legado da família enquanto se adaptam às exigências modernas do mercado. - Fonte e outras informações: (<https://www.digiworkcontabil.com.br/>).



Como funciona o banco de horas negativo do trabalhador?

João Valença (*)

O Banco de Horas Negativo é um tema que frequentemente gera dúvidas tanto entre empregados quanto empregadores

Na prática, ele se configura quando o trabalhador cumpre menos horas do que o estipulado em sua jornada regular, acumulando um saldo de horas “negativas”, que são registradas pelo empregador. Essas horas devem ser compensadas posteriormente pelo empregado, por meio de jornadas adicionais em outros dias, sem receber adicional por isso.

Esse tipo de banco de horas é um mecanismo amplamente utilizado nas empresas brasileiras, pois oferece flexibilidade tanto para o empregador quanto para o empregado. No entanto, seu uso precisa estar formalmente acordado, seja por contrato individual ou por convenção coletiva, garantindo que ambas as partes compreendam os seus direitos e deveres.

A falta de clareza na gestão desse sistema pode gerar conflitos trabalhistas, muitas vezes levando à necessidade de mediação da Justiça. O Banco de Horas Negativo, se mal administrado, pode resultar em prejuízos para o trabalhador, motivo pelo qual é importante que todas as partes envolvidas estejam cientes das regras e prazos estabelecidos.

Além disso, esse mecanismo funciona como uma forma de compensar horas não trabalhadas durante um determinado período, com a contrapartida do empregado cumprir horas extras em outros momentos, sem o pagamento de adicional. Essa flexibilidade pode ser interessante em períodos de menor demanda, permitindo que a empresa ajuste a carga horária de seus funcionários sem recorrer a demissões. Por outro lado, o trabalhador pode usar essa possibilidade para conciliar questões pessoais, desde que esteja ciente da necessidade de compensação futura.

É fundamental que o Banco de Horas Negativo seja gerenciado de forma transparente, respeitando os limites de horas a serem compensadas e os prazos legais. O artigo 59 da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) permite

a compensação de horas trabalhadas a mais, desde que respeitado o limite de 10 horas diárias, mas não aborda diretamente o conceito de horas negativas. No entanto, entende-se que, desde que exista acordo formal, é possível aplicar a mesma lógica ao acúmulo de horas devidas.

Para o trabalhador, a compensação de horas negativas deve ocorrer dentro de um período de seis meses, ou até um ano, caso seja previsto em acordo coletivo. Caso o empregado não consiga compensar essas horas no período estipulado, é possível que o empregador desconte essas horas do salário, desde que isso esteja previamente acordado.

Essa forma de gerenciamento da jornada de trabalho pode ser vista como uma ferramenta positiva, pois possibilita uma flexibilidade maior para ambas as partes. No entanto, é necessário que os limites da legislação sejam respeitados e que a gestão dessas horas seja feita de forma criteriosa. O trabalhador tem o direito de acompanhar seu saldo de horas, garantindo que o sistema seja aplicado de forma justa.

Em caso de rescisão contratual, o Banco de Horas também deve ser acertado entre as partes. Se o trabalhador tiver horas extras acumuladas, elas deverão ser pagas como horas extras, com os adicionais previstos em lei. Por outro lado, se houver saldo negativo, ou seja, se o trabalhador tiver horas a compensar, o desconto desse saldo dependerá do que foi acordado previamente.

Por fim, um ponto importante a ser destacado é que horas negativas não podem ser descontadas das férias. As férias são um direito garantido por lei, e o acerto do Banco de Horas deve ser feito sem comprometer o período de descanso do trabalhador.

O Banco de Horas Negativo pode ser uma ferramenta eficaz na gestão de jornadas de trabalho, desde que seja utilizado de maneira transparente, com regras claras e dentro dos limites da legislação trabalhista. Ambos, empregador e empregado, devem estar cientes de seus direitos e deveres para evitar conflitos futuros.

(*) - É advogado e fundador do VLV Advogados, referência nacional em Direito do Trabalho.

Cliente no centro: qual a importância dos pontos de contato das empresas?

Qual o melhor ponto de contato para que uma empresa se comunique com seu cliente e eleve suas vendas? Depende de vários aspectos

Renan Cardarelli (*)

Nesta era altamente digital que vivemos, cada um de nós tem seus canais preferidos para se relacionar com uma marca e adquirir seus produtos ou serviços – o que exige delas a máxima participação nesses meios para que não só esteja presente onde seu público está, como também garanta uma jornada de compra fluida para sua satisfação e retenção.

Conforme dados divulgados pelo próprio Google, cerca de 75% dos usuários acessam cinco ou mais pontos de contato antes de tomar uma decisão de compra. Essa amplitude reflete, nitidamente, a rigorosidade e complexidade do processo de decisão dos consumidores atualmente, que envolve diversas interações online e/ou offline antes de fazer essa escolha e finalizar sua aquisição.

Todos esses pontos irão interferir, de uma forma ou outra, na finalização desta jornada pelos clientes. Mas, como decidir, dentre tantas opções, em qual canal seu negócio deve estar?

Novamente, a resposta irá variar. Empresas varejistas de roupas ou comércios alimentícios, por exemplo, tendem a ter um maior engajamento e conversão através do Instagram. Outras, de serviços, podem obter maior visibilidade e aumento de vendas em anúncios e estratégias pautadas no Google.



Miriam_GAVVA

Cada negócio deverá aplicar uma pesquisa a fim de determinar quais canais se mostram mais vantajosos para suas operações, auxiliando a direcionar qual ponto de contato deverá ser reforçado e quais outros não precisam de tanto investimento e esforços pela equipe de marketing.

Note, porém, que reforçamos a importância de estabelecer prioridades, não de excluir, completamente, outros canais que também podem ser relevantes para essa conexão e que, inclusive, servirão de apoio caso alguma outra rede repentinamente fique fora do ar.

Imagine, como citado acima, uma marca varejista que foca suas estratégias no Instagram, e se mantém pouco presente em outro ponto de contato. Caso esta primeira rede fique offline por tempo significativo, a empresa pode perder uma alta quantidade de vendas, além de ter chances de deixar de responder seus usuários e, com isso, gerar uma insatisfação preocupante para sua imagem e funcionamento – brand equity.

Apesar de sempre existir um canal onde a presença da marca será mais forte, todo negócio deve diversificar seus pontos de contato com seus clientes, garantindo que tenham a mesma linguagem e estejam em sintonia quanto ao posicionamento. Afinal, no caso de um consumidor acessar o Instagram

da empresa e encontrar uma comunicação totalmente divergente da qual mantém no LinkedIn, sua experiência pode ser prejudicada.

Coloque-se no lugar do seu cliente e questione o que você gostaria de encontrar se procurasse pela sua marca no online ou offline. Pergunte-se o que seria determinante para adquirir os produtos ou serviços desejados, junte essa visão à aplicação de uma pesquisa de mercado e, com base nas respostas obtidas, trabalhe com um plano de ação estratégico nesse sentido.

Hoje, temos quatro gerações economicamente ativas no mercado (baby boomers, Geração X, Y e Z). Cada uma tem suas características e preferências no que buscam em uma empresa, o que torna complexo “agradar” e atrair todos esses públicos para uma única marca.

Cada qual terá seu processo de compra, o que reforça a importância da omnicanalidade nos pontos de contato para que sua empresa esteja presente em todos os canais e com uma comunicação alinhada, a fim de conseguir chegar tanto nas redes mais utilizadas pela gen. Z até as dos baby boomers.

(*) - É CEO da IOBEE - Assessoria de Marketing Digital e Tecnologia (<https://iobee.com.br/>).

Blindagem patrimonial é alternativa para proteger bens

Em um ambiente marcado por instabilidade econômica e complexidade regulatória, a busca por soluções de blindagem patrimonial se tornou uma prioridade para aqueles que desejam assegurar a preservação de suas conquistas e evitar riscos que possam comprometer seu patrimônio pessoal.

A crescente insegurança jurídica no Brasil tem gerado um ambiente de incerteza para empresários e investidores, que passam a adotar outras estratégias para proteger seus bens e capitais. Considerando o cenário, investir no exterior tem se mostrado uma opção atraente para brasileiros que buscam proteger e diversificar seu patrimônio.

Especialistas financeiros recomendam a diversificação em moedas fortes, como o dólar americano, para reduzir os riscos associados às oscilações do mercado local e aumentar a rentabilidade a longo prazo. De acordo com Caio Mastrodomenico, consultor financeiro e autor do livro “Me Formei Médico e não Empresário - E Agora?”, a blindagem patrimonial surge como uma das principais ferramentas para quem busca se proteger de passivos empresariais e contingências jurídicas.

“Esse mecanismo visa garantir que bens pessoais, como imóveis, veículos, investimentos e dinheiro, não sejam afetados por questões organizacionais ou dívidas empresariais”, conta, ao acrescentar que a estratégia envolve a adoção de medidas tributárias e jurídicas que se antecipem a possíveis problemas, permitindo maior tranquilidade em meio ao cenário econômico e legal brasileiro.

“Proteger o patrimônio é mais do que uma escolha estratégica, é uma necessidade para garantir a continuidade dos negócios e a estabilidade financeira pessoal. A blindagem patrimonial oferece um escudo contra os imprevistos que podem surgir na trajetória empresarial”, diz.

• **Como realizar uma blindagem patrimonial** - Para quem busca realizar a blindagem patrimonial de forma eficaz, existem diversas alternativas. A criação de hol-



dingos patrimoniais, por exemplo, permite abrigar bens de uma pessoa física em uma estrutura jurídica separada, dificultando que credores ou litígios afetem diretamente o patrimônio pessoal.

Outra solução envolve a constituição de empresas offshore, localizadas em países com tributação mais favorável, o que pode garantir sigilo e proteção contra execuções fiscais e dívidas. Além disso, outras opções, como a doação de bens com reserva de usufruto e a instituição de bem de família, podem ser usadas para proteger o patrimônio em caso de disputas judiciais ou execuções trabalhistas.

Investir em fundos exclusivos ou adotar um regime de casamento que proteja os bens pessoais também são estratégias recomendadas para quem deseja se resguardar de forma eficaz. “Apesar das vantagens, é fundamental que a blindagem patrimonial seja realizada com o apoio de consultores jurídicos e financeiros especializados, a fim de evitar que o processo seja interpretado como tentativa de fraude ou evasão fiscal”, pontua.

A regularização da situação fiscal dos bens e o pagamento de tributos em dia são passos importantes para garantir que o procedimento seja legítimo. - Fonte e mais informações: (<https://www.instagram.com/caio.mss/>).



eternalcreative_CANVA

JORNADA EMOCIONANTE E DESAFIADORA

DESAFIOS DE MONTAR UMA STARTUP: DICAS PARA EMPREENDEDORES

Montar uma startup é uma jornada emocionante e desafiadora que exige visão, determinação e uma abordagem estratégica. Embora muitos empreendedores entrem no mundo das startups com ideias inovadoras, poucos estão cientes dos desafios complexos que os aguardam.

Segundo Cristiano Freitas, CEO da Syhus Contabilidade, “a contabilidade é um dos pilares fundamentais que pode fazer toda a diferença entre o sucesso e o fracasso de uma startup.” Este artigo explora os principais desafios na criação de uma startup e oferece dicas valiosas para superá-los, com um foco especial na importância da contabilidade.

1 A Importância da Ideia e do Planejamento – O primeiro desafio enfrentado por empreendedores é encontrar uma ideia que não apenas seja inovadora, mas que também resolva um problema real no mercado. “Antes de qualquer coisa, é crucial validar a sua ideia. Realizar uma pesquisa de mercado para entender as necessidades e desejos do público-alvo é fundamental”, destaca Cristiano.

Um planejamento robusto é igualmente essencial. Um plano de negócios não é apenas um documento burocrático; ele serve como um roteiro estratégico que orienta o desenvolvimento da startup. Um bom plano deve incluir:

Análise de Mercado: Identifique o tamanho do mercado, as tendências e a concorrência. Utilize ferramentas como pesquisas de opinião e entrevistas com clientes potenciais para coletar dados relevantes.

Modelo de Negócio: Defina claramente como sua startup irá gerar receita. Considere diferentes fontes de receita, como vendas diretas, assinaturas ou freemium, e elabore projeções financeiras realistas.

Estratégia de Marketing – Detalhe como você planeja promover sua startup e alcançar seu público-alvo. Inclua táticas digitais, como marketing de conteúdo e redes sociais, que são fundamentais para startups.

2 Desafios Financeiros e Contabilidade – A gestão financeira é um dos aspectos mais críticos para o sucesso de uma startup. Muitos empreendedores cometem o erro de subestimar a importância da contabilidade desde o início. Contabilidade não é apenas uma obrigação legal; ela é uma ferramenta estratégica que fornece informações sobre a saúde financeira do seu negócio.

Os principais desafios financeiros incluem

Controle de Fluxo de Caixa – O fluxo de caixa é a vida de qualquer negócio. Sem um controle rigoroso, sua startup pode rapidamente enfrentar dificuldades financeiras. Acompanhar diariamente suas receitas e despesas é fundamental. Ferramentas de gestão financeira podem ajudar a visualizar o fluxo de caixa de forma clara e eficaz.



Gestão de Custos – Muitos empreendedores não têm uma noção clara de onde estão gastando seu dinheiro. Implementar um sistema de categorização de despesas pode ajudar a identificar áreas onde é possível cortar custos e otimizar operações.

Projeções Financeiras – Criar projeções financeiras realistas é essencial para atrair investidores e planejar o futuro do negócio. “Use dados históricos e análises de mercado para fundamentar suas previsões. Isso aumentará a credibilidade do seu plano de negócios.”

3 A Construção de uma Equipe Competente – Montar uma equipe talentosa e alinhada à visão da startup é um desafio que não pode ser subestimado. Você pode ter a melhor ideia do mundo, mas sem uma equipe que compartilhe sua paixão e comprometimento, será difícil alcançar o sucesso.

Dicas para construir uma equipe forte incluem

Definição Clara de Papéis – Cada membro da equipe deve entender seu papel e responsabilidades. Isso não apenas melhora a eficiência, mas também ajuda a evitar conflitos.

Cultura Organizacional – Estabeleça uma cultura que promova inovação, transparência e colaboração. Isso pode ser alcançado através de reuniões regulares e feedback contínuo.

Recrutamento Estratégico – Ao contratar, procure não apenas habilidades técnicas, mas também a compatibilidade cultural. A dinâmica da equipe é fundamental para o ambiente de trabalho e a produtividade.

4 Navegando na Burocracia e Legalização – A formalização de uma startup pode ser um processo complicado, e a burocracia pode ser um obstáculo significativo. “É essencial entender os requisitos legais desde o início. Ignorar a legislação pode resultar em multas e até na interrupção das operações da sua empresa”, alerta Cristiano.

Os principais passos para uma legalização eficiente incluem

Registro da Empresa: Escolha a estrutura jurídica mais adequada (MEI, LTDA, EIRELI) e registre sua empresa na Junta Comercial. A estrutura escolhida afetará sua tributação e responsabilidade legal.

Licenças e Alvarás: Verifique quais licenças e alvarás são necessários para operar no seu setor. Isso varia de acordo com a localidade e o tipo de negócio.

Assessoria Jurídica: Considerar a consulta a um advogado especializado pode ajudar a garantir que você esteja ciente de todas as obrigações legais e que sua empresa esteja em conformidade.

5 Adaptação e Flexibilidade – O mercado de startups é dinâmico e está sempre em mudança. A capacidade de se adaptar rapidamente às novas circunstâncias e feedback dos clientes é fundamental para a sobrevivência. As startups devem estar dispostas a mudar sua abordagem ou até mesmo seu modelo de negócios baseado nas necessidades do mercado.

Dicas para melhorar a adaptabilidade: feedback do Cliente - Crie canais para coletar feedback dos usuários e esteja aberto a ajustar seu produto ou serviço com base nas sugestões recebidas.

Monitoramento de Tendências – Esteja sempre atento às tendências do setor e inovações tecnológicas que possam impactar seu negócio.

Cultura de Aprendizado – Incentive sua equipe a aprender constantemente e a se adaptar a novas metodologias e tecnologias. Isso ajudará a manter a empresa competitiva.

Montar uma startup é uma jornada repleta de desafios, mas também de oportunidades. Com uma preparação adequada, uma equipe dedicada e uma gestão financeira sólida, os empreendedores podem superar os obstáculos que surgirem no caminho. A contabilidade desempenha um papel crucial nesse processo, oferecendo orientações valiosas que podem guiar as decisões estratégicas.

“A contabilidade deve ser vista como uma aliada na sua jornada empreendedora, não apenas como uma formalidade. Investir tempo em entender os princípios contábeis e aplicá-los desde o início pode ser o diferencial que levará sua startup ao sucesso”, conclui Cristiano Freitas.

Seguir essas dicas e estar ciente dos desafios pode ser a diferença entre o sucesso e o fracasso de sua startup. Portanto, prepare-se, aprenda com cada passo e avance com confiança rumo ao seu objetivo de transformar sua ideia em um negócio de sucesso, finaliza Cristiano Freitas CEO da Syhus. - Fonte e mais informações: (<https://syhus.com.br/>).

