

INFLUENCIAR, INSPIRAR E CONDUZIR

O MAIOR DESAFIO DE LIDERAR? LIDERAR A SI MESMO

▶▶ Leia na página 8

CRM: como a ferramenta está auxiliando a gestão de lojas e o crescimento do varejo

Centralização de dados e a automatização de processos reduzem erros e aumentam a eficiência da equipe contribuindo para o sucesso do lojista

Devido ao mercado estar cada vez mais acirrado, os lojistas enfrentam o desafio constante de manter e expandir sua base de clientes. Para alcançar esse objetivo, o uso de ferramentas tecnológicas que auxiliem na gestão do relacionamento com os consumidores tornou-se fundamental.

O sistema de CRM-Customer Relationship Management (Gestão de Relacionamento com o Cliente) surge como um aliado estratégico, oferecendo soluções que vão além da organização de contatos e pedidos.

A implementação desse sistema permite que os lojistas entendam melhor as necessidades e preferências dos seus clientes. Com uma visão mais clara sobre os hábitos de compra e o comportamento de cada consumidor, é possível personalizar ofertas e melhorar a comunicação.

Isso resulta em um aumento significativo na satisfação e na fidelização dos clientes, criando um ciclo positivo que gera mais vendas e fortalece a marca no mercado. De acordo com Rica Mello, especialista em gestão de empresas e fundador do grupo BCBF, o CRM tem a função de aprimorar o relacionamento com o público, e ao mesmo tempo proporciona maior controle sobre as operações internas do negócio.

“A centralização de dados e a automatização de processos reduzem erros e aumentam a eficiência da equipe”, pontua, ao destacar que dessa forma o lojista consegue focar seus esforços no desenvolvimento de estratégias que realmente façam a diferença, como campanhas de marketing direcionadas e promoções personalizadas.

Por dentro da utilização do CRM – A possibilidade de segmentar os clientes

iStock/CANVA



de acordo com diferentes critérios, como comportamento de compra, localização e preferências são pontos estratégicos. Isso permite que os lojistas criem campanhas direcionadas, aumentando as chances de conversão.

Essa abordagem personalizada não só otimiza o orçamento de marketing, mas também fortalece o vínculo com seus consumidores, permitindo acompanhar o ciclo de vida dos clientes, desde o primeiro contato até o pós-venda. Esse processo ajuda os lojistas a identificar oportunidades de melhoria e a ajustar suas estratégias para maximizar os resultados.

Ao monitorar todo o processo de interação com o cliente, é possível identificar quais etapas da jornada precisam ser aprimoradas, garantindo uma melhor experiência de compra.

Facilidade na gestão das equipes de vendas e atendimento – Com todas as informações centralizadas, os gestores conseguem acompanhar o desempenho em tempo real e tomar decisões baseadas em dados concretos. A automatização de tarefas como envio de e-mails e lembretes de follow-up também libera tempo dos colaboradores para focar em atividades mais

estratégicas, o que reflete diretamente na produtividade.

Integração dos diversos canais de atendimento – Com a expansão do e-commerce e a popularização das redes sociais como ferramentas de vendas, os lojistas precisam garantir que a comunicação com o cliente seja consistente, independentemente do meio utilizado. O CRM permite que todas as interações sejam registradas em um único lugar, facilitando o acompanhamento e oferecendo uma experiência omnichannel.

Análises detalhadas de performance, tendências de mercado e feedbacks dos clientes ajudam a prever comportamentos futuros e a planejar ações mais assertivas. Essa inteligência de dados é essencial para antecipar demandas e adaptar o negócio às mudanças do mercado. O uso de CRM não se resume a organizar informações.

Trata-se de uma transformação na forma como os lojistas gerenciam seus negócios, proporcionando maior agilidade, eficiência e rentabilidade. “Ao adotar esse sistema, os lojistas estão otimizando suas operações, além de criar um ambiente propício para o crescimento sustentável no longo prazo”, finaliza o CEO do grupo BCBF. -Fonte e outras informações: (<https://ricamello.com.br/>).

O custo das violações de dados e os desafios da cibersegurança

Nos últimos anos, a América Latina tem registrado um aumento preocupante nos custos médios das violações de dados, o que revela um cenário cada vez mais complexo e desafiador para a cibersegurança na região. ▶▶

E-commerce brasileiro corresponde por 9% do varejo total no país

A edição brasileira do Relatório de varejo on-line de 2024, desenvolvido globalmente pela FTI Consulting sobre tendências em comércio eletrônico, destaca que o comércio eletrônico brasileiro tem grande potencial de expansão. ▶▶

Taxação das Big Techs: para o equilíbrio econômico e competitivo

Recentemente, o governo brasileiro anunciou que pretende, ainda neste semestre, enviar ao Congresso Nacional uma proposta para a taxação das big techs (grandes empresas de tecnologia). ▶▶

Como a cultura de inovação impacta o trabalho remoto?

Pós-pandemia, o home office ganhou força e se tornou um requisito essencial para muitas pessoas ao considerar novas oportunidades de emprego. Esse modelo oferece flexibilidade, redução de tempo de deslocamento e uma melhor conciliação entre vida pessoal e profissional. No entanto, ele também trouxe desafios como a sensação de isolamento, a dificuldade de comunicação e a manutenção da produtividade. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Foto: APS/Divulgação



Movimentação de cargas: Porto de Santos confirma recorde no ano

O Porto de Santos, principal complexo portuário do Brasil, registrou a movimentação de 137,4 milhões de toneladas de cargas no acumulado de janeiro a setembro. O volume representa um crescimento de 7,7% em relação ao mesmo período de 2023, quando foram movimentadas 127,6 milhões de toneladas. Esse desempenho é a melhor marca histórica para o período. Um dos destaques foi o aumento de 11,2% nos desembarques de cargas, que somaram 35,4 milhões de toneladas. Os embarques (foto) também registraram crescimento expressivo, com alta de 6,5%, totalizando 102,0 milhões de toneladas. ▶▶ **Leia a coluna completa na página 3**

News@TI

Reprodução/Web Summit



BoardAcademy participa do Web Summit Lisboa 2024

@A BoardAcademy, EdTech especializada em formar, desenvolver e certificar profissionais para atuação em conselhos, estará presente no Web Summit Lisboa 2024, que acontecerá entre os dias 11 e 14 de novembro. O evento reúne líderes de startups, grandes empresas, investidores e políticos para discutir o futuro da tecnologia, com mais de 1.000 palestrantes e diversas oportunidades de networking para os 70 mil participantes. A empresa também integrará a delegação da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX), sendo uma oportunidade única para ampliar a visibilidade e o alcance internacional do conceito Lean Governance, ou Governança Enxuta, em tradução livre para o português. Segundo o CEO do evento, Paddy Cosgrave, neste ano, a conferência contará com o maior número de startups já registradas na história. Ele enfatizou o crescimento contínuo do evento e a relevância das startups como peça central (<https://websummit.com/>). ▶▶ **Leia a coluna completa na página 2**

Relatório anual Direction of Technology Ecosystem

A TDSYNEX divulgou seu terceiro relatório anual Direction of Technology Ecosystem com foco na região da América Latina e do Caribe, revelando que, à medida que o cenário tecnológico evolui, as empresas planejam investir em uma infraestrutura tecnológica robusta, alavancar tecnologias de alto crescimento e trabalhar em estreita colaboração com parceiros especializados e confiáveis. O relatório global foi divulgado no início deste mês com base em uma pesquisa com mais de 1.000 revendedores de tecnologia, integradores de sistemas, provedores de serviços e provedores de serviços gerenciados de mais de 60 países em todo o mundo. Aproximadamente 200 das respostas vieram de países da América Latina, e esse novo relatório destaca as descobertas exclusivas das empresas da região. Para fazer o download do novo relatório Direction of Technology Ecosystem, acesse: <http://ms.spr.ly/LACDoTPOR>.

OPINIÃO

Dia Internacional da Internet: o impacto da IA nos motores de busca

Kefreen Batista (*)

No Dia Internacional da Internet, comemorado em 29 de outubro, vale refletir sobre os mecanismos de busca.

Com apenas um clique, milhões de resultados aparecem em questão de segundos, demonstrando a importância dessa tecnologia para os negócios e o cotidiano. Mas você já se perguntou como ela realmente funciona?

Os motores de busca utilizam algoritmos sofisticados para rastrear, indexar e analisar páginas da web, determinando a relevância de cada conteúdo para consultas específicas. Ao longo dos anos, essas ferramentas evoluíram com a incorporação de aprendizado de máquina e Inteligência Artificial (IA), permitindo respostas mais precisas e personalizadas.

Nos últimos anos, a IA se tornou central em empresas como Google e Microsoft. Tecnologias como o processamento de linguagem natural e o reconhecimento de imagens tornaram esses motores mais inteligentes, ajudando-os a compreender a intenção do usuário e a oferecer resultados mais adequados. Um exemplo é o Bing, que utiliza IA para fornecer sugestões durante as pesquisas, enquanto o Google emprega o algoritmo RankBrain para interpretar consultas complexas, identificando sinônimos e relações entre palavras.

Com a chegada de novos modelos avançados de IA, como o GPT-Search da OpenAI, a experiência de busca continua a evoluir. Atualmente, o GPT-Search está em lista de espera, mas promete oferecer uma nova abordagem para melhorar a precisão e a qualidade dos

resultados ao integrar capacidades de geração de linguagem e compreensão contextual. O modelo será capaz de fornecer respostas mais naturais e personalizadas, ampliando a maneira como os usuários interagem com as ferramentas de busca.

Esses algoritmos de IA utilizam aprendizado de máquina para "aprender" com grandes volumes de dados, identificando padrões e tendências, o que melhora a qualidade das previsões e recomendações. No entanto, o processo por trás dos motores de busca é bastante complexo. Tudo começa com o rastreamento da web, onde bots (robôs) exploram a internet em busca de novos conteúdos, seguindo links e construindo um índice atualizado de informações.

Após a indexação, os algoritmos entram em ação, analisando fatores como palavras-chave e a qualidade dos links apontando para uma página, determinando quais conteúdos serão mais úteis para o usuário.

À medida que essas tecnologias continuam a evoluir, podemos esperar que o GPT-Search e outras inovações no campo da IA desempenhem papéis cada vez mais importantes, oferecendo resultados de busca mais precisos e personalizados.

A Inteligência Artificial está, sem dúvida, moldando o futuro dos motores de busca, e seu impacto será cada vez mais relevante na transformação digital das empresas, sendo peça-chave para o avanço da inovação tecnológica.

(*) Vice-presidente de tecnologias na Globant, empresa nativa digital focada em reinventar negócios por meio de soluções tecnológicas inovadoras.

Há 55 anos era transmitida a primeira mensagem pela internet

Há 55 anos, no dia 29 de outubro de 1969, o estudante da Universidade da Califórnia, Los Angeles (UCLA) Charley Kline, tentou transmitir o texto "login" para um computador do Stanford Research Institute.

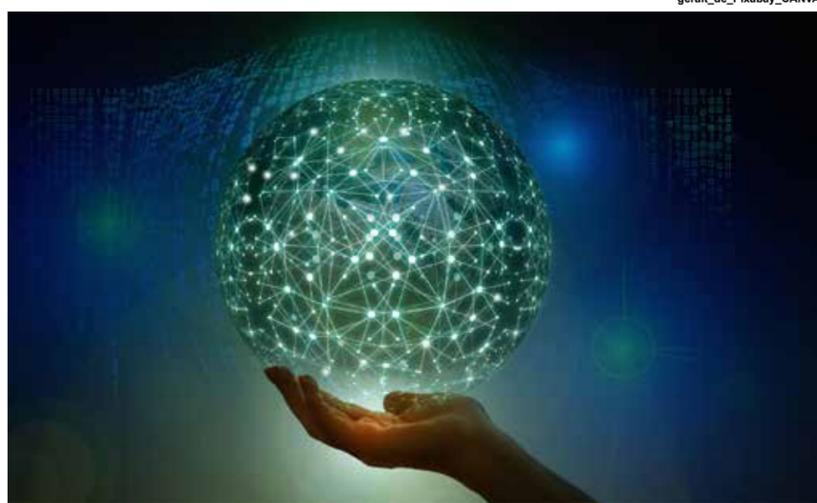
Vivaldo José Breternitz (*)

O texto seria o primeiro a ser transmitido pela Arpanet, a precursora da internet moderna e mantida pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos. Mas a rede caiu após a digitação da letra "o" - assim, o destinatário, o professor Bill Duval da Universidade de Stanford, recebeu apenas duas letras: "lo".

Assim, esse "lo" se tornou a primeira mensagem enviada via internet. Cerca de uma hora depois a rede voltou ao ar e o texto completo, "login", foi transmitido com sucesso.

Em 1969, apenas quatro universidades tinham computadores conectados à rede: UCLA, Stanford, Universidade da Califórnia, Santa Barbara e Universidade de Utah. A Arpanet conectava universidades que trabalhavam para o Departamento de Defesa no âmbito do programa ARPA (agora DARPA - Defense Advanced Research Projects Agency) desenvolvendo novas tecnologias para uso militar.

Dois anos depois, em 1971, o primeiro e-mail foi enviado pelo pesquisador do



MIT, Ray Tomlinson, enquanto a World Wide Web como a conhecemos hoje foi concebida teoricamente em 1989 pelo cientista da computação britânico Tim Berners-Lee no CERN (Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire) de Genebra, e a primeira página da web foi publicada em 1991.

É impressionante pensar na evolução do assunto: só o WhatsApp, apenas dos possíveis canais para enviar mensagens na atualidade, tem dois bilhões de usuários que enviam cem bilhões de mensagens por dia.

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

Setor de Tecnologia cresce e Big Techs buscam profissionais com boa capacidade criativa, aponta estudo

Com o desenvolvimento de novas tecnologias como as IAs e as tensões geopolíticas que afetam o mercado, as Big Techs têm lidado cada vez mais com constantes transformações no setor de gestão e tecnologia, o que se reflete na busca por profissionais mais adequados às novas exigências.

De acordo com o relatório "Future of Jobs", publicado pela World Economic Forum, as empresas, em especial, as big techs, valorizam profissionais com pensamento analítico e uma boa capacidade criativa na resolução de problemas.

Vinicius Walsh, especialista em transição de carreiras e Diretor da Transite, destaca as habilidades mais valorizadas atualmente no setor. "Atualmente, o mercado valoriza muito a boa capacidade de gestão e análise de dados. A criatividade também é outra habilidade muito relevante"

O relatório do World Economic Forum ainda traz que o setor de tecnologia está entre as áreas com maior crescimento recente, representando boa oportunidade para novos profissionais. Contudo, para ingressar no mercado, a capacitação é essencial, principalmente nas novas tendências.

Assim, ter conhecimento em linguagens de programação, Inteligência Artificial e Machine Learning proporciona um diferencial para novos candidatos, uma vez que essas tecnologias estão cada vez mais sendo integradas ao dia a dia das corporações. Além disso, segundo o estudo "The data-driven enterprise of 2025", da McKinsey Digital, saber operar bases de dados e analisar grandes volumes



de informação é essencial, principalmente quando os colaboradores conseguem extrair insights relevantes da mineração de dados.

Segundo Vinicius, uma boa maneira de se preparar para as vagas abertas no setor se dá pelo investimento em capacitação. "Para se preparar para vagas no setor de tecnologia, é importante adotar uma abordagem estratégica. Estudar linguagens de programação, ferramentas de desenvolvimento e frameworks usados pelas empresas, obter certificações renomadas e criar um portfólio são essenciais para uma boa colocação".

Outro ponto importante para os profissionais que desejam ingressar em uma big tech é entender que cada empresa tem uma cultura distinta. Conhecer o funcionamento de uma grande corporação e como ela lida

no mercado pode ser um diferencial em uma entrevista, principalmente devido à crescente preocupação das empresas com questões envolvendo responsabilidade social e sustentabilidade. Soft skills como comunicação, liderança e capacidade de gerenciar equipes multiculturais e remotas também são muito valorizadas.

Além disso, estar atento e buscar uma constante atualização se torna essencial para uma boa colocação no mercado. Dessa maneira, Vinicius Walsh destaca quais tendências o setor de gestão e tecnologia deve apresentar para o futuro. "Principalmente um maior uso de Inteligências Artificiais para otimizar processos, maior análise de dados para tomada de decisões e uma prioridade para proteção de dados com o aumento de ameaças cibernéticas são pontos destacáveis para o futuro e que apresentam tendência de crescimento".

Assistente digital "Tá Calculado" para revolucionar cálculos judiciais

A Bernhoeft, referência nacional em consultoria empresarial, anuncia o lançamento do "Tá Calculado", um assistente digital inovador desenvolvido para otimizar cálculos judiciais. A ferramenta tem como objetivo transformar o dia a dia de advogados e departamentos jurídicos, oferecendo uma solução automatizada e intuitiva para cálculos cíveis indenizatórios, com eficiência, precisão e economia de tempo.

Com uma interface amigável e de fácil uso, o "Tá Calculado" permite que os usuários façam o upload de documentos processuais e recebam os cálculos de forma automática, eliminando a necessidade de conhecimentos técnicos avançados. Além disso, a ferramenta inclui recursos exclusivos, como a simulação de cenários alternativos, que auxiliam na tomada de decisões mais informadas e na

gestão de prazos. "Nosso objetivo é simplificar processos complexos, permitindo que os profissionais jurídicos se concentrem em suas atividades estratégicas, enquanto o "Tá Calculado" cuida dos cálculos de maneira rápida e precisa", destaca Catarina Fernandez, analista de processos de negócios na Bernhoeft e responsável pela ferramenta (www.bernhoeft.com.br).

News @TI

Redbelt Security e SecurityScorecard anunciam parceria

A Redbelt Security acaba de anunciar uma parceria estratégica com a SecurityScorecard. Ao integrar as tecnologias, a Redbelt expande suas capacidades de monitoramento e avaliação contínua, oferecendo aos seus clientes uma visão abrangente e automatizada sobre a postura de segurança cibernética, tanto interna quanto da cadeia de suprimentos. Atualmente, o Brasil enfrenta um crescimento das ameaças cibernéticas, com incidentes que variam desde vazamentos de dados massivos até ataques direcionados a organizações públicas e privadas. Além disso, as empresas precisam lidar com regulamentos cada vez mais rigorosos, como a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados), e um ambiente de negócios complexo, em que 98% das organizações estão conectadas a pelo menos um fornecedor que sofreu uma violação nos últimos dois anos segundo o relatório Global Cybersecurity Outlook 2024 (publicado pelo World Economic Forum) (https://www.redbelt.com.br/).

Preparação para o Enem: Faculdade Anhanguera oferece recursos inovadores gratuitos

Com o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) marcado para os dias 3 e 11 de novembro e mais de 5 milhões de inscritos, muitos estudantes intensificam sua busca por maneiras mais eficientes de se preparar. Para apoiar essa jornada, a Faculdade Anhanguera, oferece uma série de ferramentas gratuitas que prometem transformar a forma de estudo e auxiliar o ingresso na vida profissional. O Enem se consolidou como uma das principais portas de entrada para o ensino superior no Brasil. Segundo dados do Censo do Ensino Superior 2023, o número de participantes do exame cresceu consideravelmente desde sua criação em 1998, destacando sua relevância no acesso às faculdades. No último ano, 2,7 milhões de pessoas participaram do exame (https://p.anhanguera.com/desafioenem2024/).

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@agenteliterarioph.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.

Colaboradores: Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro.

ISSN 2595-8410

Mercado financeiro eleva previsão da inflação de 4,5% para 4,55%

A previsão do mercado financeiro para o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) – considerado a inflação oficial do país – passou de 4,5% para 4,55% este ano, estourando o teto da meta de inflação definida pelo Conselho Monetário Nacional (CMN)

A estimativa está no Boletim Focus de ontem (28), divulgado pelo Banco Central (BC) com a expectativa de instituições financeiras para os principais indicadores econômicos.

Em setembro, puxado pela conta de energia elétrica das residências, a inflação no país foi de 0,44% após o IPCA ter registrado deflação de 0,02% em agosto. De acordo com o IBGE, em 12 meses o IPCA acumula 4,42%. Para alcançar a meta de inflação, o BC usa como instrumento a taxa básica de juros, a Selic, definida em 10,75% ao ano pelo Copom. Para o mercado financeiro, a Selic deve encerrar 2024 em 11,75% ao ano.

Quando o Copom aumenta a taxa básica de juros a fina-



Para 2025, a projeção da inflação também subiu de 3,99% para 4%.

lidade é conter a demanda aquecida, e isso causa reflexos nos preços porque os juros mais altos encarecem o crédito e estimulam a poupança. Quando a taxa Selic é reduzida, a tendência é que o crédito fique mais barato, com incentivo à produção e ao consumo, reduzindo

o controle sobre a inflação e estimulando a atividade econômica.

A projeção das instituições financeiras para o crescimento da economia brasileira neste ano subiu de 3,05% para 3,08%. No segundo trimestre do ano,

o PIB subiu 1,4% em comparação com o primeiro trimestre. De acordo com o IBGE, na comparação com o segundo trimestre de 2023, a alta foi de 3,3%.

Para 2025, a expectativa para o PIB é de crescimento de 1,93%. Para 2026 e 2027, o mercado financeiro estima expansão do PIB também em 2%, para os dois anos.

Em 2023, também superando as projeções, a economia brasileira cresceu 2,9%, com um valor total de R\$ 10,9 trilhões, de acordo com o IBGE. Em 2022, a taxa de crescimento havia sido de 3%. A previsão de cotação do dólar está em R\$ 5,45 para o fim deste ano. No fim de 2025, estima-se que a moeda norte-americana fique em R\$ 5,40 (ABR).

TSE promete pesquisa sobre motivos de abstenção

A Justiça Eleitoral fará uma pesquisa para descobrir as causas das abstenções e tentar reduzir o não comparecimento nas próximas eleições, em 2026, disse a presidenta do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), ministra Cármen Lúcia. As ausências subiram de 21,68% no primeiro turno para 29,26% no segundo.

“Tivemos casos climáticos, outros problemas. Vamos verificar e ver o que podemos aperfeiçoar. Vamos ter que apurar em cada local e trabalhar com os dados”, afirmou Cármen Lúcia ao fazer o balanço do segundo turno das eleições municipais. O TSE fará uma pesquisa com os Tribunais Regionais Eleitorais para identificar os principais entraves ao comparecimento de eleitores em cada localidade. Ela prometeu apresentar um relatório antes da diplomação dos candidatos eleitos, em dezembro.

Tradicionalmente, a abstenção aumenta entre o primeiro e o segundo turno, principalmente por causa de eleitores descontentes com os dois candidatos. As eleições de 2024 registraram o segundo maior volume de ausências da história, só perdendo para 2020, no auge da pandemia da Covid-19, quando 23,2% deixaram de votar no primeiro turno e 29,5% no segundo turno.

A ministra advertiu que o TSE precisará tratar localmente as variáveis que influenciam a abstenção. “Houve município que teve 16% de abstenção e houve município com 30%”, justificou (ABR).

Vendas pelo celular sobem 17% no Brasil e superam ritmo global

A Mobmio, plataforma de performance mobile, estima que as compras via smartphones aumentaram 17% no Brasil durante o primeiro semestre de 2024, superando o crescimento global de 15%. Os especialistas analisaram mais de 26 milhões de pedidos, incluindo mais de 500 mil no Brasil. O ticket médio das compras dos brasileiros subiu de R\$ 36,1 para R\$ 37,3, e o ticket médio global subiu de US\$ 25,5 para US\$ 28,7.

No m-Commerce (venda por meio de dispositivos móveis), a categoria de Eletrônicos foi a mais comprada via smartphones, representando mais de 28% das vendas móveis em 2024, embora tenha diminuído em relação a 2023, quando representava 32%. O setor de Moda veio em seguida, com 20,5% dos pedidos, registrando um crescimento significativo em relação ao primeiro semestre de 2023, quando roupas, calçados e acessórios correspondiam a menos de 15% das vendas móveis.

Outras categorias populares entre os brasileiros incluem produtos para casa e jardim (9%), brinquedos e itens de hobby (7,1%), produtos de beleza e saúde (6,8%) e artigos esportivos (5,2%). Também são comuns as compras de produtos infantis (4,6%) e peças e acessórios automotivos (4,5%). As categorias que mais cresceram em vendas móveis no primeiro semestre de 2024 foram roupas femininas (+35%), brinquedos (+22%) e produtos para casa (+21%).

O número de empresas brasileiras que firmam parcerias com aplicativos móveis, fabricantes de smartphones e outras fontes de tráfego por meio de redes de afiliados cresceu mais de 10% neste ano e a expectativa é de um crescimento ainda maior em 2025. Para enfrentar os desafios gerados por esse aumento, as marcas estão adotando duas abordagens principais: aumentar os investimentos em pessoal e contratados adicionais, ou investir em automação. - Fonte: (https://mobmio.com/).

O impacto da IA no WhatsApp

Alex Winetzki (*)

Difícil imaginar tecnologia que faça mais parte do dia a dia do brasileiro que o WhatsApp. O serviço já ganhou até dois apelidos diferentes: "What's" e "zap"

Por isso é que a chegada da Inteligência Artificial (IA) no WhatsApp é tão impactante. Para a maioria dos nossos conterrâneos, será a primeira experiência explícita, cotidiana com a IA. Mas como exatamente será essa experiência?

Sem titubear, logo de cara, algumas novidades chamam a atenção de seus usuários: É possível conversar com a IA usando voz, em tempo real; a IA pode gerar e editar imagens diretamente nas conversas, permitindo que os usuários criem visuais personalizados simplesmente digitando comandos como "imagine".

Outro recurso poderoso é a função de "memória de chat", que personaliza as interações. Esta função lembra preferências e detalhes dos usuários. Por exemplo, ajuda a não esquecer o aniversário da sogra, ou reforça a lembrança de dar aquela passadinha no mercado para comprar sorvete para o fim de semana. A IA é multilíngue, suportando vários idiomas para atender a um público global.

Então, a Meta IA vai aprender com pessoas do mundo todo (Índia e Brasil são os maiores mercados do WhatsApp). E as novidades não param por aí! Virão muitas pela frente. O objetivo geral é que a IA forneça sugestões e respostas bem relevantes, para melhorar nossa experiência geral. Mas será que inserir toda essa gama de funções no nosso bom e velho WhatsApp não arrisca complicar tudo demais?

Uma das grandes virtudes desta ferramenta poderosa foi sempre seu foco: nos ajudar a nos comunicar rapidamente, sem entraves. E o uso desses dados pela Meta, como ficarão exatamente as questões de privacidade, transparência, propriedade da informação? E como as questões comerciais (anúncios) se integrarão nisso tudo?

Hoje, temos muitas pessoas que se informam prioritariamente por meio de notícias ("notícias") que recebem pelo WhatsApp. Como serão recebidas as informações e sugestões apresentadas pela IA - com o mesmo grau de credulidade e credibilidade?

Questões que certamente ainda serão bastante debatidas e, enquanto isso, estaremos usando todo dia a Meta AI. Quantas vezes por dia você abre o WhatsApp?

(*) - É CEO da Woopi, empresa de IA, referência em soluções digitais (https://woopi.com.br/).

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

FATO RELEVANTE

O Banco Bmg S.A. (B3: BMGB4) ("Banco"), em atendimento à Lei nº 6.404/76, conforme alterada, e a Resolução CVM nº 44/21, conforme alterada, comunica aos seus acionistas e ao mercado em geral que, em 25 de outubro de 2024, foram concluídas as assinaturas do 6º Aditamento ao Acordo de Acionistas do Banco entre Espólio de Flávio Pentagna Guimarães, Bmg Participações S.A., Água Boa Participações S.A., Antônio Mourão Guimarães Neto, Rivage Participações S.A., São Judas Tadeu Participações S.A., Ângela Annes Guimarães, Regina Annes Guimarães e Ricardo Annes Guimarães, tendo por objeto (a) a atualização do Acordo de Acionistas do Banco em razão do falecimento de Flávio Pentagna Guimarães e extinção de seu usufruto, (b) a instituição do usufruto sobre ações para Ângela Annes Guimarães, Regina Annes Guimarães e Ricardo Annes Guimarães, (c) a adesão de Antônio Mourão Guimarães Neto ao Acordo de Acionistas do Banco, e (d) a uniformização dos Acordos de Acionistas do Banco e da Bmg Participações S.A. A celebração do 6º Aditamento ao Acordo de Acionistas do Banco não implica qualquer mudança no bloco de controle do Banco e foi realizada em continuidade de reorganização societária, patrimonial e sucessória da Família Guimarães. O Acordo de Acionistas do Banco, conforme aditado, ficará arquivado na sede social do Banco e sua cópia será disponibilizada para consulta nos websites do Banco (www.bancobmg.com.br) e da CVM (www.cvm.gov.br), nos termos da Resolução CVM nº 80/22, conforme alterada. São Paulo, 25 de outubro de 2024.

FLÁVIO PENTAGNA GUIMARÃES NETO - Diretor Executivo Vice-Presidente e Relações com Investidores

NEGÓCIOS em PAUTA
lobato@netjen.com.br

A - Mulheres na Exportação
A ApexBrasil e o Centro de Comércio Internacional (ITC) lançaram a ferramenta SheTrades Brazil Hub. Trata-se de um centro de recursos que irá capacitar as empreendedoras com informações, habilidades e redes necessárias para aumentar sua participação no comércio internacional. O objetivo é qualificar empresas comandadas por mulheres por meio de atividades como treinamentos, mentorias e ações de promoção comercial e atração de investimentos estrangeiros. Mais informações, acesse: (https://apexbrasil.com.br/shetrades).

B - Mercado de Capitais
A BSM Supervisão de Mercados, principal autorreguladora do mercado de capitais brasileira, lançou um Guia de Alertas para apoiar os participantes dos mercados administrados pela B3 no cumprimento dos seus deveres de controle e de monitoramento estabelecidos na regulação e autorregulação vigentes. O documento reúne boas práticas para identificação de indícios de atipicidades em ofertas e em operações e também exemplos e sugestões para os participantes desenvolverem alertas relacionados a possíveis condutas irregulares e atípicas, conforme disposto na Resolução CVM 62. Confira em: (https://www.bsmsupervisao.com.br/).

C - Movimento nos Supermercados
Neste 3º trimestre, os supermercados registraram um crescimento de 8% nas vendas, em comparação com o mesmo período do ano anterior. A pesquisa mostrou que o mês de setembro foi responsável por uma desaceleração nos resultados do período. O mês isolado obteve um crescimento de apenas 2% em relação ao mesmo período do ano passado, enquanto os meses de julho e agosto registraram um aumento de 9% e 11% nas vendas. Outros destaques foram o aumento de 3% no volume total de compras (209,3 milhões de NFs), e o crescimento de 5% no gasto médio por compra (R\$112,42). Os dados são do Monitor do Varejo Alimentar da TOTVS.

D - Programação para Mulheres
O Programa Mulheres In Tech, destinado a desenvolver mulheres em situação de vulnerabilidade social, está com 50 vagas abertas nas regiões Norte e Nordeste para o curso de educação socioemocional e Front-End (linguagem de programação). A formação é oferecida pela Fly Educação, ONG que capacita pessoas em vulnerabilidade social para o mercado de trabalho. O curso tem duração de três meses e meio, e as aulas acontecem às terças-feiras e quintas-feiras, das 19h às 21h, no formato síncrono com aulas online e ao vivo. Inscrições e mais informações: (https://www.flyeducacao.org/mulheres-in-tech-17-norte-e-nordeste).

E - Visando o Halloween
Pesquisa do Sebrae-SP destaca que os pequenos negócios estão de olho nas comemorações do Halloween. Cerca de 16,6 mil pequenos negócios devem se beneficiar com o aumento das vendas para a data. Desse total, cerca de 30% (4,8 mil) são Microempreendedores Individuais (MEIs). Entre as ações estão: decoração do estabelecimento (32%), seguido de divulgação (29%) e criação de promoções e kits (28%). Para 90% dos empreendedores, a data tem um impacto positivo para o seu negócio. 74% acreditam que as suas vendas irão aumentar nesse período, seguidos pelos que acreditam que a empresa receberá novos clientes (43%), além das empresas que irão lançar novos produtos (20%).

F - Gestão e Liderança
Nos dias 26 e 27 de novembro, no Transamérica Expo Center, em São Paulo, acontece a 24ª edição do hsm+, o mais relevante e desejado encontro de gestão e liderança da América Latina, que reunirá mais de 200 das principais vozes globais e protagonistas do cenário brasileiro em mais de 100 horas de conteúdo. Uma oportunidade para o networking entre investidores, gestores e líderes. Entre os temas: Gestão ESG, Marketing e Growth, Tecnologias Exponenciais, Inovação e Disrupção, IA e Big Data, Economia e Finanças, Produtividade Consciente, Liderança Transformadora e Economia Prateada. Saiba mais em: (https://hsmmais.com.br/).

G - Indústria da Construção
Marcado para o dia 26 de novembro em Brasília, a 99ª edição do 'Encontro Nacional da Indústria da Construção (ENIC)/Política e Estratégia', promovido pela Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC), está chegando. O ENIC é reconhecido por ser o principal evento do setor da construção no Brasil, promovendo o debate sobre temas cruciais para o desenvolvimento da infraestrutura do país e a geração de emprego. A expectativa é que o encontro reforce o diálogo entre o público e o privado, buscando soluções conjuntas para os desafios nacionais. Saiba mais: (https://cbic.org.br/enic/99/).

H - Flores para Finados
Uma série de fatores deve contribuir, de acordo com o Ibraflor – Instituto Brasileiro de Floricultura – para o incremento das vendas de flores este ano no Dia de Finados. O principal deles está no fato de um menor número de pessoas aproveitar o feriado para viajar, já que a data ocorre em um sábado, sem a possibilidade de emenda dos dias de folga. Desta forma, as visitas aos cemitérios devem aumentar. A expectativa do Ibraflor é que as vendas sejam de 6% a 7% maiores do que em 2023, nesta mesma data. "Finados" representa 3% do total anual de vendas da floricultura nacional.

I - Mulher Empreendedora
No dia 2 de dezembro, o Conselho da Mulher Empreendedora e da Cultura promoverá a 5ª edição do Liberdade para Empreender, no Clube Monte Líbano, em São Paulo. O evento terá várias palestras e oficinas, além de gerar networking, proporcionar experiências e a conexão das participantes com diversas marcas. As empreendedoras também poderão participar de Oficinas complementares direcionadas para capacitação, que abordarão assuntos como visibilidade digital, franchising e exportação, além de apresentações de profissionais que falarão sobre saúde mental, autoestima e comunicação, entre outros temas. Saiba mais em: (https://liberdadeparaempreender.com.br/).

J - Mestrado ou Doutorado
Se você está em busca de uma oportunidade para aprimorar sua formação científica na área de matemática na USP São Carlos, pode se inscrever em uma das 20 vagas oferecidas para quem concluir a graduação e 20 para quem terminar o mestrado até o início do próximo semestre. As oportunidades são oferecidas pelo Programa de Pós-Graduação em Matemática. Para acessar o edital e o formulário de inscrição para o mestrado, basta acessar: (https://icmc.usp.br/e/2ac18). No caso do doutorado, acesse (https://icmc.usp.br/e/d3f63). São reservadas quatro posições para quem se declarar preto ou pardo e uma para indígenas.

Conectividade e IA como forças motrizes para o desenvolvimento econômico da América Latina

Darío Werthein (*)

O acesso à conectividade, à informação e à comunicação é a chave para um futuro próspero

O mundo está à beira da revolução da Inteligência Artificial. Mas centenas de milhões de pessoas ainda não tiveram acesso, nem mesmo, à internet e permanecem fora da economia digital. Este é um desafio imenso que exige, mais do que nunca, a articulação público-privada.

Questões como meio ambiente, cidadania, geração de renda, emprego, saúde e educação dependem do acesso básico à tecnologia e à informação. Sem acesso universal à tecnologia, o futuro será incerto e limitado a poucos. Em uma região como a América Latina, onde 220 milhões de pessoas (segundo o Banco Mundial) não têm acesso à banda larga, o edutainment (entretenimento educativo) surge como uma alternativa viável, ágil e sólida para incluir mais pessoas na era digital.

O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) apresenta dados alarmantes. Até o final de 2022, 67,3% dos lares na América Latina e no Caribe (ALC) tinham acesso à internet, em comparação com 91,1% dos lares em países da OCDE. Essa média esconde disparidades significativas: apenas 46,4% dos lares mais pobres na ALC tinham uma conexão fixa, em comparação com 84,6% dos lares mais ricos. Alguns países apresentam uma desigualdade ainda maior.

Desde o início do ano, o Grupo de Transformação Digital do B20, o braço empresarial do G20, tem se concentrado em debater fortemente sobre a exclusão digital e o impacto direto que ela tem no crescimento econômico e no desenvolvimento social. Com o objetivo de contribuir para a tomada de decisões do setor público, foram elaboradas propostas concretas e realizáveis, que projetam um futuro imediato mais inclusivo.

Ao refletir junto a líderes globais de pequenas, médias e grandes empresas de tecnologia, e considerando um profundo compromisso com as comunidades em que elas atuam, foram elaboradas propostas para que a tecnologia seja a maior aliada na hora de impulsionar a geração de oportunidades. E urge encontrar soluções concretas, surgidas da articulação público-privada,

porque nem os Estados, nem as empresas sozinhas poderão resolver tão grande desafio.

Convido o leitor a olhar um pouco além da imediatez urbana, a pensar nas regiões rurais e na periferia urbana. A exclusão digital emerge como um fenômeno lacerante no século XXI, na era digital. Isso é um reflexo e catalisador da desigualdade social, financeira, cultural e educacional, que limita até mesmo os direitos humanos básicos. De uma perspectiva macro, esse fenômeno impede o desenvolvimento econômico e social de nossos países.

A preocupação com a inclusão digital é global, e sua solução requer o envolvimento de todos os âmbitos sociais, promovendo o acesso à tecnologia de maneira democrática, inclusiva e igualitária. Por isso, o B20 propôs três recomendações aos governos das economias maiores do mundo para promover a inclusão digital universal e segura, alinhada com os desafios que a Inteligência Artificial traz.

O impacto positivo dessa inclusão digital para milhões de pessoas, especialmente aquelas fora da economia digital, é imensurável. Abrange desde o acesso de pequenos comerciantes a pagamentos digitais, passando pela capacitação através da educação e da informação, até o acesso a atendimento médico e ao entretenimento, propriamente dito. Falar de inclusão digital é, essencialmente, falar de qualidade de vida.

O caminho proposto pelo B20 começa por modernizar as regulamentações que regem o progresso tecnológico, assim como investir em parcerias público-privadas, promovendo tanto a infraestrutura quanto o desenvolvimento de habilidades tecnológicas. A criação de Fundos de Universalização de Serviços de Telecomunicações (como o Fust) e iniciativas que estimulem a demanda, como a conectividade subsidiada pelo governo para serviços essenciais, são passos fundamentais nesse processo.

Outro ponto importante é a “confiança digital”, ou seja, a segurança no uso da tecnologia. Isso requer a harmonização de padrões de cibersegurança, proteção de dados e apoio ao livre fluxo de dados com confiança (DFPT), além de consenso na criação de códigos que regulem de forma ética e sustentável as novas tecnologias, nas quais se destaca a IA.

(*) - É copresidente do Grupo de Transformação Digital do B20 (<https://www.g20.org/pt-br/g20-social-business/>).

Home Office ou Coworking: qual o modelo de trabalho ideal?

De acordo com o estudo global “Workforce 2024”, realizado pela consultoria Korn Ferry, dispor de um horário de trabalho flexível é um dos fatores principais para se aceitar um novo emprego, liderando com 38% as preferências dos profissionais

Essa busca por autonomia e flexibilidade tem impulsionado a reinvenção dos modelos tradicionais de trabalho, incluindo os espaços de coworking. Para Daniel Moral, CEO e cofundador da Eureka Coworking, uma das principais redes globais do setor, “os espaços de trabalho compartilhados estão cada vez mais se adaptando a essa realidade, oferecendo opções e planos flexíveis para atender às necessidades dos profissionais modernos”.



Além da liberdade, a economia com transporte, alimentação e outros custos tradicionalmente atrelados ao trabalho presencial também conta pontos a favor do trabalho remoto. Essa forma de trabalho é ideal para quem valoriza a autonomia, busca por concentração em meio ao silêncio e prefere trabalhar sem interrupções, em um ambiente frequentemente pet friendly.

No entanto, é preciso ter disciplina para evitar que o escritório em casa se torne um palco de distrações do dia a dia. “É fundamental criar uma rotina estruturada, com horários definidos, um espaço de trabalho adequado e limites claros entre a vida profissional e a pessoal. A falta de disciplina, de uma infraestrutura adequada e de oportunidades de networking pode comprometer não só o desempenho, mas também a saúde mental do profissional”, acrescenta o executivo.

• Coworkings: a solução para os desafios do trabalho remoto? - Os coworkings, por sua vez, despontam como uma alternativa que busca conciliar as vantagens do trabalho remoto com a estrutura e a interação social de um escritório tradicional. E essa busca por espaços compartilhados tem se intensificado: o relatório Global Coworking Growth Study, realizado pelo portal Coworker junto da consultoria Coworking

Resources, prevê que, em contraste com os números de 2020, quase 5 milhões de pessoas estarão trabalhando em espaços de coworking até o final do ano, um aumento de 158%.

Com uma estrutura completa, que inclui desde salas de reunião até espaços ergonômicos, essa modalidade é ideal para quem valoriza uma atmosfera colaborativa, oportunidades de networking e busca por um ambiente dinâmico e flexível mesmo em um espaço semelhante a um escritório. Para Moral, os coworkings são adaptáveis a diferentes perfis. “Qualquer profissional ou empresa pode aderir a esses espaços que oferecem contratos rápidos, de início imediato e adequados à sua realidade”, afirma o executivo.

No entanto, mesmo com crescimento acelerado, os coworkings ainda enfrentam desafios como a falta de privacidade. A atmosfera colaborativa, embora estimulante para alguns, pode dificultar a concentração em tarefas que exigem mais foco ou confidencialidade em reuniões, tornando a reserva de salas privativas uma necessidade.

Outro fator a ser ponderado é o tempo de locomoção dos profissionais. A flexibilidade de horários, um dos principais atrativos do coworking, pode ser comprometida se o profissional enfrentar longos deslocamentos diários.

Diante de tantas variáveis, a escolha entre home office e coworking é individual e depende de uma série de fatores, como estilo de trabalho, personalidade, área de atuação e momento de carreira.

“O importante é encontrar o modelo que proporcione o equilíbrio ideal entre bem-estar, produtividade e networking”, finaliza o executivo. - Fonte e mais informações: (<https://eurekacoworking.com/>).

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: **MIKAEL RIZZUTO JOAQUIM**, profissão: estagiário, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 30/09/1997, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Carlos Alberto Rodrigues Joaquim e de Erika Rizzuto. A pretendente: **MAYARA DOS SANTOS FEITOSA SAMPAIO**, profissão: do lar, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 06/04/2000, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Airton Feitosa Sampaio e de Cicera dos Santos Feitosa Sampaio.

O pretendente: **ADRIANO DE SOUZA LIMA**, profissão: autônomo, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Vila Nova Cachoeirinha, SP, data-nascimento: 22/01/1991, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Mario Miguel de Souza e de Marthia Maria de Lima. A pretendente: **JOSILANE MARCELA SILVA**, profissão: analista administrativa, estado civil: solteira, naturalidade: em Minas Novas, MG, data-nascimento: 10/03/1992, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Maria da Conceição Silva.

O pretendente: **ANDRÉ ROSELEM MORETTI**, profissão: servidor público estadual, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Bela Vista, SP, data-nascimento: 20/02/1992, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Wagner Roberto Moretti e de Rosana Rosolem Moretti. A pretendente: **ANNA CAROLINA KOHLMANN**, profissão: analista administrativa, estado civil: divorciada, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 24/01/1986, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Walter Eduardo Kohlmann e de Elisabete Tavares Hygino Kohlmann.

O pretendente: **DAVID JOSÉ GONÇALVES**, profissão: aposentado, estado civil: viúvo, naturalidade: em Paratinga, BA, data-nascimento: 29/12/1952, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Esperidião José Gonçalves e de Emilia Brito Gonçalves. A pretendente: **ATANÍSIA FERREIRA BARBOSA**, profissão: cozinheira, estado civil: solteira, naturalidade: em Tucuruí, PA, data-nascimento: 10/08/1967, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Atanasio Dionisio Barbosa e de Maria Ferreira Barbosa.

O pretendente: **JÉFERSON PAULINO DOS SANTOS**, profissão: gerente de vendas, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 18/08/1979, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Pedro José dos Santos e de Virginia Celia dos Santos. A pretendente: **ANDREA CONCEIÇÃO MATIAS**, profissão: analista de sistemas, estado civil: solteira, naturalidade: em Mogi das Cruzes, SP, data-nascimento: 03/07/1984, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Maria Aparecida da Conceição.

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

33º Subdistrito - Alto da Mooca ILZETE VERDERAMO MARQUES - Oficial

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

O pretendente: **LUÍS CARLOS MORALES**, estado civil: divorciado, filho de Luiz Morales Possari e de Laide Sperti Morales, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **ADRIANA BENGNOSSI RUIZ**, estado civil: divorciada, filha de Clovis Ruiz e de Araci Bengnossi, residente e domiciliada no Subdistrito do Ibirapuera, Brooklin - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Fernando Falcão, nº 867, apto. 916, neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Michigan, nº 531, apto. 56-A, Brooklin, Subdistrito do Ibirapuera, São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea “b” da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência da pretendente.

O pretendente: **KAIO VITOR ANANIAS DE OLIVEIRA**, estado civil: solteiro, filho de Marcio Lucas Rodrigues de Oliveira e de Vanessa da Cunha Ananias de Oliveira, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **ANA LUIZA NUNES DA SILVA**, estado civil: solteira, filha de Ricardo Nunes da Silva e de Ana Paula Aparecida Nunes da Silva, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **FELIPE PASTERNAK SILVA**, profissão: publicitário, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Bela Vista, SP, data-nascimento: 05/05/1994, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Max Oliveira da Silva e de Inês Maria Pasternack Silva. A pretendente: **GLEYCE KELLY RAMOS DA SILVA**, profissão: analista de treinamento, estado civil: solteira, naturalidade: em Livramento de Nossa Senhora, BA, data-nascimento: 17/03/1995, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Gilásio Coêlho da Silva e de Marlene Ramos da Silva.

O pretendente: **RENAN ESTRELA ALMEIDA DE AGUIAR**, profissão: atendente, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 23/04/2003, residente e domiciliado em Itaquera, São Paulo, SP, filho de Flávio Estrela de Aguiar e de Tiffani Tatiane Aparecida Almeida de Aguiar. A pretendente: **CINTIA BENEVIDES LIMA**, profissão: contadora, estado civil: solteira, naturalidade: em Mombaca, CE, data-nascimento: 02/07/2001, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Francisco Cavalcante de Lima e de Silvana Benevides de Lima.

O pretendente: **RODRIGO CORRÊA**, profissão: frentista, estado civil: divorciado, naturalidade: nesta Capital, Penha de França, SP, data-nascimento: 07/06/1978, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Sebastião Pinto Corrêa e de Ana Fátima Corrêa. A pretendente: **PALOMA PEREIRA DA SILVA**, profissão: consultora de viagens, estado civil: divorciada, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 06/08/1982, residente e domiciliada em Cangaíba, São Paulo, SP, filha de Zacheu Pimenta da Silva e de Rosimar Aparecida Pereira da Silva.

O pretendente: **MARCELO DA SILVA SOUZA**, profissão: técnico de aquecedor, estado civil: divorciado, naturalidade: em Cianorte, PR, data-nascimento: 17/12/1976, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Aulerindo Alves de Souza e de Maria Antonia da Silva Souza. A pretendente: **IVONETE BISPO MANGUEIRA**, profissão: pedagoga, estado civil: solteira, naturalidade: em Cruzeiro do Oeste, PR, data-nascimento: 27/09/1968, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Adelino Bispo Manguiera e de Miralva Vieira de Souza.

O convivente: **RAPHAEL NEVES RAMOS RODRIGUES**, profissão: autônomo, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Ibirapuera, SP, data-nascimento: 25/04/1992, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Solange Neves Rodrigues e de Osvaldo Ramos Rodrigues. A convivente: **BEATRIZ SANTOS FERREIRA**, profissão: autônoma, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Tatuapé, SP, data-nascimento: 13/07/1998, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Manoel Lenildo dos Santos Ferreira e de Ieda Maria Freitas Ferreira. (Conversão de União Estável em Casamento).

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

O pretendente: **GABRIEL ADRIANO DOS REIS**, estado civil: solteiro, filho de Vicente Gonçalves dos Reis e de Sandra Regina da Guia dos Reis, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **GIULIA GARCIA CAROPRESO**, estado civil: solteira, filha de Luiz Antonio Caropreso e de Elisabete Castilhos Garcia Caropreso, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **MATHEUS DE OLIVEIRA LEMES**, estado civil: solteiro, filho de Osvaldo Lemes e de Ines de Oliveira Lemes, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **MAYRA MOREIRA FRANCO**, estado civil: solteira, filha de João Franco Filho e de Osmari Aparecida Moreira Franco, residente e domiciliada em Osasco - SP.

O pretendente: **PAULO ROGÉRIO DOS SANTOS**, estado civil: divorciado, filho de Dorival dos Santos e de Yolanda Ambrosio dos Santos, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **ANTONELLA IULIANO**, estado civil: solteira, filha de Giuseppe Iuliano e de Elisete Chena Iuliano, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **VINICIUS MUNHÓS**, estado civil: solteiro, filho de Roberlei Munhós e de Shirley Regina Cardoso Munhós, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **MARIA MONICA NASCIMENTO DOS SANTOS**, estado civil: solteira, filha de Francisco Adalberto dos Santos e de Maria Inês Nascimento dos Santos, residente e domiciliada, neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

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

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS

15º Subdistrito - Bom Retiro Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - Oficial

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

O pretendente: **MARCOS OLIVEIRA SANTOS**, nascido nesta Capital, Mooca, SP, no dia 09/11/1993, profissão: autônomo, estado civil: solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Carlindo Pereira Santos e de Maria Aparecida Pereira de Oliveira Santos. A pretendente: **CAMILA PEREIRA ALVES**, nascida nesta Capital, Ermelino Matarazzo, SP, no dia 21/09/1995, profissão: assistente de acomodação, estado civil: solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Geneci Pereira Alves e de Helena Pereira Alves.

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

Assédio no varejo: caminhos para construir uma cultura ética

Juliana Godinho (*)

As pressões diárias e inerentes do segmento de varejo já são mais do que conhecidas

A concorrência é acirrada, conquistar novos clientes e manter os já cativos é desafiador. Na maioria das vezes, as metas são arrojadas agressivas e renovam-se mês a mês.

Infelizmente, esse ambiente desafiador pode acabar se tornando um espaço fértil para a ocorrência do assédio, resultando em cenários de desmotivação, afastamentos por adoecimento psíquico como burn-out, crises de ansiedade e depressão, aumento do turnover e um possível aumento de erros ocasionados pela estafa mental.

Além dos impactos diretos aos profissionais, como um comportamento agressivo de um líder "desesperado" para cumprir metas, humilhando e ameaçando equipes, situações de assédio no varejo também geram grandes consequências de imagem, percorrendo as redes sociais na velocidade da luz e, muitas vezes, com pré-julgamentos que nem sempre refletem a realidade, já que os consumidores normalmente não analisam ou acompanham os detalhes de um caso de assédio que vai à mídia.

O cancelamento por parte dos consumidores acontece de forma quase imediata assim que uma situação ética com a qual eles não concordam chega ao conhecimento deles. Em uma pesquisa realizada pelo LinkedIn em 2020, mais de 85% dos respondentes alegaram que deixariam de consumir um produto se não concordassem com o posicionamento ético da marca.

Ou seja, todo o esforço que a empresa colocou para conquistar e cativar consumidores, em questão de dias ou horas, pode ser destruído por uma postagem que mostre, ou apenas sugira, uma ação antiética como uma discriminação por raça, gênero e afins. O que fazer para fugir dessas armadilhas?

Quando falamos de assédio, o melhor caminho sempre será o de prevenção, pois a apuração de um caso que já tenha ocorrido pode não ser suficiente para reverter uma imagem negativa ou uma equipe desgastada com uma situação de assédio. Muitos casos que chegam ao Canal de Denúncia claramente poderiam ter sido evitados se tivesse ocorrido um trabalho adequado de de-

envolvimento dos novos líderes.

Muitas vezes, os líderes e supervisores de lojas aprendem e reproduzem uma gestão agressiva sob a bandeira da "resiliência", criando um ciclo vicioso e uma cultura informal de "aceitação ao assédio". Em um ambiente tão capilarizado como o do varejo, destaca-se aquele que garante uma cultura ética em todas as suas unidades e equipes.

Para tal, é fundamental que cada gestor de loja esteja preparado para lidar com o tema e seja "o guardião" do combate ao assédio em sua cultura local, além de treinar e desenvolver novos líderes para que reproduzam uma gestão saudável tendo como base uma comunicação clara, assertiva, gentil e respeitosa. Ele ainda deve estar preparado para atuar diante de possíveis agressões que venham do público em geral.

O tema "combate ao assédio" deve estar na rotina das equipes, lembrando-os de que metas são importantes, mas devem caminhar junto com um ambiente eticamente seguro e respeitoso. A comunicação deve ser direcionada e adequada para os diferentes públicos. Não há mais espaço para exposições humilhantes como "os piores dos rankings de vendas" e situações similares.

É importante que líderes se sintam seguros e o RH deve apoiar nessa jornada, afinal de contas, não pode existir o medo de cobrar, mas é preciso saber como fazê-lo de forma adequada. Assim como, um liderado não deve se sentir agredido por ter recebido um feedback negativo. Para que isso aconteça, o trabalho deve ir além do treinamento obrigatório que ocorre uma vez ao ano.

É fundamental a interação com espaço de trocas como workshop e rodas de conversa, aliadas a uma comunicação cotidiana com pílulas de linguagem adequada para cada público-alvo, em refeitórios, corredores, salas de descanso, reuniões operacionais rotineiras e, por que não, nos banheiros?

E, assim, reforçando o trabalho preventivo, constrói-se ambientes mais éticos gerando benefícios diretos aos profissionais da ponta, além de fortalecer a imagem da empresa e garantir a sustentabilidade do negócio.

(*) - É gerente Forensic & Integrity/ESG e Compliance da Protiviti (<https://www.protiviti.com.br/>).

Equilibrar o recrutamento e outras demandas do RH exige planejamento e tecnologia

A área de Recursos Humanos enfrenta o desafio constante de realizar simultaneamente o recrutamento de novos colaboradores e a gestão de pessoal e desenvolvimento de equipes já existentes em uma empresa

Com a pressão por resultados, manter todos os processos em andamento de forma eficiente requer estratégias práticas e ferramentas adequadas.

Segundo uma pesquisa da McKinsey & Company, a adoção de tecnologias de automação no RH pode aumentar a eficiência em até 40%. Esse avanço, quando aliado a uma gestão bem organizada, permite que o recrutamento e a seleção ocorram de maneira ágil, sem comprometer outras responsabilidades importantes do setor.

Para Alisson Souza, CEO e fundador da abler, o segredo está em criar fluxos de trabalho que favoreçam a agilidade. "Com uma rotina organizada, os Recursos Humanos conseguem distribuir suas funções de maneira mais equilibrada. O uso de tecnologias que automatizam parte do processo de recrutamento, por exemplo, permite ao profissional focar em outras demandas estratégicas", comenta.

• Delegar e integrar tecnologias - Distribuir tarefas e adotar soluções tecnológicas são passos fundamentais para equi-



librar as funções do RH. É importante que o time conte com profissionais capacitados para dividir as responsabilidades, de forma que o recrutamento e suas múltiplas etapas não sobrecarreguem o setor.

Softwares de gestão de talentos são ferramentas úteis nesse sentido, ajudando a filtrar currículos e organizar entrevistas de forma automatizada.

Alisson reforça que atualmente a tecnologia ajuda a gerir um dos ativos mais valiosos para as empresas: o tempo.

"A automação de tarefas repetitivas, como triagem de currículos e agendamento de entrevistas, libera tempo para o RH se dedicar

a questões mais complexas, como desenvolvimento e retenção de talentos. Essas ferramentas trazem eficiência e reduzem erros manuais", afirma.

Manter uma visão clara sobre o que pode ser delegado e o que exige atenção mais direta do RH é essencial para garantir um equilíbrio. Ferramentas como plataformas de treinamento online, por exemplo, podem ser aliadas na capacitação dos colaboradores, enquanto o RH se dedica à gestão de desempenho e cultura organizacional.

• Organizar a rotina de trabalho - Organizar o dia a dia de forma planejada é outro aspecto importante para lidar com a multiplicidade de responsabilidades

no RH. Criar cronogramas e definir prioridades dentro da equipe ajuda a manter os projetos em andamento, sem que uma área seja deixada de lado em detrimento de outra.

Alisson ressalta que ter clareza sobre as prioridades é indispensável para o sucesso das ações de Recursos Humanos de uma empresa. "Saber quais etapas demandam mais atenção em determinado momento é fundamental. Isso evita que o recrutamento ocupe o tempo destinado a outras atividades igualmente importantes, como a gestão de benefícios e o engajamento dos colaboradores", explica o CEO.

Com uma abordagem integrada e organizada, o RH consegue lidar com todas as suas demandas de maneira eficiente e estratégica. "Quando uma equipe utiliza bem seu tempo e as ferramentas disponíveis, o benefício é direto na qualidade dos resultados e no bem-estar dos profissionais da empresa, que se sentem menos sobrecarregados com tarefas repetitivas de pouco impacto organizacional", conclui Alisson. - Fonte e mais informações: (<https://abler.com.br/>).

Brasileiros não acreditam no comprometimento ambiental das marcas

Apenas 36% dos brasileiros acreditam que as marcas estão realmente comprometidas com questões ambientais, de acordo com um novo levantamento da Ecglobal, empresa de estudos e insights do Grupo Stefanini.

O estudo também revela que 14% dos consumidores acreditam que as empresas utilizam o discurso ambiental apenas para impulsionar vendas, enquanto 47% enxergam uma mistura de interesse genuíno e estratégico. Esses números indicam um cenário de crescente ceticismo quanto ao comprometimento sustentável das empresas, colocando em xeque a credibilidade de suas práticas ambientais.

Os consumidores identificaram três principais fatores que, para eles, sinalizam o comprometimento das empresas com a sustentabilidade: a implementação de programas de reciclagem e redução de resíduos (56%), a garantia de que seus produtos ou serviços não agridem o meio ambiente (54%) e a participação ativa em iniciativas de conservação ambiental e projetos de reflorestamento (52%).

• ISO 14001 como alternativa confiável - Em meio ao aumento do ceticismo dos consumidores, a certificação pela norma ISO 14001 surge como uma solução confiável para as empresas que desejam demonstrar seu compromisso com a sustentabilidade de forma transparente e eficaz.

A norma, que estabelece critérios para um Sistema de Gestão Ambiental (SGA), exige que as empresas identifiquem aspectos ambientais e avaliação de impactos que causam ao meio ambiente, além de terem que identificar requisitos legais, regulatórios e compromissos setoriais que eventualmente sejam signatários.

Na Política de Gestão ambiental é muito comum os compromissos com a reciclagem de materiais, uso consciente de recursos naturais, redução de resíduos e a diminuição de emissões de gases de efeito estufa (GEE), entre outras ações sustentáveis. A certificação segue a metodologia



PDCA (Planejar, Fazer, Verificar e Agir), permitindo que as empresas melhorem continuamente suas operações.

"A certificação ISO 14001 é uma oportunidade para as empresas não apenas reduzirem custos operacionais, mas também provarem de forma inequívoca que estão alinhadas com as expectativas ambientais dos consumidores", afirma Rosemary Vianna, vice-presidente de Sistemas e Pessoas da Associação Brasileira de Avaliação da Conformidade (Abrac).

"Além disso, essa certificação fortalece a credibilidade da empresa no mercado, demonstrando que a responsabilidade ambiental é parte integrante de sua estratégia de negócios", acrescenta. As empresas que buscam a certificação ISO 14001 devem procurar, através do site do Inmetro, um organismo certificador acreditado pela Coordenação Geral de Acreditação (Cgcre) do instituto.

Esse organismo verificará se a organização atende aos requisitos da norma, realizará auditorias e, se tudo estiver em conformidade, emitirá o certificado. "As empresas certificadas pela ISO 14001 são auditadas periodicamente e, se não cumprirem os requisitos, podem perder a certificação", conclui Rosemary Vianna. - Fonte e mais informações: (<https://abrac-ac.org.br/>).

A experiência do cliente como pilar de sucesso para shoppings

Cida Oliveira (*)

Na vida, em diversas situações, costumamos usar a máxima de que quantidade não representa qualidade

Quando analisarmos quais elementos devem servir como norteadores para a gestão de um shopping center, essa mesma máxima também deve vir em primeiro lugar.

Muito além da simples contagem de fluxo — o “entra e sai” de pessoas —, o que deve ser colocado sempre como premissa é que a experiência do cliente é o que trará impacto direto no sucesso do estabelecimento e, por consequência, no aumento do consumo.

A mudança no comportamento do consumidor fez com que os clientes se tornassem mais exigentes, buscando mais do que apenas adquirir produtos. Vivemos a Era da Experiência, potencializada pela popularização dos smartphones e das redes sociais. Consumidores se tornaram usuários ávidos por compartilharem suas vivências - boas e ruins! - em seus perfis. E nessa jornada, todos estão em busca de experiências marcantes, em que o inesperado se transforme em memórias dignas do “feed” de cada um.

Na relação com um shopping center, o que essas pessoas desejam é uma experiência completa, que inclua lazer, conveniência e também encantamento. O tempo é precioso. Com o crescimento do e-commerce, o papel do shopping center mudou: ele não deve mais ser apenas um local para o usuário entrar, comprar e sair rapidamente. Os shoppings devem se apresentar como espaços de socialização, vivência e entretenimento.

O objetivo, ao planejar as estratégias de marketing de um shopping, deve ser criar memórias agradáveis que permaneçam na mente dos usuários. Experiências positivas podem transformar clientes eventuais em

frequentadores assíduos, tornando-os propensos a permanecer por mais tempo no local e, conseqüentemente, a consumir mais. É a sensação de bem-estar e satisfação que tende a aumentar o tempo que os clientes passam dentro do shopping.

Uma praça de alimentação variada, opções de lazer como cinema, teatro ou outros entretenimentos, além de espaços para a prestação dos mais diversos tipos de serviços, tornam-se grandes atrativos para aumentar o cobiçado alto fluxo de pessoas. Mas é preciso ir além, se você surpreende positivamente seu público com interações e vivências inesperadas você se conecta cada vez mais a ele.

Conhecer bem e estar totalmente alinhado com este público são requisitos fundamentais para que essa conexão ocorra. Quando há domínio sobre o público-alvo, é possível desenvolver ações e gerar experiências que façam sentido e resultem em engajamento. Para isso, é preciso apostar constantemente em inovação, criatividade e exclusividade.

Campanhas em datas comemorativas, bem direcionadas, são um bom exemplo de como um shopping pode mobilizar os consumidores em determinados períodos, gerando não apenas fluxo, mas também um sentimento de satisfação e recompensa diante da compra realizada. No entanto, o mais importante é o que está por trás de tudo isso: a percepção de valor que o shopping gera e que se converte em um vínculo entre o consumidor e o estabelecimento.

Quando um shopping aposta na diferenciação, ele fortalece o posicionamento e a reputação de sua marca. Sem desconsiderar a importância do fluxo, é esse fortalecimento que será determinante para o sucesso do estabelecimento a longo prazo.

(*) - É diretora de marketing do Grupo Tacla Shopping (<https://taclashopping.com.br/>).

Os desafios da tributação internacional para empresas em expansão global

À medida que as empresas expandem suas operações além das fronteiras nacionais, o cenário tributário se torna um dos principais pontos de atenção e desafio

Igor Meireles (*)

A complexidade de lidar com diferentes legislações fiscais, regimes contábeis locais e a necessidade de adaptação constante às regulamentações de cada país traz um fardo significativo para as organizações, especialmente nos setores mais dinâmicos, como tecnologia e manufatura.

O risco de dupla tributação e o impacto no planejamento financeiro tornam-se questões cruciais, demandando uma abordagem estratégica e especializada. Um dos desafios mais evidentes está na tropicalização dos sistemas de gestão empresarial (ERPs), necessários para atender as exigências fiscais locais. Operar em diversas jurisdições significa adaptar as rotinas contábeis e fiscais para estar em conformidade com as leis de cada país, o que gera custos e requer conhecimento específico.

No entanto, as dificuldades não param por aí. As operações internacionais frequentemente envolvem preços de transferência, onde a precificação de transações entre empresas do mesmo grupo em diferentes países precisa seguir regras rigorosas para evitar a erosão de bases tributárias, situação que pode levar a penalidades severas caso não sejam cumpridas.

A preparação para impostos de importação e exportação é outro ponto de destaque. As empresas devem entender profundamente os tributos aplicáveis em



mercados-alvo e ajustar seus preços de acordo com possíveis exigências fiscais. Em muitos casos, formulários e documentações específicas são exigidos para provar que a empresa não é residente no país onde atua, prevenindo cobranças indevidas ou adicionais. Uma falha nessa etapa pode transformar uma operação lucrativa em um grande prejuízo, devido a custos tributários inesperados.

No entanto, um dos recursos mais importantes disponíveis para empresas que buscam mitigar esses riscos são os acordos de dupla tributação. Esses tratados, firmados entre países, evitam que a mesma renda seja tributada em duas jurisdições distintas. Infelizmente, nem todos os países possuem esse tipo de acordo com o Brasil, o que pode tornar a carga tributária ainda mais pesada.

Quando disponíveis, esses acordos oferecem previsibilidade e segurança jurídica, permitindo que as empresas minimizem a tributação sobre seus lucros globais e oti-

mizem seus fluxos de caixa. Além disso, uma estratégia eficaz para lidar com a tributação internacional envolve a utilização de créditos fiscais e a reestruturação das operações com base nos tratados internacionais, maximizando os benefícios oferecidos por esses acordos.

O sucesso dessa abordagem, contudo, depende de uma análise cuidadosa de onde e como os lucros são reconhecidos, garantindo que as empresas não apenas se beneficiem fiscalmente, mas também evitem surpresas desagradáveis. No contexto brasileiro, os desafios da tributação internacional são ainda mais acentuados.

A ausência de tratados de dupla tributação com alguns países e as rigorosas regras de preços de transferência elevam o nível de complexidade que as empresas enfrentam. Essas particularidades brasileiras requerem um nível de conformidade ainda mais detalhado, principalmente à medida que os governos globais intensificam suas fiscalizações e buscam

aumentar suas receitas tributárias.

Empresas brasileiras, que historicamente lidam com um sistema fiscal intrincado em nível local, enfrentam uma escalada de dificuldades ao tentar se adequar às normas internacionais, muitas vezes menos flexíveis.

Portanto, a contratação de consultorias especializadas e o monitoramento constante das mudanças nas legislações fiscais são elementos fundamentais para garantir a conformidade e o sucesso das operações internacionais.

O compliance tributário, além de proteger a empresa de riscos fiscais, é também uma questão de reputação no mercado global, um ativo intangível que pode influenciar diretamente o desempenho e a competitividade em longo prazo. Ao expandir suas operações globalmente, as empresas enfrentam desafios fiscais complexos, que exigem uma postura proativa e planejamento estratégico.

O uso inteligente de tratados de dupla tributação, aliado à adequação tecnológica e consultoria especializada, pode transformar esses desafios em oportunidades de otimização financeira. A adoção de uma abordagem estratégica na tributação internacional garante que a expansão global seja não só viável, mas também lucrativa.

(*) - É sócio da área de contabilidade e tributação da Bernhoeft (<https://www.bernhoeft.com.br/>).

Plano de carreira requer eficiência no mercado em transformação

De acordo com um levantamento do realizado pelo LinkedIn, 49% dos profissionais consideram o plano de carreira um dos principais fatores na escolha de um novo emprego. No entanto, tal preocupação não significa que alcançará o destino desejado sem um planejamento bem definido e estratégico, sobretudo com as transformações constantes do mercado de trabalho.

Com o avanço da tecnologia e a crescente automação, o setor está exigindo cada vez mais dos profissionais uma nova abordagem ao planejamento de carreira para se manterem competitivos, adotando uma visão de longo prazo e desenvolvendo habilidades adaptáveis que acompanhem as tendências do mercado.

Para Fernando De Vincenzo, general manager da Cornerstone Career Services, divisão especializada da Cornerstone Havik dedicada a transformar a maneira como profissionais e empresas lidam com suas jornadas de carreira, alguns passos são importantes para um planejamento profissional eficaz:

“Acredito que o primeiro de tudo é o autoconhecimento. Profissionais devem identificar suas habilidades,

interesses e valores, o que permite alinhar seus objetivos de carreira às demandas do mercado. Essas habilidades, somadas ao domínio das ferramentas tecnológicas, são essenciais para quem deseja se adaptar às mudanças. Vale lembrar que, hoje em dia, os planos de carreira são cada vez mais individuais, por isso ressalta-se muito o protagonismo de cada um, não é mais como antigamente”.

O especialista também pontua que a busca contínua por capacitação também é imprescindível nesse cenário de transformação, como cursos voltados para a área de interesse, permitindo que os profissionais acompanhem as inovações e se mantenham atualizados frente às novas demandas. Ainda, desenvolver competências humanas, conhecidas como as “soft skills”, é igualmente importante em qualquer função e se tornam ainda mais valorizadas à medida que a automação avança.

“Junto a isso, uma consultoria personalizada pode ser um recurso crucial não só para profissionais, mas para as empresas que se preocupam com seus colaboradores em transição de carreira, oferecendo orientação especializada e adaptada às neces-

sidades e objetivos individuais, bem como auxiliando na identificação de oportunidades de desenvolvimento, aprimoramento e plano estratégico para alcançar o sucesso”, complementa De Vincenzo.

Quando se trata de tendências para o setor, a pesquisa Talent Trends 2024, realizada pela Cornerstone Latam, mostra que o modelo de trabalho a ser destacado este ano é o modelo híbrido (62,65%), seguido pelo modelo presencial (30,75%) e o modelo remoto (6,63%). Além disso, as empresas que conseguem estabelecer uma conexão sólida entre a sua cultura organizacional e seus colaboradores, registram um aumento de 37% no desempenho, ao mesmo tempo em que reduzem a taxa de demissão em 36%.

“A transformação do mercado de trabalho é uma realidade inevitável, e o sucesso dos profissionais dependerá de sua capacidade de se adaptarem a essa nova era. Planejar uma carreira neste contexto requer uma abordagem dinâmica. O futuro pode ser desafiador, mas com as estratégias e o direcionamento certo, ele oferecerá oportunidades muito ricas”, finaliza Fernando. - Fonte: (<https://cornerstonecareerservices.com.br/>).

b2b BUSINESS

A MAGIA ROSA
ENCONTRO FEMININO DE EMPREENDEDORISMO E FRANCHISE

- 🚀 Palestras Motivacionais
- 🚀 Experiências
- 🚀 Networking
- 🚀 Demonstração de Produtos
- 🚀 e muito mais!

FAÇA JÁ A SUA INSCRIÇÃO
ENTRADA 2KG DE ALIMENTOS NÃO PERCÍVEIS

📅 29 a 31 de Outubro • 10h às 20h
📍 828 CDC - Av. Lineu de Paula Machado, 1088 A - Jd. Everest

Realização
FRANCHISE-b2b



Jacob_Lund_CANVA

INFLUENCIAR, INSPIRAR E CONDUZIR



O MAIOR DESAFIO DE LIDERAR? LIDERAR A SI MESMO

Liderança é um tema frequentemente associado a cargos de autoridade, posições elevadas ou títulos formais. No entanto, a verdadeira liderança não reside na posição que se tem em relação aos outros, mas na capacidade de influenciar, inspirar e conduzir a si mesmo e aqueles ao seu redor para um propósito maior.

Paula Carvalho Albuquerque (*)

Quando olhamos para líderes que realmente fazem a diferença, o que os distingue não é o título ou o cargo que ocupam, mas sim as atitudes, comportamentos e escolhas que fazem todos os dias. Liderar é um comportamento, uma maneira de viver e se posicionar no mundo. E esse comportamento nasce, antes de tudo, do autoconhecimento e do desenvolvimento pessoal.

Para ser um verdadeiro líder, é preciso olhar para dentro. Como liderar alguém, ou um grupo de pessoas, sem antes liderar a si mesmo? O autoconhecimento é o ponto de partida de qualquer jornada de liderança autêntica. Quem somos, quais são nossos valores, medos, inseguranças e forças?

Muitas vezes, nos deixamos levar pela expectativa de sermos perfeitos, inatingíveis, quando, na verdade, a liderança genuína vem da aceitação de que somos seres em constante aprendizado e evolução. É nesse espaço de vulnerabilidade que a força da liderança floresce.

No entanto, alcançar esse nível de clareza interna requer coragem. É necessário desconstruir padrões, deixar de lado o medo do julgamento e enfrentar os próprios limites. O autoconhecimento não é um destino, mas uma jornada contínua de exploração.

É justamente nesse processo que o desenvolvimento pessoal desempenha um papel crucial. Ao nos permitirmos crescer, evoluir e mudar hábitos que já não nos servem, damos espaço para que comportamentos de liderança se manifestem de forma natural e autêntica.

Muitas pessoas acreditam que para ser líder, é preciso estar em uma posição de poder. Mas a liderança é uma escolha diária, independente do ambiente em que nos encontramos. Ela começa no cotidiano, nas pequenas ações, nas decisões que tomamos em relação a nós mesmos e aos outros.



JIRIAK_CANVA

Um comportamento de liderança pode ser visto em uma mãe que equilibra a vida familiar e profissional com resiliência, ou em um colega de trabalho que inspira sua equipe com palavras de encorajamento, mesmo sem um título formal.

Essa visão de que a liderança está disponível para todos pode, inicialmente, parecer desafiadora. Afinal, fomos condicionados a acreditar que liderar é algo reservado a poucos, àqueles que ocupam cadeiras em salas de reunião ou que têm um crachá

mais sofisticado. Mas se continuarmos a enxergar a liderança como algo exclusivo, perderemos a oportunidade de perceber que já temos, dentro de nós, a capacidade de liderar nossa própria vida.

A mudança de perspectiva sobre liderança começa quando abandonamos a ideia de que ela é algo a ser "conquistado" e passamos a vê-la como um comportamento a ser cultivado. Isso exige, sim, consistência. Não basta identificar as áreas de crescimento e achar que tudo vai mudar da noite para o dia. É necessário um esforço contínuo, uma prática diária de rever nossos hábitos, ajustar nossas atitudes e desafiar crenças limitantes.

No processo de desenvolvimento pessoal, a consistência é a chave que desbloqueia o potencial latente. Pode parecer um trabalho árduo e solitário, mas a verdade é que a liderança, quando vivida como um comportamento, tem o poder de conectar as pessoas de forma mais profunda. Líderes que se conhecem e desenvolvem sua própria jornada pessoal inspiram naturalmente aqueles ao seu redor.

Eles não precisam exigir respeito ou reconhecimento, porque sua presença, suas ações e a maneira como enfrentam os desafios já falam por si. Eles são exemplos vivos de que a liderança não está no título, mas sim na forma como se vive. A consistência é também o que diferencia aqueles que fazem mudanças duradouras daqueles que desistem no meio do caminho.

Se você deseja se tornar um líder – e aqui, lembre-se, estamos falando de liderança em qualquer contexto, seja pessoal ou profissional – precisa estar disposto a adotar a mudança como um estilo de vida. Pequenos passos, tomados diariamente, se acumulam em grandes transformações. Não espere por um cargo ou um título para começar.

A liderança está à sua disposição agora, na forma como você escolhe agir, nas decisões que toma, na maneira como trata a si mesmo e aos outros.

A grande provocação, então, é: o que você está esperando para começar? Se liderança é comportamento, qual o comportamento que você está disposto a mudar hoje?

Talvez seja a forma como lida com o medo do fracasso, ou o modo como prioriza as necessidades dos outros em detrimento das suas. Talvez seja a maneira como evita conflitos ou adia decisões importantes por medo de errar.

A verdadeira liderança exige essa coragem de enfrentar o que não está funcionando, de revisitar velhos padrões e abrir espaço para algo novo. E é esse algo novo, essa pequena mudança diária, que pode transformar sua vida – e, por consequência, a vida daqueles que o cercam.

Ser líder não é um destino. Não é um lugar ao qual se chega com uma placa dourada ou uma sala com vista privilegiada. É um comportamento que nasce do autoconhecimento, se fortalece com o desenvolvimento pessoal e se manifesta na consistência de nossas ações diárias.

Quando entendemos isso, percebemos que o poder de liderar está em nossas mãos, aqui e agora. A verdadeira pergunta é: você está pronto para assumir esse papel?

(*) - Pós-graduada em Psicologia Organizacional, Gestão de Pessoas, Coaching, Carreira e Liderança pela PUC-RS, é Coordenadora RH Sênior do Ifood (<https://www.ifood.com.br/>).



FIZKEB_CANVA