

Para onde caminha o mercado de fidelidade brasileiro?

Paulo Curro (*)

Ter clientes fiéis, engajados com a marca e que compram com frequência, é o sonho de toda empresa

Não à toa, companhias dos mais variados segmentos da economia têm apostado nos programas de fidelidade para desenvolver o relacionamento com seus consumidores e alcançar o tão almejado “volte sempre”.

Prova disso são as inúmeras iniciativas de fidelização que surgiram nos últimos anos em mercados que, até então, não eram tão tradicionais assim na fidelização. E exemplos não faltam. Além das já consolidadas ações em setores como o de bancos, companhias aéreas e supermercados, que também seguem crescendo, estamos assistindo uma verdadeira propagação de players em segmentos considerados mais novos nesse tipo de atividade como serviços, agronegócio, construção civil, sustentabilidade, telecomunicações, entre muitos outros.

Os números da ABEMF, a Associação Brasileira das Empresas do Mercado de Fidelização, mostram que os consumidores brasileiros estão respondendo bem a esses incentivos. Todos os mais recentes indicadores da associação apontam para o crescimento do mercado no país. Já são mais de 315 milhões de cadastros, 214 bilhões de pontos/milhas emitidos e 188 bilhões resgatados – isso só no segundo trimestre de 2024.

Com resultados tão expressivos, o que podemos esperar do futuro do mercado no Brasil? Listo aqui cinco tendências que devem movimentar o segmento em 2025 e nos próximos anos. Quem quer investir em fidelização precisa estar de olho em todas elas.

Parcerias – A velha máxima de que “juntos, vamos mais longe” parece fazer total sentido para marcas que investem em fidelidade. Recentemente, são muitas as parcerias entre diferentes empresas para a formação de ecossistemas de fidelização. Uma tendência que deve continuar. Isso é bom para as marcas, que conseguem reduzir custos e somar forças na estratégia de fidelizar, e melhor ainda para os clientes, que ganham em opções tanto para o acúmulo quanto para o resgate de pontos/milhas.

Tecnologia – Novidades tecnológicas como a inteligência artificial e soluções para análise preditiva e de dados prometem trazer novas e inúmeras possibilidades aos programas de fidelização, permitindo às empresas conhecerem mais e melhor os consumidores e seu comportamento, além de melhorar o relacionamento e a comunicação, gerando mais interação e engajamento.

Personalização – Bastante relacionada ao tópico anterior, uma vez que a tecnologia viabiliza esse tipo de processo, está a personalização tanto de ofertas quanto de atendimento. Atender às expectativas individuais do cliente, levando em consideração seus interesses pessoais, seu perfil de consumo, assim como necessidades e desejos, é a aposta de muitas marcas para se diferenciar da concorrência, oferecendo uma experiência melhor e, muitas vezes, exclusiva.

Simplificação dos processos – Um bom programa de fidelidade precisa ser simples e fácil de usar. Ninguém quer perder horas tentando entender como determinado programa funciona. Sendo assim, as empresas investirão, cada vez mais, em aplicativos e outras ferramentas que facilitem o uso e que permitam que o consumidor aproveite as vantagens sem muito esforço.

Novas demandas de consumo – O consumidor mudou. E, com ele, todos os negócios precisam mudar também. Hoje, acompanhamos pessoas muito mais atentas a questões ambientais, sociais e de saúde, por exemplo. Os programas de fidelidade estão acompanhando esse movimento, aliando fidelização com outros benefícios que vão muito além de um resgate de produto. Sentir que está gerando impacto positivo ao planeta e a outras pessoas pode ser um incentivo extra para consumidores mais engajados.

E um comentário final. Experiência nunca foi tão importante para as pessoas. Algumas vezes, mais valorizada do que outros aspectos, como o preço. O velho mote “atender bem para atender sempre” nunca perde o encanto.

(*) - É diretor executivo da ABEMF – Associação Brasileira das Empresas do Mercado de Fidelização.

A gestão do fluxo de caixa é importante para seu negócio

“Em momentos de crise, a contabilidade vai além da organização financeira, atuando na reestruturação e implementação de processos internos para garantir a continuidade e o crescimento das empresas”

A gestão financeira é um dos maiores obstáculos enfrentados por empresas recém-estabelecidas. Conforme estatísticas da Secretaria de Governo Digital, 60% dos pequenos negócios fecham suas portas antes de completarem cinco anos de atividade.

Além disso, 39% desconhecem o fluxo de caixa essencial para manter suas operações viáveis. Dentre os fatores que contribuem para esse panorama, destacam-se a dificuldade em definir o lucro líquido almejado e os erros na definição de preços dos produtos.

A gestão do fluxo de caixa tem se consolidado como um dos pilares fundamentais para a saúde financeira das empresas, especialmente em cenários de crise econômica. Nesse contexto, a contabilidade desempenha um papel estratégico ao monitorar e controlar as entradas e saídas de recursos, abrangendo contas correntes e aplicações de curto prazo.



A análise detalhada do fluxo de caixa é uma ferramenta essencial para as empresas compreenderem os pontos críticos de gastos. Por meio de relatórios mensais, como, declaração de fluxo de caixa, DFC e DRE (Demonstração do Resultado do Exercício), os gestores conseguem avaliar custos mais relevantes e identificar possíveis desperdícios.

A comparação mensal dos fluxos financeiros possibilita uma análise aprofundada das variações nos custos, categorizadas por filial, segmento de produto ou outras divisões relevantes.

Alzieth Almeida Vilhena, Diretora Executiva da NTW Belém Metropolitan Tower explica que para melhorar o planejamento financeiro e evitar a insolvência, a implementação de ferramentas como o ERP (Enterprise Resource Planning) é indispensável. Esses sistemas centralizam e automatizam informações, oferecendo dados em tempo real para a tomada de decisões.

A adoção de um ERP eficiente permite que os gestores disponham, até o quinto dia do mês subsequente, de relatórios claros sobre receitas, custos e novas oportu-

nidades, como expansão de mercados ou lançamento de produtos. Assim, o planejamento financeiro pode ser elaborado de forma precisa, alinhando metas de receitas e despesas às estratégias de crescimento.

A consultoria contábil também se destaca como um apoio indispensável para os empresários enfrentarem oscilações de mercado. Empresas que contam com assessoria especializada têm acesso a reuniões periódicas e orientações sobre as melhores práticas de gestão, além de análises detalhadas de indicadores como liquidez corrente, endividamento, EBITDA, alavancagem e ROI (Return on Investment).

“Em momentos de crise, a contabilidade vai além da organização financeira, atuando na reestruturação e implementação de processos internos para garantir a continuidade e o crescimento das empresas”, finaliza Alzieth. - Fonte e mais informações: (<https://ntwcontabilidade.com.br/>).

Expectativa de vida em alta: convite para redefinir o envelhecimento

Raphael Kaeriyama (*)

Em 2023, a expectativa de vida no Brasil atingiu 76,4 anos, superando os níveis pré-pandemia, segundo dados recentes do IBGE. Essa conquista reflete avanços em saúde pública, tecnologia médica e acesso a tratamentos. No entanto, ao celebrar este marco, também precisamos repensar como o envelhecimento é vivenciado no país.

Embora viver mais seja um objetivo histórico da humanidade, é igualmente crucial garantir que esses anos a mais sejam vividos com qualidade. A longevidade não deve ser vista apenas como uma extensão do tempo, mas como uma oportunidade de transformar o papel social dos idosos e promover um envelhecimento ativo, saudável e pleno.

Com a maior longevidade, surgem desafios significativos:

1) Saúde Física e Mental - Doenças crônicas, como diabetes e hipertensão, tornam-se mais prevalentes com o envelhecimento, demandando uma abordagem mais preventiva e integrada. Além disso, a saúde mental merece destaque, pois

a solidão e o isolamento social afetam um número crescente de idosos, prejudicando seu bem-estar.

2) Inclusão Social - Em uma sociedade que muitas vezes marginaliza os mais velhos, é urgente criar políticas e práticas que reconheçam o valor dessa parcela da população.

3) Sustentabilidade Econômica - O envelhecimento populacional pressiona sistemas de saúde e previdência. É essencial repensar modelos que incentivem a participação ativa dos idosos na economia e no tecido social.

Oportunidades para um envelhecimento ativo - Com os avanços da medicina e da ciência, viver mais anos saudáveis é possível, mas isso requer esforço coletivo e planejamento. Entre as estratégias necessárias estão:

Políticas Públicas Focadas em Envelhecimento - Projetos que integrem saúde, educação e tecnologia para idosos podem criar um ambiente mais inclusivo.

Promoção da Convivência Intergeracional - Iniciativas que conectam jovens e idosos promovem aprendizado mútuo e ajudam a combater o isolamento social.

Cultura do Envelhecimento Positivo - É necessário romper com estereótipos de velhice como sinônimo de inatividade ou declínio. O envelhecimento é, na verdade, uma fase de potencial renovado para contribuições significativas à sociedade.

Uma nova perspectiva - A expectativa de vida de 76,4 anos nos convida a olhar para o futuro com um senso de responsabilidade. Este marco não deve ser apenas um número, mas um reflexo da nossa capacidade de cuidar melhor das pessoas, promovendo dignidade e oportunidades em todas as idades.

Ao reimaginar o envelhecimento, estamos não apenas honrando a vida que se estende, mas também construindo uma sociedade mais justa, inclusiva e preparada para as demandas e riquezas da longevidade.

(*) - É médico especializado em Medicina Preventiva e Social pela USP.