

Vídeos curtos, interação e dados: as tendências do marketing

O marketing, a comunicação e as relações públicas das marcas estão em constante evolução, e entender as pessoas é o ponto de partida para estratégias realmente eficazes em um mercado cada vez mais competitivo, como afirma o RP Digital e estrategista de influência, Janiel Kempers

“Ficar de olho nas tendências é importante para continuar relevante no mercado, criar uma estratégia de comunicação é muito sobre entender as pessoas, e para isso, é preciso se manter atualizado”.

“Ao acompanhar as novidades, conseguimos criar estratégias mais certeiras que realmente se conectam com o público. Se adaptar às mudanças e usar as tendências a favor da marca ajuda a engajar, atrair e manter os clientes de maneira eficiente”, explica. Confira as quatro tendências do marketing.

1) Vídeos curtos como protagonistas - Os vídeos curtos, como reels, shorts e TikToks, continuam em alta e deventer



Blue Planet Studio - CANVA

ainda mais protagonismo este ano. Neles, o grande desafio é captar a atenção de um público que está sempre fazendo várias coisas ao mesmo tempo em apenas 60 segundos, ou menos, por outro lado, esse tipo de conteúdo tem um grande potencial de engajamento e segmentação.

2) Interação - Ninguém mais quer ser um espectador passivo que apenas recebe e consome conteúdos, cada vez mais as pessoas estão buscando se conectar de verdade. Lives e eventos virtuais interativos ganharão ainda mais espaço, permitindo maior conexão e humanização.

3) Dados - Foi-se o tempo em que você demorava muito para entender o que o seu público quer, hoje as métricas são quase instantâneas e dizem, cada vez mais, quem souber entender os dados e usá-los na sua estratégia com certeza terá um diferencial.

4) Conteúdo gerado pelo usuário (UGC) - Ainda na linha de conexão com o público, vale a pena dar mais protagonismo aos consumidores/clientes, criando conteúdos que promovem marcas de forma orgânica e genuína, nada engaja mais do que histórias reais. - Fonte e outras informações: (<https://www.instagram.com/janielbr/>).

Empresas de telecomunicações devem se adequar à NFCom

A Nota Fiscal Fatura de Serviço de Comunicação (NFCom) é uma obrigatoriedade fiscal iminente para as empresas de comunicação e telecomunicações de todo o Brasil. A partir de abril próximo, seu uso será indispensável, mas especialistas alertam: nem todas as organizações estão preparadas para se adequar e o ideal é não esperar o prazo ficar mais apertado para iniciar o processo.

“Para quem ainda não começou a transição para a NFCom, não dá mais para esperar, pois o prazo está consolidado e inadiável. Especialmente se considerarmos a Reforma Tributária se aproximando cada vez mais. Não se pode iniciar esse processo utilizando documentos fiscais em papel”, explica Hugo Ramos, CEO da Oobj, referência nacional em soluções para Documentos Fiscais Eletrônicos.

O novo formato foi desenvolvido em colaboração entre as Secretarias de Fazenda estaduais, ANATEL, Receita Federal e representantes do segmento de comunicações. O objetivo é modernizar o processo de registro das transações comerciais, permitindo o acompanhamento em tempo real e promovendo maior transparência e eficiência no registro dessas operações.

“A NFCom não representa apenas uma obrigatoriedade regulatória, mas sim uma oportunidade para as empresas reavaliarem a digitalização de sua gestão fiscal, em busca de maior eficiência de seus processos e redução de custos”, defende Hugo Ramos. Um dos desafios na implementação da novidade é a integração com ferramentas antigas, que muitas empresas ainda utilizam, até mesmo várias de forma simultânea.

Daí surge a dificuldade de ter uma validação detalhada dos dados cadastrais dos clientes, que podem estar espalhados por vários softwares. Falhas nesse processo podem resultar na rejeição das notas fiscais, afetando diretamente o faturamento das operadoras. Além disso, o volume massivo de emissões de faturas mensais afeta a operação consideravelmente.



BigGigabig - CANVA

“As operadoras precisam de soluções capazes de processar faturas dentro de janelas de tempo limitadas, de preferência de maneira centralizada em uma só ferramenta. Também é importante que ela permita a adaptação no caso de atualizações nos sistemas do FISCO”, ressalta o especialista.

Com o auxílio da tecnologia, as organizações ainda conseguem transicionar para a NFCom dentro do período estipulado. Contudo, se houver partes do processo ainda analógicas, é essencial trabalhar na mudança o quanto antes. O momento pode ser ideal para aplicar uma transformação digital completa na operação fiscal; afinal, a NFCom é apenas uma das muitas mudanças tributárias que se desenham para o futuro.

“A digitalização veio para ficar. Com uma abordagem estratégica e investimentos adequados em soluções tecnológicas, as empresas de telecomunicações podem não apenas atender às exigências regulatórias, mas também impulsionar sua vantagem competitiva e se preparar para o futuro digital”, conclui o CEO. - Fonte e mais informações: (<https://oobj.com.br/>).

Quando é o momento certo para vender um processo trabalhista?

Herbert Camilo (*)

Você sabia que existem quase 84 milhões de processos em tramitação no Brasil?

Um índice de judicialização que não para de crescer e que chegou, em 2023, a 35 milhões de novos casos - um aumento de quase 9,5% em relação ao ano anterior. Esses dados compõem o “Relatório Justiça em Números 2024 (ano-base 2023)”, elaborado pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ).

A demora e a burocracia são frequentemente apontadas como fatores que dificultam o acesso à justiça, também no contexto de ações trabalhistas. Muitas pessoas que buscam reparação de direitos, como no caso de trabalhadores que processam empresas, acabam enfrentando uma ação que pode se arrastar por anos, mesmo quando a decisão é a favor do trabalhador.

Ao falarmos especialmente de ações trabalhistas, a tramitação dura, em média, sete anos e, mesmo após uma sentença favorável em segunda instância, estima-se que seja necessário esperar até três anos para receber o valor determinado em tribunal - isso quando a empresa ainda tem condições financeiras de cumprir com o pagamento.

Em muitos casos, se a empresa entrar em recuperação judicial ou falência, podemos considerar que a espera pode se tornar quase “infinita”. E como diz aquela expressão “tempo é dinheiro”, quem precisa dos valores de indenização de um processo trabalhista não pode esperar. Considerando um cenário em que a demora pode se estender cada vez mais, a venda do processo é uma alternativa que pode aliviar a situação de quem precisa pagar dívidas ou até mesmo precisa de recursos para investir em algum negócio.

Dados oficiais mostram que no Brasil há mais de 9,5 milhões de processos trabalhistas ativos, que passam de R\$ 938 bilhões pedidos em ações indeniza-

tórias. E o crédito de uma ação pode ser negociado da mesma forma que imóveis ou carros, além de ser uma opção legal e segura, pois está prevista no artigo 286 do Código Civil brasileiro.

A venda do processo transfere todo risco para quem o comprou - uma empresa especializada em cessão de crédito judicial. Na Anttecipe pagamos até 80% do valor líquido a que o reclamante tem direito no processo. A partir daí, o trabalhador não precisa mais se preocupar com o andamento do processo. E, caso ele venha a perder, nada muda para ele, que já recebeu seu recurso e assinou o contrato de cessão de crédito. Se isso acontecer, nós assumimos o risco. Nenhum valor precisa ser devolvido pelo reclamante que vendeu seu processo.

A cessão de crédito é uma opção de liquidez para o brasileiro que não quer ou não pode esperar - a operação é ágil e em até 24 horas após a assinatura do contrato o dinheiro já fica disponível na conta do cliente. Basta acessar o nosso site e inserir o número do seu processo no buscador para saber se o seu processo está apto para ser vendido - lembrando que este serviço é totalmente gratuito.

Quem já aderiu a esta opção tem usado o dinheiro para quitar dívidas, cuidar da saúde e até para investir no próprio negócio, por exemplo. É gratificante ler depoimentos de pessoas que receberam seu dinheiro de maneira antecipada e puderam quitar suas dívidas e realizar seus sonhos.

Portanto, o melhor momento para negociar uma ação trabalhista é logo após a divulgação da decisão em segunda instância, fase em que as reivindicações presentes no processo são menores.

Os brasileiros estão começando a entender melhor e aproveitar as vantagens de vender seu processo. Afinal, para que enfrentar tanta burocracia em vez de investir seus recursos no que você quer ou precisa?

(*) - É CEO da Anttecipe.com (<https://anttecipe.com/>).

Cascas de ovos deverão conter registro de validade a partir de março

A partir de março de 2025, informações como dados de validade, classificação, nome, razão social e número de registro do produtor deverão ser impressas na casca de cada ovo comercializado. A determinação tem base no Decreto nº 1.179, de 5 de setembro de 2024, publicado pelo Ministério da Agricultura.

A medida, conforme o texto, vale para os ovos destinados ao consumo direto, quando não são acondicionados em embalagem primária,

como a caixa de papelão para meia ou uma dúzia, comumente encontrada nos supermercados. A indústria tem 180 dias (até 4 de março de 2025) para se adequar às condições previstas.

A nova regulamentação pretende fortalecer a segurança alimentar e a transparência no setor, através da rastreabilidade dos produtos. Segundo a Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA), o Brasil ocupa a sétima posição no ranking mundial de



emilixy - CANVA

produção de ovos com mais de 52 bilhões de unidades produzidas anualmente.

“A segurança alimentar é um tema sério e relevante. Com essa medida, o consumidor terá acesso a informações precisas e confiáveis, enquanto o setor ganha ferramentas para combater fraudes e garantir conformidade com as normas vigentes”, explica Ramon Grasselli, gerente comercial da Soma Solution, empresa que representa a Markem-Imaje no país, fabri-

cante global especializada em identificação e rastreabilidade de produtos.

Segundo Ramon, o momento atual está sendo de adaptação para a indústria, que tem investido em novas tecnologias para atender às exigências do decreto. “As tecnologias para impressão de dados nas cascas dos ovos contribuem para reduzir erros operacionais e aumentar a confiança do consumidor na origem e qualidade dos alimentos”, ressalta.

Entre as tecnologias presentes no mercado para essa função estão as impressoras industriais para codificação e marcação de produtos da Markem-Imaje. “A tecnologia utilizada direciona e imprime códigos personalizados em linhas de produção, atendendo diferentes necessidades do mercado, com eficiência e precisão, evitando falhas”, explica Grasselli. - Fonte e outras informações: (<https://www.somasolution.com.br/>).