



## BIG DATA

## COMO A IA ANTECIPA O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

▶▶ Leia na página 8

## Qual a falha estratégica que mais atrapalha novos empresários?

No Brasil, novos empreendedores surgem a cada dia.

O sonho de conquistar seu local no mercado, ou melhor, de possuir a sua própria empresa, é compartilhado por muitas pessoas. Segundo dados da GEM (Global Entrepreneurship Monitor), o país está colocado na oitava posição no que se refere à taxa total de empreendedores. Porém, ao mesmo tempo, são poucos os negócios que prosperam ao longo dos anos, o que reflete um gap estratégico perigoso que precisa ser melhor compreendido e combatido para que possamos alavancar nosso potencial empreendedor.

Um estudo realizado pelo IBGE em 2022 mostrou que 60% das empresas no Brasil não sobrevivem após cinco anos de atividades. Considerando que temos um grande número de novos negócios todo ano, isso demonstra o entendimento de que, apesar de possuírem vontade, a ideia e o dinheiro necessário para criar os negócios e começar a trilhar o caminho da pequena empresa, muitos não estão sendo assertivos na fundação dessas estruturas. Mas, quais as raízes dessa mortalidade alta entre empresas nos seus primeiros anos?

A areia movediça na qual grande parte dos empreendedores afundam o pé está relacionada a questões como precificação, condição de pagamento, margem de lucro, matéria prima, logística e, de forma igualmente crítica, a falta de planejamento operacional. Esses são pontos que poderiam ser antecipadamente avaliados por meio de um plano de negócio de base, pesquisa de mercado e análise dos concorrentes.

No entanto, essa etapa essencial, que deveria estar entre as prioridades mais importantes na fundação de qualquer negócio, muitas vezes é negligenciada. O resultado aparece meses depois, quando os fundadores começam a analisar dados, interpretar informações e percebem, tardiamente, que a empresa está estagnada, operando no prejuízo ou presa em processos desorganizados que impedem o crescimento sustentável.

Para evitar esse equívoco comum, é essencial, antes de mais nada, realizar pesquisas aprofundadas sobre o segmento atuado, junto a uma análise estratégica de como se diferenciar ou, pelo menos, se manter no mesmo



“A areia movediça na qual grande parte dos empreendedores afundam o pé está relacionada a questões como precificação, condição de pagamento, margem de lucro, matéria prima, logística e, de forma igualmente crítica, a falta de planejamento operacional.”

nível que seus concorrentes no que se refere aos fundamentos do negócio. Caso seja difícil em um primeiro momento entender o que deve ser avaliado nas questões mais básicas do funcionamento da sua companhia, busque consultorias com profissionais de negócios e marketing, que podem te direcionar ao que analisar. Contratar um profissional para apenas fazer essas pesquisas também é uma ideia válida para aqueles que possuem pouco tempo no seu dia a dia.

Neste primeiro momento, a ideia seria ignorar todos os pontos diferenciais que cada marca traz consigo e analisar somente questões que fazem parte do alicerce do negócio, como: comparação do custo de frete, formas de pagamento, preço do produto e motivo para tal, total de vezes em que se pode parcelar, como funcionará a questão do capital de giro, gateway de pagamento, taxa de antecipação de recebíveis etc.

Esse tipo de pesquisa é ideal para entender o campo no qual você está se inserindo – a qual, diferentemente de uma análise de posicionamento ou branding, tem foco na viabilidade operacional e competitividade financeira. Começar

um negócio sem antes ter ciência de todos esses dados, em termos práticos, seria como construir um edifício sem antes avaliar a qualidade do terreno e a resistência da fundação.

O maior inimigo das novas empresas no Brasil não é apenas a falta de recursos ou ideias, mas sim a ausência de uma base sólida construída para estruturar um negócio. Toda empresa bem-sucedida nasce de decisões informadas — e isso só é possível quando se investe tempo e energia na compreensão profunda do cenário competitivo, das práticas comuns e das exigências do consumidor.

Para quem deseja empreender com consistência, o caminho mais seguro é aquele que começa com análise e estratégia. Antes de pensar em vender, comunicar ou escalar, é preciso entender. E, para entender, é preciso estudar e pesquisar. Esse é o verdadeiro alicerce de uma empresa que deseja não só nascer, mas permanecer e crescer.

(Fonte: Renan Cardarelli é CEO da iOBEE - Agência de Marketing Digital e Tecnologia).

### Inspiração: nova ferramenta de retenção e captação de talentos

O que faz com que você permaneça no seu trabalho? Apenas um bom salário, ou algo que vá muito além e seja mais profundo, que lhe traga satisfação e realização no que faz? ▶▶

### Bots no varejo: como elevar as vendas?

Em um mercado constantemente digitalizado, os chatbots viraram armas poderosas aos varejistas. ▶▶

### Vender é resolver, não convencer: o que os empresários ainda estão fazendo errado

Muita gente ainda acha que vender é sinônimo de persuadir. Criar discurso, empilhar benefícios, insistir até o cliente ceder. Mas quem vive a prática do mercado sabe que isso está longe de funcionar. ▶▶

### O poder dos dados e da inteligência artificial na gestão de pessoas

Nos últimos anos, a tecnologia tem transformado a gestão de recursos humanos (RH), impulsionada pelo avanço da Inteligência Artificial (IA) e pela crescente utilização de dados. Empresas de todos os tamanhos estão adotando soluções analíticas para otimizar processos, melhorar a experiência dos colaboradores, tomar decisões mais assertivas e direcionar a energia de seus times para questões mais estratégicas. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



## Negócios em Pauta

Divulgação



### II SIGA: Seminário Internacional de Gestão de Ativos reúne especialistas no Rio

O evento reúne especialistas renomados do Brasil e do exterior para debater tendências, desafios e inovações em manutenção, gestão de ativos e lubrificação. Entre as principais atrações do seminário estão palestras e workshops sobre integração entre Gestão de Ativos (ISO 55000) e Manutenção de Excelência, uso de tecnologias como IoT, inteligência artificial, análise preditiva e digital twins, além de apresentações de casos práticos de indústrias globais que alcançaram ganhos em confiabilidade e produtividade. O evento também destaca estratégias para adaptar frameworks internacionais, como a ISO 55001, à realidade brasileira, e demonstrações de ferramentas digitais e metodologias avançadas para elevar a maturidade em gestão de ativos (<https://abramanoficial.org.br/>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

## News@TI

4X-image\_CANVA



### Data centers, energia e sustentabilidade estão no centro dos debates do Futurecom 2025

Entre 30 de setembro e 02 de outubro, o Futurecom 2025 vai levantar vários debates de como o Brasil pode ser encarado como pólo estratégico para abrigar os maiores data centers da América Latina, devido às condições geográficas ideais e diversas matrizes energéticas. O cenário positivo, porém, tem de estar atrelado a políticas estratégicas de sustentabilidade para minimizar o impacto no meio ambiente. Além do espaço físico que ocupa, os data centers dependem principalmente da capacidade de geração de energia, da estabilidade no seu fornecimento e da capacidade das linhas de transmissão. Com expectativa de atrair mais de 300 marcas expositoras e 30 mil profissionais do setor, a edição comemorativa de 30 anos do Futurecom, será realizada no São Paulo Expo, com mais de 25 mil m<sup>2</sup> de área de exposição (<https://www.futurecom.com.br/pt/home.html>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

## A Outra Sala

Meritocracia de Grife — ou como a classe média com bolsa cara virou juíza de quem merece chegar lá

Por Ana Luisa Winckler



▶▶ Leia na página 4