

ENCANTAR O CONSUMIDOR



OFEREÇA UM CUSTOMER EXPERIENCE DE EXCELÊNCIA E ALAVANQUE SUAS VENDAS

▶▶ Leia na página 8

DO OPERACIONAL AO CONSULTIVO

Confira tendências do segmento contábil

A contabilidade está prestes a vivenciar uma transformação significativa em 2024. As principais mudanças estão focadas em posicionar a área como um elemento estratégico vital para o sucesso empresarial.

“O papel dos contadores está evoluindo para uma abordagem mais consultiva, deixando de ser predominantemente operacional”, afirma Carmem Granja, diretora de expansão da Associação Brasileira de Provedores de Serviço de Apoio Administrativo (Abrapsa).

“As empresas vão precisar entender os impactos das alterações resultantes da reforma tributária e terão que contar com as informações contábeis para fazer as análises e simulações”, completa. A diretora destaca três tendências que mostram a transformação do setor. Confira:

1 – Impacto da tecnologia – Inteligência artificial (IA), blockchain, digitalização e automação são as palavras-chave para a contabilidade do futuro. A IA e a automação de operações otimizam processos e agilizam a produção de relatórios, entre outras funções, o que permite que os contadores concentrem mais tempo em análises e consultoria.

“A contabilidade é uma fonte rica de informações que, quando usadas da forma correta, podem auxiliar muito nas estratégias da empresa e na sustentabilidade dos negócios”.

Já o blockchain, ainda em fase de implementação em muitos negócios, promete revolucionar a contabilidade ao transformar a forma como as transações são registradas e validadas, proporcionando maior segurança e transparência aos registros financeiros.



Tudo isso se torna possível com a digitalização, que já reformulou inúmeras práticas contábeis, eliminando o uso de materiais físicos. A relação entre clientes e empresas contábeis agora se baseia em documentos digitais, enquanto a nuvem desempenha um papel crucial na segurança e acessibilidade dos dados contábeis.

“Podemos perceber este avanço em algumas práticas dentro da área. As entregas das obrigações ao governo, por exemplo, são todas de forma digital. A fiscalização dos órgãos governamentais é feita de forma digitalizada. Além disso, as empresas de auditoria independentes também utilizam informações digitais”, conta Carmem.

2 – Regulamentações contábeis e fiscais – Em termos de regulamentações, as expectativas para 2024 concentram-se nas reformas tributárias, impulsionando as empresas a se prepararem para mudanças significativas. Associações como a ABRAPSA desempenham um papel vital ao manter os associados atualizados e proporcionar um espaço para discussões.

Nesse contexto, também se fala muito sobre educação continuada. Os profissionais contábeis devem investir para garantir

atualização constante e preservar a integridade do setor. É importante sempre focar na segurança dos dados e na adequação a LGPD para não correr riscos de divulgação de informações confidenciais.

3 – Evolução do papel dos contadores e BPO – Uma vez que o papel dos contadores evoluiu para um suporte consultivo, essa evolução implica que as empresas optem cada vez mais pela terceirização de seus departamentos contábil e fiscal, impactando positivamente as empresas de BPO.

Outro ponto relevante na área é a entrada de novos profissionais, algo que tem se mostrado um desafio. No próximo ano, será preciso investir esforços para atrair jovens talentos para a contabilidade. É essencial comunicar que o setor é promissor e repleto de oportunidades para desenvolvimento profissional.

Carmem finaliza dizendo que, à medida que adentramos 2024, a contabilidade se revela como uma peça-chave na trajetória estratégica das empresas. “Incorporando tecnologia, consultoria e ética, a área contábil tem uma evolução constante, e nosso desafio é seguir mostrando ao mercado o quão impactante essa atuação realmente é”, conclui. - Fonte: (<https://abrapsa.org.br/>).

Negócios em Pauta

Foto: ANSA



Milão se prepara para receber uma exposição por semana

O Palazzo Reale e outros espaços de exposição em Milão se preparam para uma série de exposições em 2024, de Pablo Picasso a Dolce & Gabbana; e de Edvard Munch a Mike Bongiorno. Com uma programação de cerca de 50 mostras, praticamente uma por semana, a capital financeira da Itália vai confirmar uma oferta para atrair um público cada vez maior. Em 2023, o número de visitantes nas três sedes expositivas e nos 11 museus civicos aumentou 39%, chegando a quase 3,2 milhões. Entre as primeiras exposições a abrir no Palazzo Reale, em 24 de fevereiro, estará “Giuseppe De Nittis, artista europeu”, com 90 obras do autor que também conquistou Paris. Nos mesmos dias, o Mudec inaugurará “Picasso: A Metamorfose da Figura”, enquanto em setembro, no Palazzo Reale, será a vez de “Picasso, o Estrangeiro”, realizada em colaboração com o Musée Picasso de Paris. O relacionamento entre Itália e França é tema de muitas exposições em 2024. O Palazzo Reale hospedará uma exposição dedicada ao fotógrafo Brassai, conhecido como “O Olho de Paris”, e a partir de março, “Cézanne e Renoir, das coleções do musée d’Orsay e do Orangerie”. Em abril, o Palazzo Reale sediará a mostra “Do Coração às Mãos. Dolce & Gabbana” (ANSA). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI

AllPagBank



Pix Automático: webinar para discutir novas oportunidades de negócios

@ A C&M Software, empresa de tecnologia especializada em soluções para o sistema de pagamentos financeiro brasileiro e americano, realiza o tradicional webinar “Orli Talks” com o tema “Pix Automático e novas oportunidades de negócios” no dia 23 de janeiro, às 10h30, e irá ao ar pelos canais oficiais da empresa. Para discutir o tema, o evento contará com a participação do CEO da C&M Software, Orli Machado, e de Ricardo Lanfranchi, CEO da C&M Software nos EUA e ex-CEO do Bradesco Bank, USA. O tema “As oportunidades de negócios que o Pix Automático irá trazer para o mercado em 2024” foi criado para debater e mostrar estratégias de adiantamento dos processos de implantação do Pix Automático no país, que tem previsão de lançamento em outubro deste ano pelo Banco Central. O Pix Automático é uma nova funcionalidade do Pix que permite que os pagamentos sejam realizados de forma automática, sem a necessidade de intervenção do pagador ou do recebedor (<https://www.linkedin.com/events/pixautomatico-regrasemultas7148292404637327360/comments/>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

Netbr e IAM Brasil Anunciam Cooperação Estratégica

A Netbr, especialista em arquitetura de identidade e acesso, e a IAM Brasil, empresa de consultoria e único centro nacional de treinamento nesta área, estão formando uma cooperação estratégica para o Brasil, América Latina e mercado norte-americano. Com 20 anos de atividade em IAM, a brasileira Netbr já está presente há cinco anos nos países da Região e mantém escritório próprio nos EUA. Em 2021, a Netbr conquistou o título de “Best SMB to Watch” da publicação norte-americana The Silicon. No ano seguinte, ganhou o prêmio de “Melhor Projeto para Open Banking” e, no último ano, o prêmio de melhor projeto mundial de CIAM, o “Identity Excellence Awards”, ambos nos EUA (<https://netbr.com.br/apresentacao/>) (<https://iambrasil.com.br/>).

Reforma Tributária: Empresas estão com dúvidas sobre tributação no destino

A tributação no destino está entre as principais mudanças da reforma dos tributos incidentes sobre o consumo. ▶▶

A capacitação dos funcionários e a criatividade e ascensão das pequenas empresas

De acordo com Dominic Allon, CEO da Pipedrive, primeiro CRM global de vendas e plataforma de receita inteligente para pequenas empresas, o ano de 2024 contará com um aumento nos ambientes de trabalho altamente personalizados e otimizados. ▶▶

Processos ineficientes impedem indústria de aumentar a produtividade

Um estudo inédito sobre as principais preocupações da indústria de manufatura no Brasil aponta que o desafio para melhorar a produtividade é unânime. ▶▶

Como aproveitar o mercado de capitais de forma efetiva

No atual cenário financeiro, as empresas enfrentam constantes desafios para expandir, inovar e garantir sua sustentabilidade a longo prazo. Uma das ferramentas cruciais à disposição delas é o mercado de capitais, um ambiente dinâmico que oferece oportunidades para alavancar recursos financeiros de forma estratégica. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



OPINIÃO

A evolução das redes neutras e serviços de conectividade no Brasil

Flavio Lang (*)

O setor de telecomunicações no Brasil tem se destacado no cenário global, especialmente pelo seu rápido crescimento no acesso à banda larga fixa. O país registrou o terceiro maior aumento absoluto em conexões mundialmente, ficando atrás apenas da Índia e da China. Também, alcançou um aumento líquido anual de 5 milhões de conexões de fibra, totalizando 47,5 milhões de conexões de serviços de conectividade fixa em 2023.

Interessantemente, 53% das conexões são ofertadas por empresas regionais e locais, que têm sido cruciais para o crescimento desse mercado, tornando-o um dos mais competitivos globalmente, evidenciado pela existência de mais de 20 mil provedores de internet autorizados pela Anatel. No entanto, uma desaceleração foi observada recentemente, com uma leve retração no mercado residencial em alguns estados do Norte e Nordeste, possivelmente indicando uma maturação do nicho e uma diminuição na capacidade de compra por parte da população.

Um ponto notável é que as operadoras regionais têm menor participação no segmento empresarial, onde detêm cerca de 53% dos acessos, mas quase 75% do valor está concentrado nos grandes e tradicionais provedores de telecomunicações. Isso sugere que os segmentos B2B e B2G (relações comerciais entre empresas e governos) ainda são dominados pelos grandes players, em grande parte dos projetos de abrangência nacional das empresas privadas e do Governo federal.

Nos últimos dois anos, um fenômeno marcante no setor de telecomunicações brasileiro foi a venda de ativos de redes fixas por grandes operadoras, um processo conhecido como a criação de "Infra Co". Esta estratégia envolveu a separação das redes fixas existentes e a formação de novas entidades operacionais independentes focadas na infraestrutura fixa, conhecidas como provedores de rede neutra. Este modelo segue uma tendência observada nas operações móveis, onde a venda e o aluguel de torres de telefonia já eram práticas comuns.

No Brasil, este movimento foi exemplificado pela Oi, que vendeu sua infraestrutura para formar a Vtal; pela Telefônica, que segregou parte de sua rede para criar a FiBrasil; e pela Tim, que estabeleceu a I-system. Além disso, várias operadoras regionais investiram significativamente em suas áreas de atacado, e lançaram suas redes neutras, enquanto entidades como a NEO emergiram buscando consolidar e construir alternativas competitivas às três grandes redes neutras. Esse modelo de negócio não se limitou ao Brasil, expandindo-se também para outros países da América do Sul. Um exemplo é a Colômbia, onde a On-Net exemplifica essa inovação.

O conceito de rede neutra se consolidou como um modelo de negócio promissor, baseado na ideia de um operador neutro, disponibilizando infraestrutura de fibra óptica para várias operadoras, sem competir no mercado final. Isso promove um uso mais eficiente dos investimentos tecnológicos, reduzindo o impacto ambiental e a poluição visual nas cidades.

Outro ponto promissor com a chegada das redes neutras é a possibilidade de ampliar a cobertura nacional de conectividade e redução da brecha digital. O modelo de compartilhamento é essencial para o fomento da democratização e inclusão digital no país. A expansão de cobertura de internet em zonas rurais e periféricas, incluindo áreas

de baixa renda, são vistas como uma possibilidade real pelos players do segmento. Vale destacar também o trabalho da agência reguladora e das entidades na flexibilização do fundo de universalização das telecomunicações e o esforço da indústria em regularizar a situação da utilização dos postes.

O compartilhamento de ativos, como torres de telefonia, antenas e equipamentos de rádio, já é uma prática comum na indústria. A infraestrutura de rede de fibra compartilhada por poucos operadores neutros surge como uma solução mais sustentável. O operador da rede neutra gerencia a implantação e manutenção dos equipamentos e da rede, permitindo que várias companhias compartilhem a mesma infraestrutura e lucrem com a locação para diversos provedores de internet. Isso facilita a expansão de cobertura pelas telecomunicações, evitando os altos custos, prazos e complexidades da construção de infraestrutura própria.

O desenvolvimento de redes neutras no setor de telecomunicações está transformando o cenário competitivo, movendo o foco das operadoras da infraestrutura física para a qualidade e inovação dos serviços oferecidos. Esta mudança reduz as barreiras de entrada no mercado, acirrando a concorrência. As operadoras agora enfrentam o desafio de desenvolver propostas de valor atraentes e distintas, especialmente em um ambiente onde a infraestrutura de rede se tornou uma commodity.

Para se destacarem, as operadoras precisam se concentrar em oferecer um atendimento ao cliente excepcional, abrangendo todas as fases, do pré ao pós-venda. Um suporte técnico ágil e confiável, juntamente com estratégias de marketing direcionadas e personalizadas, é essencial para atender e superar as expectativas dos clientes. Além disso, a integração de tecnologias inovadoras que melhoram a experiência do usuário e oferecem novos serviços e funcionalidades torna-se um fator chave para a diferenciação no mercado.

As operadoras de redes neutras enfrentam por sua vez o desafio de transformação cultural e processos, uma vez que muitas delas emergem de empresas maiores e carregam práticas que podem não ser tão eficientes quanto as de operadores regionais menores. Essa herança, juntamente com a dependência econômica de suas empresas-mãe, pode limitar sua capacidade de responder com rapidez e inovação adequada ao mercado. Para competir efetivamente, essas operadoras de rede neutra precisam adotar uma cultura corporativa mais dinâmica e processos mais eficientes, o que é crucial para atender às expectativas dos provedores regionais, seus principais futuros clientes.

No segmento empresarial, também está ocorrendo uma mudança de paradigma, com um número crescente de empresas aceitando e adaptando-se às soluções fornecidas por meio de modelos de infraestrutura compartilhada atendidos em rede neutra. Essa aceitação representa um passo significativo na direção de um entendimento mais amplo e da adoção do modelo de rede neutra, indicando uma evolução nas práticas empresariais e uma maior abertura às inovações no setor de telecomunicações.

Com tudo isso exposto, é possível dizer que essa chegada trouxe uma grande expectativa para o mercado nacional. A verdade é que alinhar os interesses do consumidor, operador e acionista é um passo fundamental para que a indústria de telecomunicações atue de forma efetiva e estratégica, principalmente em um país de dimensões continentais como o Brasil.

(*) Cofundador da SecureLink.

Hackers invadem a Microsoft

Nem mesmo os gigantes da tecnologia estão a salvo de ataques: a Microsoft admitiu que um grupo de hackers ligados ao governo russo, conhecido como Nobelium, conseguiu acessar contas de e-mail de alguns de seus executivos seniores.

Arina_Krasnikova_de_Pexels_CANVA

Vivaldo José Breternitz (*)

O ataque teve início no final de 2023, e além do conteúdo de mensagens, foram roubados também alguns documentos. A Microsoft só descobriu o ataque em 12 de janeiro; a empresa não divulgou por quanto tempo os invasores conseguiram acessar seus sistemas.

Segundo a empresa, o ataque não foi resultado de vulnerabilidades em seus produtos ou serviços, sendo que até o momento, não há evidências de que os atacantes tenham tido acesso aos ambientes dos clientes, sistemas de produção, código-fonte ou sistemas da Microsoft – o acesso a uma senha teria permitido o ataque.

Curiosamente, o ataque aconteceu poucos dias depois que a Microsoft havia anunciado seu plano de revisar a segurança de seus produtos, após inúmeras tentativas de acessos à sua sua nuvem Azure, a segunda maior do mundo, superada apenas pela Amazon AWS.



Essa revisão é a mais ampla desenvolvida pela Microsoft, desde que, em 2004, falhas em seu sistema operacional Windows XP prejudicaram milhões de usuários.

O Google também acaba de anunciar que acaba de frustrar um ataque deflagrado por hackers também ligados

ao governo russo, não se sabendo se o mesmo que atacou a Microsoft.

Segurança deve ser uma preocupação constante de profissionais e usuários de sistemas de informação.

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

Como aplicar inovações disruptivas nos negócios?

Desde que o termo "inovação disruptiva" entrou no dicionário das companhias, não se fala em outra coisa. Nos últimos anos, houve um investimento intenso por parte das organizações nessa pauta, como mostram dados da pesquisa "PD&I e inovação aberta no Brasil – As práticas de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação em Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC)" produzida pela Deloitte, onde 69% das empresas entrevistadas mantiveram estratégias de PD&I em 2022, e 51% têm a intenção de fortalecer os investimentos no segmento nos próximos três anos.

Além disso, o governo anunciou ano passado o plano Mais Inovação, que prevê aportes de R\$ 66 bilhões para inovação na indústria até 2026. Essa atenção especial com a agenda de tecnologia é uma resposta direta às mudanças ocorridas na sociedade nos últimos anos, que transformaram os hábitos de vida e consumo da população.

É importante ressaltar que a busca por inovação disruptiva nos negócios, mais do que nunca, é fundamental para manter a relevância e a competitividade em um mercado inquieto. Porém, com todas as companhias seguindo a mesma lógica e procurando por agulhas no mesmo palheiro, como realmente aplicar inovações disruptivas nos negócios de maneira efetiva?

Essa jornada começa necessariamente com a disposição para desafiar o status quo. As empresas devem estar abertas a novas ideias, investir em pesquisa e desenvolvimento e adotar uma mentalidade flexível para acomodar mudanças. É crucial entender as tendências do mercado e as demandas dos clientes, adaptando os produtos e serviços sempre que necessário.

Outro ponto essencial é construir uma cultura de inovação, incentivando a experimentação, aceitando o fracasso como parte do processo e promovendo a colaboração entre



equipes diversas. Líderes devem estabelecer um ambiente seguro para compartilhar ideias, oferecer incentivos para inovar e reconhecer e recompensar as contribuições inovadoras.

Junto a isso, é preciso construir equipes qualificadas, o que requer a atração e retenção de talentos criativos e diversificados. Investir em capacitação e times interdisciplinares capazes de abordar desafios complexos e fornecer recursos para experimentação é praticamente obrigatório.

As empresas devem ainda prestar atenção às mudanças no mercado, tecnologias emergentes e às necessidades não atendidas dos clientes para não negligenciar a concorrência e estar disposto a repensar modelos de negócios estabelecidos.

A procura por parcerias estratégicas também é fundamental. Colaborações com startups, universidades e outras empresas podem oferecer acesso a novas ideias, tecnologias e conhecimentos especializados que impulsionam a inovação.

Porém, não podemos ignorar os desafios desse trajeto, que incluem a resistência à mudança, a gestão de riscos e a alocação de recursos adequados. Além disso, a busca por inovações disruptivas requer um horizonte de tempo mais longo e o reconhecimento de que os resultados podem não ser imediatos – e nem todas as corporações contam com essa disposição.

A soma dessas ações irá resultar em um ambiente muito mais propício ao desenvolvimento de projetos, produtos e soluções inovadoras, que de fato tragam impactos positivos para a sociedade, vantagens competitivas, crescimento de receita, melhoria na satisfação dos consumidores e a capacidade de liderar transformações no mercado. E ainda vem com o bônus de aumentar a resiliência da empresa em face de mudanças constantes.

(Fonte: Flávio Guimarães é Presidente da Corning na América Latina e Caribe, uma das líderes mundiais em inovação da ciência de materiais que desenvolve produtos para as áreas de comunicações ópticas, eletrônicos móveis de consumo, tecnologias para displays, automóveis e ciências da vida).



News @ TI

Samsung traz monitor ViewFinity S9 ao Brasil

A Samsung expande sua linha de monitores com o lançamento do modelo ViewFinity S9 de 27 polegadas (modelo S90PC), uma tela com resolução 5K com especificações, recursos e ferramentas necessários para quem estuda e trabalha com design gráfico, fotografia, produção de vídeo e outras vertentes da arte e da produção visual. "Premiado com o CES Innovation Award de 2023, o ViewFinity S9 foi projetado para oferecer o mais alto desempenho e a melhor experiência para os

profissionais da indústria criativa, possibilitando experiências visuais de alto nível com cores realistas e a conectividade incrível. Além disso, ele representa uma opção viável e com especificações mais apuradas para quem deseja adquirir um produto de alta qualidade a um preço competitivo", ressalta Marina Correia, gerente de Monitores da Samsung Brasil. Confira todos os detalhes deste lançamento especial da Samsung no Brasil, disponível na loja online da marca e nos principais varejistas (https://www.samsung.com/br/monitors).

ricardosouza@netjen.com.br

Editorias

Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br);

Comercial: Tatiana Sapateiro – tatiana@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.

Mercado reduz novamente previsão de inflação para 2024

Segundo projeção do Boletim Focus, divulgada ontem (22) pelo Banco Central (BC), o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) – considerado a inflação oficial do país – deve fechar este ano em 3,86%

Há uma semana, a projeção do mercado era de que a inflação este ano ficasse em 3,87%. Há quatro semanas, a previsão era de 3,91%. Para 2025, a projeção ficará em 3,5%.



Para alcançar a meta de inflação, o BC usa como principal instrumento a taxa básica de juros, a Selic.

Para alcançar a meta de inflação, o BC usa como principal instrumento a taxa básica de juros, a Selic, definida em 11,75% ao ano pelo Copom. O comitê informou que deve seguir com cortes de 0,5 p.p nas próximas reuniões. Para o mercado financeiro, a Selic deve encerrar 2024 em 9% ao ano. Para o fim de 2025, a estimativa é de que a taxa básica caia para 8,5% ao ano. A mesma previsão para 2026 e 2027.

Em relação ao crescimento do Produto Interno Bruto - soma de todos os bens e serviços finais produzidos no país - (PIB), o

Focus aumentou a previsão de crescimento, em 2024, para 1,6%, ante os 1,59% da semana passada. Para 2025, o boletim tam-

bém manteve a previsão de crescimento da semana passada de 2%, que também é a mesma para os anos de 2025 e 2026.

O boletim divulgado ontem também prevê diminuição no valor do câmbio em dólar. Segundo o Focus, em 2024, a moeda fecha o ano em R\$ 4,92. Na semana passada, a previsão era de R\$ 4,95. Há quatro semanas a previsão era de que a moeda norte-americana ficasse em R\$ 5,00. Para 2025, a projeção é que o dólar também fique em R\$ 5,00. Para 2026, a expectativa é que o câmbio feche em R\$ 5,05 e para 2027, em R\$ 5,10 (ABr).

Alerta sobre riscos de carne sintética

Os governos de Itália, França e Áustria alertaram ontem (22) a União Europeia sobre os riscos da comercialização da carne sintética, um dia antes de uma reunião entre os ministros da Agricultura no bloco em Bruxelas.

A carne cultivada em laboratório é "uma ameaça aos métodos genuínos de produção alimentar que estão no centro do modelo agrícola europeu", diz uma nota conjunta. Roma, Paris e Viena alertaram para os riscos de "novas práticas que incluem a produção de carne com tecnologia de células estaminais, que requer tecidos de animais vivos". "O desenvolvimento desta nova produção de alimentos cultivados em laboratório levanta muitas questões que precisam ser

discutidas a fundo", acrescenta o texto.

No documento apoiado pela República Tcheca, Chipre, Grécia, Hungria, Luxemburgo, Lituânia, Malta, Romênia e Eslováquia, os três países solicitam que, "antes de qualquer autorização" do comércio, a Comissão Europeia lance uma "consulta pública completa sobre a carne cultivada em laboratório" e realize uma "avaliação de impacto abrangente e baseada em fatos".

Esse tipo de carne, também chamada de artificial, cultivada, carne de laboratório ou carne de cultura, é produzida pela reprodução in vitro de células de animais - o produto final, portanto, não requer criação e abate de gado (ANSA).

Começaram as inscrições para o Sisu

Começaram ontem (22) as inscrições para o Sistema de Seleção Unificada (Sisu), que seleciona estudantes para vagas ofertadas por instituições públicas de ensino superior. A inscrição é gratuita (<https://accessounico.mec.gov.br/sisu>) feita exclusivamente pela internet e vai até a próxima quinta-feira (25).

Podem se inscrever todos os estudantes que participaram da edição mais recente do Enem e que obtiveram nota maior do que zero na prova de redação e não declararam estar na condição de trainee ao se inscrever. O sistema eletrônico utiliza

a média da nota do Enem até o limite da oferta de vagas, por curso e modalidade de concorrência, de acordo com as escolhas dos candidatos inscritos e o perfil socioeconômico.

As vagas são distribuídas conforme determina a Lei de Cotas e de acordo com políticas e ações afirmativas adotadas pelas universidades, como vagas reservadas e aplicação de bônus sobre a nota do candidato que atenda o perfil indicado pela instituição. Os resultados da primeira chamada do Sisu devem ser divulgados no próximo dia 30 e as matrículas acontecem do dia 1º ao dia 7 de fevereiro (ABr).

Cultura do "Herói" no departamento de TI e o sucesso empresarial

Eduardo Luis dos Santos Vieira (*)

O Departamento de Tecnologia da Informação (TI) exerce um papel fundamental dentro das estratégias organizacionais, destacando-se na transformação digital e no cenário tecnológico em constante evolução

Uma cultura que visa construir uma cultura sólida que não só se adapte aos novos desafios, mas que impulse novos negócios e resultados significativos. Essa gestão por parte da equipe de TI é essencial, exigindo não apenas agilidade e eficiência para a execução e gerenciamento de processos e projetos demandantes, mas também a capacitação de toda equipe para assumir todas as responsabilidades.

O mercado, que está em alta e cada vez mais competitivo, precisa de profissionais que estejam atualizados em relação às tendências tecnológicas, a fim de assegurar uma comunicação eficaz entre empresa, funcionários e clientes, e adaptabilidade diante das constantes mudanças digitais. Dessa forma, empresas que investem no Departamento de TI como protagonistas de seus planejamentos estratégicos, conseguem se destacar de seus concorrentes, otimizando e desenvolvendo novos processos com foco na melhoria de gestão e de relacionamento com seus clientes.

No entanto, essa chamada cultura de "herói" no departamento de TI, que valoriza a proatividade e a resolução rápida de problemas e garante eficiência e excelência nos processos tecnológicos que impulsionam o crescimento empresarial, também demanda equilíbrio. A dependência excessiva de um "herói individual ou coletivo" pode resultar em sobrecarga, esgotamento e falta de colaboração efetiva.

Por isso a importância da equipe trabalhar em estreita colaboração com todas as áreas da empresa, coletando, analisando e utilizando dados para a tomada conjunta de decisões e de aplicações de estratégias. Encontrar um equilíbrio saudável é essencial. Incentivar a resolução rápida de problemas deve ser acompanhado por investimentos em processos robustos, treinamento contínuo e comunicação eficaz.

Assim, as organizações cultivam uma cultura que valoriza a iniciativa individual e a colaboração, criando um ambiente sustentável e eficiente no departamento de TI. A cultura do "herói" é uma ferramenta valiosa quando usada com moderação. Construir uma equipe resiliente, capaz de antecipar desafios e resolver problemas colaborativamente, é a chave para um departamento de TI verdadeiramente heroico, impulsionando o sucesso duradouro da empresa.

(*) - Com MBA em Arquitetura de Solução pela FIAP, é sócio Fundador e CTO da CRM&BONUS (<https://mkt.crmbonus.com.br>).

NEGÓCIOS em PAUTA
lobato@netjen.com.br

A – Feira de Negócios

A terceira edição da Feira Internacional de Negócios (FIN) do Brasil será realizada entre os dias 3 e 4 de abril, nas instalações do CentroSul, em Florianópolis. A organização do evento, que tem expectativa de movimentar cerca de 20 milhões de euros em negócios, reunirá palestras, mentorias, rodadas de negócios internacionais, além de diferentes ambientes e ferramentas para negócios globais. Nesta edição, as principais áreas abrangidas serão Agronegócio, Construção Civil, Educação, Energias, Logística, Smart Cities, Saúde, Tecnologia, Têxtil e Turismo. Investidores, empresas e autoridades internacionais, incluindo portugueses, são esperados no certame. Saiba mais: (<https://finbrasil.com.br/pt>).

B – Devedores do IPVA

Desde 2012, quando a Procuradoria Geral do Estado de São Paulo (PGE) começou a enviar os nomes dos devedores do Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores, o chamado IPVA, aos Cartórios, mais de 7,3 milhões de dívidas foram protestadas no Estado, totalizando mais de R\$ 8,3 bilhões não pagos aos cofres públicos. 60,94% destas dívidas já foram quitadas perante a Fazenda/SP, mas continuam protestadas em Cartório. Para cancelar o protesto, basta o usuário efetuar o pagamento das taxas cartorárias pelo site da Central do Protesto de SP (<https://protestosp.com.br/>). Para saber como fazer esse pagamento basta fazer uma pesquisa no site no campo "Consulte Grátis" e seguir as instruções.

C – Doces e Guloseimas

A Docile, referência no segmento de doces e guloseimas, acaba de inaugurar sua primeira operação em São Paulo, no aeroporto de Congonhas. O movimento faz parte da estratégia da empresa de ampliar o conhecimento da marca, estar ainda mais próxima do público e apresentar produtos exclusivos. Nessa nova frente, a Docile estabelece mais um ponto de contato com os consumidores com toda a sua essência, trazendo elementos que definem o posicionamento da marca, como doçura e gentileza. A estreia desse modelo de operação ocorreu em Lajeado, no Rio Grande do Sul, e a empresa tem planos de expandir os quiosques em todo o país. Saiba mais: (<https://www.docile.com.br>).

D – Repelentes e Inseticidas

Segundo recente levantamento da Kantar, líder em dados, a penetração das categorias de repelentes e inseticida nos lares brasileiros cresceu

2,4 pontos percentuais (p.p.) e 2,5 p.p. respectivamente entre 2020 e 2023, no ano móvel contado a partir de julho desses anos. Entre os últimos 12 meses terminados em julho de 2022 e o mesmo período do ano passado o aumento na categoria de repelentes foi de 1,6 p.p., com 6 milhões de novos lares comprando e consumindo. A maior concentração de consumo é das classes A B, representando 27% da população e 34% das unidades compradas. A região da Grande Rio de Janeiro é responsável por 12% dos repelentes adquiridos nacionalmente.

E – O Jornalismo Vive

A Fundação Gabo abriu inscrições para seu prêmio anual de jornalismo ibero-americano, oferecendo mais de US\$ 80 mil aos vencedores e finalistas em cinco categorias. O prazo para submeter trabalhos na 12ª edição do Prêmio Gabo vai até 29 de fevereiro. As inscrições são gratuitas. Além da premiação em dinheiro, os finalistas e vencedores ganharão uma viagem para participar do Festival Gabo, realizado em julho em Bogotá, durante o qual os resultados serão anunciados. O tema do concurso este ano é "O jornalismo vive". Em 2023 foram recebidos quase 2 mil trabalhos da América Latina, Portugal e Espanha. Saiba mais em: (<https://premioggm.org/>).

F – Nível Pré-pandemia

O aeroporto de Congonhas, administrado pela Aena, superou em 2023 a marca de 22 milhões de passageiros, retomando o nível pré-pandemia. Comparado a 2019, o aeroporto teve movimentação de passageiros apenas 0,5% inferior. Em 2023, foram realizados 231,8 mil movimentos no aeroporto, entre saídas e chegadas, sendo 185,6 mil somente da aviação comercial. O mês de julho foi o de maior movimento no aeroporto da capital paulista, com um fluxo total de 2,1 milhões de passageiros. Já o dia de maior movimento foi registrado em 11 de setembro, uma segunda-feira no retorno do feriado da Independência do Brasil, com 81 mil passageiros. Em média, o Aeroporto de Congonhas recebeu em 2023 mais de 60 mil passageiros e 510 voos comerciais diariamente.

G – Patrocínio Esportivo

A Atvos, uma das principais empresas de biocombustíveis do país, é a nova patrocinadora oficial do Costa Rica Esporte Clube para a tempo-

rada 2024. O time é bicampeão sul-mato-grossense de futebol, título também alcançado no ano passado. O acordo é válido para todos os campeonatos que a equipe disputar neste ano, incluindo o Estadual, Copa Verde, Copa do Brasil e o brasileiro da Série D. O patrocínio esportivo visa reforçar a imagem da Atvos em Mato Grosso do Sul, onde possui três unidades agroindustriais nas cidades de Nova Alvorada do Sul, Rio Brillante e Costa Rica.

H – Mercado de Pós-venda

A Stellantis adquiriu 70% do controle acionário da Comercial Automotiva (DPaschoal, DPK, KDP, AutoZ, Maxxi Training, Kmaxx, Recmaxx, Autocred e Maxxipel), uma empresa brasileira que presta serviços automotivos especializados desde 1949. Com mais de 120 lojas próprias estabelecidas em quatorze estados, além de 28 centros de distribuição de pneus e peças, a Comercial Automotiva/DPaschoal oferece produtos e serviços para veículos leves, pesados e agrícolas. Com a aquisição do negócio tradicional a Stellantis amplia a participação no mercado de pós-venda e serviços multimarcas no Brasil. A operação está em linha com o objetivo estratégico de expansão regional, além de fortalecer a capacidade para responder às demandas mais complexas dos consumidores.

I – Jogos Olímpicos

A Visa anuncia a promoção "Torcida Premiada", que proporciona aos clientes Bradesco, Next, Bradescard e Digio, pessoa física e jurídica, titular de cartão de crédito, débito ou múltiplo Visa, a chance de concorrer a 30 pacotes de viagem, oferecidos para vincenciar os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de Paris 2024, que acontecem de 24 de julho a 11 de agosto e de 28 de agosto a 8 de setembro, respectivamente. Ao realizar o cadastro no site (vi.sa/torcidapremiadabradesco), o cliente elegível passa a participar da promoção e a cada compra a partir de R\$ 30 com os cartões Bradesco Visa, ganha um número da sorte para concorrer aos prêmios. Ao todo, serão 30 pessoas contempladas, sendo 15 para os Jogos Olímpicos e mais 15 para os Jogos Paralímpicos e cada ganhador terá direito a levar um acompanhante.

J – Unindo Vozes

Após ser lançada com grande impacto no Ministério das Relações Exteriores de Israel em um evento com a participação de 100 diplomatas estrangeiros, a Federação Israelita do Estado de São Paulo (Fisesp) traz ao Brasil a Exposição "Unindo Vozes Contra a Violência de Gênero" que reúne o trabalho de 14 artistas israelenses e ficará em cartaz de 30 de janeiro a 21 de fevereiro no Conjunto Nacional, em São Paulo. A exposição traz 22 painéis e uma animação idealizados por diversos artistas israelenses explorando a tragédia ocorrida em Israel em 7 de outubro, quando terroristas do Hamas realizaram um ataque no qual 1.200 pessoas foram massacradas, centenas sequestradas e muitas mulheres e meninas foram vítimas de violações, muitas das quais ainda continuam sequestradas pelo Hamas.

Planejamento sucessório, holdings familiares e a reforma tributária

Mayara Rodrigues Mariano (*)

O planejamento sucessório é um componente crítico para a continuidade e prosperidade de empresas familiares ao longo das gerações

Nesse contexto, as holdings familiares emergem como ferramentas essenciais, desempenhando o papel significativo na facilitação desse processo complexo. Uma holding familiar é uma estrutura legal que consolida os ativos familiares e oferece uma série de benefícios, que vão além da simples gestão patrimonial.

Uma das principais vantagens das holdings familiares é a consolidação eficiente do patrimônio. Ao agrupar participações em empresas, propriedades e investimentos, a holding simplifica a administração do portfólio, tornando mais fácil a transição para os herdeiros. Essa consolidação não apenas simplifica a gestão, mas também contribui para a preservação do legado familiar.

A proteção do patrimônio é outra função crucial das holdings familiares. Ao adotar estruturas legais adequadas, é possível salvaguardar os ativos contra riscos como litígios e credores, proporcionando uma camada adicional de segurança para o patrimônio acumulado ao longo do tempo. A eficiência tributária também é um ponto forte das holdings familiares. Com uma estrutura bem planejada, é possível minimizar os impactos fiscais sobre doações, heranças e ganhos de capital.

Essa eficiência contribui para a preservação do valor total do patrimônio, permitindo que a família retenha mais recursos para investir

ou distribuir conforme seus objetivos. No que tange à reforma tributária, as holdings familiares podem ter um impacto significativo, uma vez que alterações nas leis fiscais devem influenciar a estrutura, gestão e eficiência tributária dessas entidades.

A reforma tributária pode desencadear uma série de mudanças nas holdings familiares, desde a estrutura organizacional até as estratégias de gestão e distribuição de ativos. Mesmo com os impactos potenciais da reforma tributária, as holdings familiares devem permanecer atentas e proativas na adaptação às mudanças regulatórias. A flexibilidade, inerente a essas estruturas, as torna capazes de ajustar suas operações e estratégias para otimizar a eficiência tributária e preservar o patrimônio familiar.

A continuidade do sucesso das holdings familiares depende, em grande parte, da habilidade em antecipar e responder de maneira estratégica às alterações no ambiente tributário. Uma abordagem proativa, com foco no planejamento tributário e na adaptação às novas regulamentações, é essencial para que as holdings familiares continuem a desempenhar um papel eficaz no planejamento sucessório e na preservação do patrimônio ao longo das gerações.

Isso ressalta a importância de uma abordagem contínua de planejamento financeiro e jurídico, buscando orientação especializada para garantir que a holding esteja alinhada com as melhores práticas e estratégias que garantam a preservação do legado familiar em meio às transformações legislativas.

(*) - É advogada de Direito Tributário e sócia do Mariano Santana Sociedade de Advogados.

Como se preparar financeiramente para ter um futuro próspero

Um estudo recente realizado pela Finance Research Association (FRA) mostrou que 75% dos adultos consideram o planejamento financeiro mais importante agora do que era há cinco anos, destacando uma crescente conscientização sobre a gestão financeira eficaz

As pessoas estão pensando em como se planejar financeiramente para alcançar seus objetivos, organizar suas receitas e despesas.

Mas muitas ainda tem dúvida de como fazer um planejamento financeiro eficiente e adequado à sua realidade. O planejamento financeiro não é algo estático, mas sim dinâmico, que deve ser revisado e ajustado periodicamente, de acordo com as mudanças na sua vida e no mercado.

Por isso, é importante acompanhar seus resultados, verificar se você está cumprindo suas metas, avaliar se seus investimentos estão rendendo o esperado, corrigir possíveis desvios e aproveitar novas oportunidades. Lembre-se de que o planejamento financeiro é um processo contínuo, que requer disciplina, comprometimento e educação financeira.

O Professor Sérgio Roberto da Silva, Coordenador dos cursos de Administração e Ciências Contábeis do UNASP, elencou seis dicas para se planejar



financeiramente. Confira:

1) Avalie e redefina seu orçamento: diante dos desafios financeiros atuais, é importante avaliar sua situação financeira. Liste suas despesas, dívidas e receitas e crie um orçamento detalhado para 2024.

2) Priorize o pagamento de dívidas: com um alto índice de inadimplência, é crucial priorizar o pagamento de dívidas. Comece pelas dívidas com juros mais altos, como o cartão de crédito.

3) Evite novas dívidas: reduza o uso do cartão de crédito e evite adquirir novas dívidas. Considere usar métodos de pagamento à vista sempre que possível.

4) Crie uma reserva de emergência: para evitar o endividamento em situações inesperadas, como emergências médicas ou desemprego, é fundamental ter uma reserva financeira.

5) Evite gastos impulsivos: evite compras não planejadas. Pergunte-se sempre se aquele gasto é realmente necessário antes de concretizá-lo.

6) Eduque-se financeiramente: investir em educação financeira é essencial para tomar decisões informadas. Procure cursos, livros e consultorias que possam te orientar nessa jornada.

Definir objetivos claros é o primeiro passo, isso

envolve conhecer sua situação atual, estabelecer suas metas, entre outras coisas. Conforme indicado por uma pesquisa da Economic Planning Institute (EPI), indivíduos com metas financeiras específicas têm 50% mais chances de alcançar seus objetivos do que aqueles sem metas definidas. Isso inclui objetivos de curto, médio e longo prazo.

O professor ainda destaca que com a chegada do novo ano, vem a oportunidade de reavaliar e ajustar seu planejamento financeiro. "Diante dos desafios apresentados, é essencial adotar uma postura proativa, evitando dívidas desnecessárias e buscando uma boa gestão dos recursos.

Dados recentes mostram um aumento significativo no endividamento das famílias brasileiras, especialmente devido ao uso do cartão de crédito e gastos desenfreados ao consumo excessivo. Por isso, planejar hoje é garantir um futuro mais estável e seguro", finaliza Sérgio Roberto da Silva. - Fonte: (<https://unasp.br/>).

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS 16º Subdistrito - Mooca Luiz Orlando de Barros Segala - 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: **PEDRO SALES PINHEIRO DE OLIVEIRA BELTRÃO**, estado civil solteiro, profissão empresário, nascido em Recife, PE, no dia 11/12/1989, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Sérgio José Adeloido de Pinheiro Coutinho Beltrão e de Mônica Maria Sales Lopes de Oliveira Beltrão. A pretendente: **MARCELA SOUZA SANTOIANI**, estado civil solteira, profissão médica, nascida em Recife, PE, no dia 03/03/1992, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Marcelo Reynaldo Santoianni e de Ana Graça Souza.

O pretendente: **RENAN MATTAR DE SIQUEIRA SANTANA**, estado civil solteiro, profissão planejador de manutenção, nascido em Votuporanga, SP, no dia 31/08/1991, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Celso de Siqueira Santana e de Miria de Fátima Mattar Santana. A pretendente: **BRUNA GABRIELA DE SOUZA**, estado civil solteira, profissão coordenadora de qualidade, nascida em Curitiba, PR (Registrada no Distrito Pinheirinho, PR), no dia 26/12/1993, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Marcelo Cordeiro de Souza e de Regiane Cardina de Castro.

O pretendente: **LUIS GUSTAVO DA SILVA ALVES**, estado civil solteiro, profissão professor, nascido nesta Capital, Cerqueira Cesar, SP, no dia 12/06/2000, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Rogério Alves e de Débora Cristina da Silva Alves. A pretendente: **VITÓRIA CRISTINA DE ANDRADE QUEIROZ**, estado civil solteira, profissão professora, nascida nesta Capital, Cerqueira Cesar, SP, no dia 22/12/2000, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Marcos Lopes Queiroz e de Simone Cristina de Andrade Queiroz.

O pretendente: **EDSON AMANCIO DA SILVA**, estado civil solteiro, profissão ajudante geral, nascido em Mauá, SP, no dia 28/11/1974, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Milton Amancio da Silva e de Josefa Maria da Silva. A pretendente: **ELIANA ALMEIDA**, estado civil solteira, profissão do lar, nascida em Vitória da Conquista, BA, no dia 02/05/1980, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Idália Maria de Almeida.

O pretendente: **GILBERTO NUNES DE OLIVEIRA**, estado civil solteiro, profissão autônomo, nascido em Lapão, BA, no dia 27/12/1977, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Arnaldo Nunes de Oliveira e de Edialda Barbosa da Silva. A pretendente: **ROSINEIA LOPES DE SÁ**, estado civil divorciada, profissão auxiliar de sala, nascida em Floresta, PE, no dia 11/09/1978, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de David Lopes de Sá e de Amélia Ana de Sá.

O pretendente: **DANILO DIAS DE FRANCESCO**, estado civil solteiro, profissão médico, nascido em São Paulo, SP, no dia 22/02/1993, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de José Danilo de Francesco e de Rosane Aparecida Dias de Francesco. A pretendente: **PATRICIA FERREIRA TERRIACA**, estado civil solteira, profissão médica, nascida em São Paulo, SP, no dia 14/09/1995, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Antonio Terriaca e de Adelaide Ferreira da Cruz Terriaca.

O pretendente: **DANIEL GARCIA**, estado civil solteiro, profissão autônomo, nascido em São Paulo, SP, no dia 10/05/1979, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Domingos Gimenez Garcia e de Vania Lucia dos Santos Garcia. A pretendente: **KELLY CRISTINA GONÇALVES**, estado civil divorciada, profissão auxiliar de enfermagem, nascida em Santo André, SP, no dia 11/12/1981, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Luiz Gonçalves e de Maril Alves Gonçalves.

O pretendente: **RAFAEL HENRIQUES DE SOUZA**, estado civil solteiro, profissão militar, nascido em Magé, RJ, no dia 07/02/1984, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Jorge de Souza e de Maria das Dóres Henriques de Souza. A pretendente: **KALEINE SILVESTRE MADEIRA**, estado civil solteira, profissão militar, nascida em São João de Meriti, RJ, no dia 14/12/1991, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Francisco Carlos Madeira e de Célia Maria Silvestre.

O pretendente: **JOÃO OTÁVIO PEREIRA DUQUE**, estado civil solteiro, profissão, nascido em Caxias do Sul, RS, no dia 27/05/2000, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Mauro Duque e de Cleusa Pereira Duque. A pretendente: **FERNANDA RODRIGUES GOMES**, estado civil solteira, profissão nascida em Santo André, SP, (Registrada no Distrito Itaquera, São Paulo, SP), no dia 29/06/1997, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Flávio José Gomes e de Lucilene Rodrigues.

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

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: **YURI ILTCH AFFONSO DE OLIVEIRA**, profissão: auxiliar administrativo, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Vila Mariana, SP, data-nascimento: 20/10/1990, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Julio César de Oliveira e de Marilene Affonso de Oliveira. A pretendente: **ANA PAULA NUNES DA SILVA**, profissão: auxiliar administrativa, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, São Miguel Paulista, SP, data-nascimento: 15/11/1991, residente e domiciliada em São Miguel Paulista, São Paulo, SP, filha de Gercino Nunes da Silva e de Maria Faustino Nunes da Silva.

O pretendente: **RAMON BEZERRA DIAS**, profissão: auxiliar administrativo, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Cerqueira César, SP, data-nascimento: 09/02/1987, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de João Marcelo Dias e de Marlucia Bezerra da Silva. A pretendente: **GIOVANA DELLA CROCE SANTOS**, profissão: professora, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Bela Vista, SP, data-nascimento: 01/10/1996, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de José Roberto Pereira dos Santos e de Cristiane Amorim Della Croce.

O pretendente: **DANIEL NARCIZO SOUTO MENDICINO**, profissão: entregador, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Vila Matilde, SP, data-nascimento: 05/08/1983, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de José Alvaro Mendicino e de Ilma Narcizo Souto. A pretendente: **MARINÉS SOARES URSULINO**, profissão: do lar, estado civil: divorciada, naturalidade: em Princesa Isabel, PB, data-nascimento: 12/02/1970, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de José Ursulino Neto e de Josefa Soares da Silva.

O pretendente: **DAVID MENDES DOS SANTOS**, profissão: auxiliar administrativo, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 04/03/1997, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Edison dos Santos e de Ana Lucia Mendes de Lima Santos. A pretendente: **MARIA DE FATIMA ALVES DE MELO**, profissão: autônoma, estado civil: solteira, naturalidade: em União dos Palmares, AL, data-nascimento: 08/04/1990, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de George Alves de Melo e de Edileuza Alves de Melo.

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

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS 5º Subdistrito - Santa Efigênia Bianca Caroline Luzente - 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: **RAFAEL MARQUES GONÇALVES**, profissão: professor, estado civil: solteiro, naturalidade: Três Rios - RJ, data-nascimento: 02/08/1983, residente e domiciliado neste Subdistrito - SP, filho de Ailton Luiz da Rocha Gonçalves e de Eloiza Maria Marques Gonçalves. O pretendente: **FELIPE NAVARRO FERREIRA**, profissão: autônomo, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo - SP, data-nascimento: 08/04/1990, residente e domiciliado neste Subdistrito - SP, filho de Alcides Ferreira Filho e de Cleonice Navarro Ferreira.

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

Proclamas de Casamentos

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: **KAIQUE IZIDORO DA SILVA MOREIRA**, estado civil solteiro, filho de Sidney Carvalho Moreira e de Marcia Angelica da Silva, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **FRANCINEIDE VIVIANE JACINTO DA CRUZ**, estado civil solteira, filha de Francelino Celecino da Cruz e de Vicentina Rosa Jacinto da Cruz, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **JONATHAS JEFFERSON DOS SANTOS SILVA**, estado civil solteiro, filho de Elias Flor da Silva e de Rose Mary de Lourdes Santos Silva, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **TACIANE MATIAS DA SILVA**, estado civil solteira, filha de José Antonio da Silva e de Ana Lucia Rodrigues da Silva, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **CAIO MATHEUS ELIZARIO DOS SANTOS**, estado civil solteiro, filho de Demétrio Ouro Preto dos Santos e de Sueli Elizario Ouro Preto dos Santos, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **HELOISE MICHELI DE ALMEIDA LUGAREZI**, estado civil solteira, filha de Melk Magno Lugarezi e de Marileide de Almeida Lugarezi, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **DARCIO HENRIQUE LORENÇO**, estado civil divorciado, filho de Dario Lorenço e de Arlete Henrique Lorenço, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **MARILIA CASSIA TEIXEIRA**, estado civil divorciada, filha de Antonio Teixeira e de Lazara Marques Teixeira, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - 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

Como avaliar os resultados de sua cultura organizacional

A cultura organizacional é o conjunto de elementos, tangíveis e não tangíveis que compõem uma organização. É o estabelecimento de um modo de como fazer as coisas na empresa, como tomar decisões, como gerar relacionamentos e lidar com conflitos, entre outras coisas

Segundo Karen Cartagena, especialista em RH e mentora de startups, a cultura organizacional é capaz de guiar o alinhamento entre os colaboradores em busca dos melhores resultados, pois é ela que permite que valores e um sentimento de pertencimento estejam sempre presentes no dia a dia. “Em uma empresa jovem, como uma startup, a criação de uma cultura organizacional é imprescindível, já que é necessário contar com um time genial e comprometido para construir o negócio”, afirma.

A cultura organizacional deve ser desenhada desde o início para sustentar a estratégia da organização. “Divulgar um guia, com o sonho grande, valores e crenças compartilhadas potencializa o alinhamento entre as pessoas. Uma boa prática é convidar os colaboradores para construir esse material com você de forma que todos sintam-se parte”, orienta.

E como medir os resultados da cultura organizacional? É necessário fazer pesquisas periódicas para entender o quanto os colaboradores estão engajados e se o processo de recrutamento está sendo eficaz. “Você pode incluir perguntas específicas sobre os valores da empresa e a aderência dos colaboradores a esses valores. Também pode



permitir que as pessoas forneçam feedbacks anônimos sobre a cultura da empresa”, afirma.

Outras ações para uma empresa avaliar se a cultura organizacional está gerando bons resultados é observar o comportamento dos funcionários e checar se estão alinhados com a cultura desejada. Também é possível medir a taxa de retenção dos colaboradores e analisar se as pessoas que melhor exemplificam a cultura estão sendo recompensadas.

A especialista afirma que o feedback de clientes também pode ajudar, pois auxilia a empresa a perceber se a sua cultura organizacional está forte ao ponto de ser percebida externamente. “A cultura pode mover montanhas e gerar um engajamento invejável. Ela se torna diferencial quando aliada a uma estratégia simples, clara e com foco de atuação. A cultura é intangível e mutável. Portanto, esteja aberto às mudanças e aprenda com elas”, aconselha. - Fonte e mais informações: (<https://www.instagram.com/karencartagenar/>).

Setor metalúrgico: as principais tendências para o segmento

Christian Speyer (*)

Um dos pilares da economia brasileira, o setor metalúrgico tem se destacado no mercado industrial

investir continuamente em máquinas e soluções inteligentes, visando reduzir a dependência de operadores e ampliar a margem produtiva.

Segundo o estudo "Perfil Setorial da Indústria", da CNI (Confederação Nacional da Indústria), o segmento de metalurgia emprega mais de 200 mil pessoas e representa aproximadamente 3,1% do PIB do país.

Além disso, a expectativa para a indústria metalúrgica em 2024 aponta para uma progressão proporcional ao crescimento do PIB, que deve ser de 1,7%, de acordo com expectativa da CNI. Mesmo que seja um crescimento tímido, para que o setor esteja alinhado a essa progressão, é imperativo manter seus investimentos em tecnologias inovadoras, como sistemas de gestão que garantam a eficiência produtiva, bem como apostar na implementação de novos e modernos maquinários.

Nesse sentido, o "figital", termo que se refere à fusão entre o ambiente físico e digital na comercialização de produtos, desponta como uma tendência que permeará este mercado em 2024. Isto porque, com o fim da Emergência em Saúde Pública, gerada pela pandemia, o setor voltou a apostar nos pontos de venda físicos, mas levando em consideração que o digital, representado pelas plataformas e-commerce, se tornou um canal representativo para os negócios das companhias.

Com a digitalização cada vez maior entre as empresas, já é possível observar, por exemplo, uma presença significativa da Inteligência Artificial (IA) na área comercial deste segmento, especialmente nos atendimentos realizados nas plataformas de e-commerce.

Por outro lado, no setor produtivo, a aplicação da IA no chão de fábrica ainda não é amplamente utilizada, tornando-se um dos focos primordiais das metalúrgicas nos próximos anos, devendo

Eficiência energética é importante pauta do setor metalúrgico - A indústria metalúrgica continua sendo a maior consumidora de energia do país, responsável por quase 25% do consumo energético industrial, como apontam os dados do Anuário Estatístico de Energia Elétrica da Empresa de Pesquisa Energética (EPE).

Assim, a busca pela eficiência energética torna-se crucial para este setor, visando reduzir custos e otimizar a produção. No contexto da matriz energética no Brasil, essa tendência será ainda mais robusta, impulsionada pelo crescimento do mercado de energias alternativas, que se tornou uma pauta central para o segmento.

Além disso, muitas empresas estão migrando para o Mercado Livre de energia (MLE). Diferentemente do Mercado Regulado, o MLE permite que as companhias negociem diretamente com as geradoras, garantindo transparência maior nos encargos e gastos relacionados à energia, e tornando, assim, o modelo vantajoso para grande parte das metalúrgicas.

De maneira geral, não há uma tendência disruptiva que dominará amplamente o setor metalúrgico nos próximos meses, mas, sim, pautas importantes que já estão presentes no mercado e que deverão se consolidar ainda mais em 2024.

Desta forma, compreender e implementar essas tendências será o grande diferencial para as empresas que buscam alinhar produtividade e governança estratégica, mantendo o foco na sustentabilidade e na eficiência produtiva.

(*) - É Gerente de Marketing da Morlan, metalúrgica com forte atuação nos mercados de agropecuária, construção civil e industrial (<https://www.morlan.com.br/>).



TRANSPARÊNCIA

A TRANSPARÊNCIA DA EMPRESA GERA CONFIANÇA AOS LEITORES. POR ISSO, AS PUBLICAÇÕES LEGAIS NOS JORNAIS SÃO ESSENCIAIS PARA A SEGURANÇA JURÍDICA. AFINAL, O JORNAL É LEGAL.



cenp Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário

ANJ ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS

abra legal ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS E VEÍCULOS ESPECIALIZADOS EM PUBLICIDADE LEGAL

adjoribr JORNAIS DO INTERIOR

BANCO CIFRA S.A. - CNPJ/MF 62.421.979/0001-29 - NIRE 35300036646

ATA DE ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA REALIZADA EM 06 DE NOVEMBRO DE 2023
Data, Hora, Local: Aos 06.11.2023, às 12h30 horas, na sede social, Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, 1.830, Sala 102, Parte, Bloco 2, 10º andar, Condomínio Edifício São Luiz, São Paulo/SP. **Presença:** o único acionista, Banco BMG S.A. **Mesa:** Presidente: Flávio Pentagna Guimarães Neto, Secretário: Carlos André Hermesindo da Silva. **Deliberações Aprovadas:** 1. Conhecer o pedido de renúncia apresentado pelo Sr. Eduardo Mazon, brasileiro, casado, bacharel em ciência da computação, residente em São Paulo/SP, RG 20775312 SSP/SP, CPF/MF 275.484.158-00, ao cargo de Diretor sem Designação Específica, nos termos da carta de renúncia entregue à Companhia em 01.11.2023 e arquivada na sede social. 2. A eleição dos Srs. **Felice Italo Napolitano**, brasileiro, casado, bacharel em ciências contábeis, RG 9.374.260-5 SSP/SP e CPF/MF 113.930.868-88, para o cargo de **Diretor sem Designação Específica da Companhia;** e **João Guilherme de Andrade So Consiglo**, brasileiro, viúvo, economista e administrador, RG 16.602.546-X SSP-SP, CPF/MF 119.038.148-63, para o cargo de **Diretor sem Designação Específica da Companhia;** ambos residentes em São Paulo/SP, e com prazo de mandato até a posse dos que forem eleitos na AGO a ser realizada em 2026, permanecendo em seus cargos até a investidura dos novos eleitos, e declaram, sob as penas da lei, que não estão impedidos de exercer atividades mercantis; declaram, ainda, que, preenchem as condições constantes na Resolução CMN nº 4.970 de 25/11/2021, nos termos da declaração arquivada na sede da Companhia. Consignar que, tomarão posse em seus cargos após a homologação da eleição pelo Banco Central do Brasil. 3. Ratificar a composição da Diretoria: **Luis Felix Cardamone Neto**, brasileiro, casado, administrador de empresas, RG 11.759.329 SSP-SP, CPF/MF 042.649.938-73, na qualidade de **Diretor sem Designação Específica;** **Flávio Pentagna Guimarães Neto**, brasileiro, casado, administrador de empresas, RG MG -117.32642 SSP/SP, CPF/MF 076.934.666-90, na qualidade de **Diretor sem Designação Específica;** **Carlos André Hermesindo da Silva**, brasileiro, casado, graduado em ciências contábeis, RG 25.575.118-7 SSP/SP, CPF/MF 178.217.718-30, na qualidade de **Diretor sem Designação Específica;** **Felice Italo Napolitano**, brasileiro, casado, bacharel em ciências contábeis, RG 9.374.260-5 SSP/SP, CPF/MF 113.930.868-88, na qualidade de **Diretor sem Designação Específica;** e **João Guilherme de Andrade So Consiglo**, brasileiro, viúvo, economista e administrador, RG 16.602.546-X SSP-SP, CPF/MF 119.038.148-63, na qualidade de **Diretor sem Designação Específica**, todos com endereço comercial em São Paulo/SP, com prazo de mandato unificado de 3 anos, o qual se encerrará na data da realização da AGO que deliberar sobre as contas e demonstrações financeiras do exercício social a ser encerrado em 31.12.2025, permanecendo em seus cargos até a investidura dos novos eleitos. **Encerramento:** Nada mais. São Paulo, 06.11.2023. **Acionista:** Banco BMG S.A. - Flávio Pentagna Guimarães Neto - Diretor Executivo Vice-Presidente e de Relação com Investidores, Carlos André Hermesindo da Silva - Diretor sem Designação Específica. JUCESP nº 24.713/24-7 em 17.01.2024. Maria Cristina Frei - Secretária Geral.

BANCO CIFRA S.A. - CNPJ/MF 62.421.979/0001-29 - NIRE 35300036646

ATA DE REUNIÃO DA DIRETORIA REALIZADA EM 21 DE DEZEMBRO DE 2023
Data, hora, local: 21.12.2023, 10hs, na sede social, Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, nº 1.830, Sala 102, Parte, Bloco 02, 10º andar, Condomínio Edifício São Luiz, São Paulo/SP. **Presença:** Totalidade dos Diretores. Compareceram, ainda, como convidados, Felice Italo Napolitano e João Guilherme de Andrade So Consiglo, os quais foram eleitos para ocupar o cargo de Diretores sem Designação Específica da Companhia na Assembleia Geral Extraordinária realizada em 06.11.2023, em fase de homologação pelo Banco Central do Brasil. **Mesa:** Presidente: Flávio Pentagna Guimarães Neto, Secretário: Carlos André Hermesindo da Silva. **Deliberações aprovadas:** A declaração e o pagamento de juros sobre capital próprio, calculados nos termos do artigo 9º da Lei 9.249/95, no valor bruto de R\$ 57.000.000,00, com retenção de 15% de Imposto de Renda na Fonte, resultando em juros sobre o capital próprio líquidos de R\$ 48.450.000,00. Os juros sobre capital próprio, ora declarados, serão imputados ao valor do divêndulo obrigatório relativo ao exercício social a ser encerrado em 31.12.2023, nos termos do artigo 9º, §7º da Lei 9.249/95, *ad referendum* da Assembleia Geral Ordinária de 2024. **Encerramento:** Nada mais. São Paulo, 21.12.2023. **Diretores:** Luis Felix Cardamone Neto, Carlos André Hermesindo da Silva e Flávio Pentagna Guimarães Neto. JUCESP nº 25.213/24-6 em 17.01.2024. Maria Cristina Frei - Secretária Geral.

Edital de Citação Prazo de 30 dias. Processo Nº 1001449-65-2019.8.26.0242 O MM. Juiz de Direito da 1ª Vara, do Foro de Igarapava, Estado de SP. Dr. Joaquim Augusto Simões Freitas, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) **ILARIO JUCHEN**, CPF 227.537.450-72, que lhe foi proposta uma ação de Monitoria por parte de **Centro de Gestão de Meios de Pagamento S.A.**, alegando em síntese: o autor é possuidor de título de crédito referente a duplicatas não liquidadas. Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua Citacao, por Edital, para os atos e termos da ação proposta e para que, no prazo de 15 dias, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, efetue o pagamento do valor apontado na inicial, acrescido de honorários advocatícios no equivalente a 5% sobre o valor atribuído à causa (art. 701, caput, do CPC), consignando-se que o adimplemento espontâneo do débito no prazo de 15 (quinze) dias importa em Isenção do pagamento das custas processuais (art. 701, § 1º, do CPC). No mesmo prazo, a parte requerida poderá opor embargos, nos termos do disposto no art. 702, caput, do Código de Processo Civil, observando-se que, em não o fazendo, constituir-se-á de pleno direito o título executivo judicial, independentemente de qualquer formalidade, prosseguindo-se a ação como cumprimento de sentença até final pagamento (art. 701, § 2º, do CPC). Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. Dado e passado nesta cidade de Igarapava, aos 12 de dezembro de 2023.

Edital de Intimação prazo de 20 dias. Processo Nº 0025551-79-2023.8.26.0224 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 7ª VC, do Foro de Guarulhos, Estado de SP, Dr(a) Domicio Whately Pacheco e Silva, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) **Roanmar Transportes Ltda.**, CNPJ 10849045000199, que por este Juízo, tramita de uma ação de Cumprimento de sentença, movida por **CGMP-Centro de Gestão de Meios de Pagamento S.A.** Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, nos termos do artigo 513, §2º, IV do CPC, foi determinada a sua Intimação por Edital, para que, no prazo de 15 dias úteis, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, pague a quantia de **R\$ 30.703,58**, devidamente atualizada, sob pena de multa de 10% sobre o valor do débito e honorários advocatícios de 10% (artigo 523 e parágrafos, do Código de Processo Civil). Fica ciente, ainda, que nos termos do artigo 525 do Código de Processo Civil, transcorrido o período acima indicado sem o pagamento voluntário, inicia-se o prazo de 15 dias úteis para que o executado, independentemente de penhora ou nova intimação, apresente, nos próprios autos, sua impugnação. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. 17/01/2024.

Edital de Intimação prazo de 20 dias. Processo Nº0002324-23-2023.8.26.0368 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 2ª Vara do Foro de Monte Alto, Estado de SP, Dr(a) Suelten Rocha Lipolis, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) **Natalino Dias da Silva**, Brasileiro, Casado, Motorista, CPF 01988066808, que por este Juízo, tramita de uma ação de Cumprimento de sentença, movida por **Centro de Gestão de Meios de Pagamento S.A.** Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, nos termos do artigo 513, §2º, IV do CPC, foi determinada a sua Intimação por Edital, para que, no prazo de 15 dias úteis, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, pague a quantia de **R\$ 10.531,74**, devidamente atualizada, sob pena de multa de 10% sobre o valor do débito e honorários advocatícios de 10% (artigo 523 e parágrafos, do Código de Processo Civil). Fica ciente, ainda, que nos termos do artigo 525 do Código de Processo Civil, transcorrido o período acima indicado sem o pagamento voluntário, inicia-se o prazo de 15 (quinze) dias úteis para que o executado, independentemente de penhora ou nova intimação, apresente, nos próprios autos, sua impugnação. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. Monte Alto, 11/12/2023.

Edital de Intimação Prazo de 20 dias. Processo Nº 0011880-96-2023.8.26.0320 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 1ª VC, do Foro de Limeira, Estado de SP, Dr(a)Guilherme Salvatto Whitaker, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) **Castor Mármores e Granitos Ltda.**, CNPJ 96.406.012/0001-90, com endereço à Rua dos Iguais, 652, Vila Costa e Silva, CEP 13081-110, Campinas - SP que por este Juízo, tramita de uma ação de Cumprimento de sentença, movida por **CGMP Centro de Gestão de Meios de Pagamento Ltda.** Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, nos termos do artigo 513, §2º, IV do CPC, foi determinada a sua Intimação por Edital, para que, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, pague a quantia de R\$ 35.371,04 (trinta e cinco mil, trezentos e setenta e um reais e quatro centavos), devidamente atualizada, sob pena de multa de 10% sobre o valor do débito e honorários advocatícios de 10% (artigo 523 e parágrafos, do Código de Processo Civil). Fica ciente, ainda, que nos termos do artigo 525 do Código de Processo Civil, transcorrido o período acima indicado sem o pagamento voluntário, inicia-se o prazo de 15 (quinze) dias úteis para que o executado, independentemente de penhora ou nova intimação, apresente, nos próprios autos, sua impugnação. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. Dado e passado nesta cidade de Limeira, aos 09 de janeiro de 2024.



Alavanque os ganhos com o uso de cashback na estratégia de precificação

A experiência do consumidor, obviamente, é muito importante na escolha das suas marcas favoritas, mas não há como negar: o preço é determinante em qualquer decisão de compra

Sheila Moura, (*)

Por isso, uma boa estratégia de pricing é o ponto-chave no sucesso dos varejistas de qualquer segmento. E esse é o caso do cashback.

Vamos partir do princípio. As empresas podem seguir dois caminhos de planejamento estratégico quando o assunto é precificação: um é o de ser uma líder do mercado nesse sentido, enquanto o outro é simplesmente o de seguir as tendências de quem ocupa essa posição. Independente da decisão, a definição do preço passa por muitas variáveis.

Há aquelas que são definidas pelo próprio varejo, em que são levados em consideração fatores como o papel dos produtos na estratégia dos varejistas, as despesas das operações e as margens que atendem às expectativas dos donos e acionistas. Ou ainda podemos citar outras que são externas, como o custo do produto, preços da concorrência, elasticidade e canibalização entre itens da mesma categoria e as preferências individuais dos consumidores.

Além disso, a gestão de pricing também impacta a imagem que o cliente tem sobre as empresas de forma geral. É aqui que o cashback surge como uma alternativa operacional mais simples e eficiente. O benefício funciona como uma alavanca pro-



Ridofranz, CANVA

mocional que lida com essas variáveis de modo a atender as demandas de cada varejo, garantindo decisões estratégicas assertivas e resultados melhores para o negócio.

Em suma, as três principais vertentes relacionadas à precificação que são otimizadas com esse tipo de desconto são:

• **Oferta de uma experiência de compra personalizada e relevante:** para que o cliente tenha acesso ao cashback, é necessário que ele faça parte do respectivo programa de fidelidade daquela empresa. Com isso, o varejista pode segmentar as ofertas de acordo com as suas metas, enquanto o cliente também possui a liberdade e autonomia de escolher quando e quais valores utilizar.

• **Preço de gôndola x preço promocional:** com o cashback, o preço do produto não é alterado nas gôndolas. Ou seja, é gerada

uma maior economia com a emissão de etiquetas, redução da divergência entre os valores da gôndola e do checkout e diminuição da insatisfação dos clientes com erros operacionais.

• **Vantagem sobre a concorrência:** por fim, essa categoria de benefício traz uma maior dificuldade para que os varejistas concorrentes entendam a sua estratégia de precificação promocional. Isso ocorre pelo fato de que o valor fica menos exposto na loja, já que é comunicado aos clientes através de aplicativos e comunicações dirigidas.

Todos os três tópicos anteriores culminam em um quarto, que praticamente resume o grande diferencial do cashback: não se trata só de uma solução para abaixar o preço dos produtos e vender mais, mas sim de se aproximar dos clientes na medida certa. A categoria transmite um aspecto de exclusividade ao consu-

midor, mostrando que ele próprio pode comprar os itens que quiser com valores menores, sem se limitar aos descontos fechados das lojas que possuem uma baixa duração.

Por sua vez, esse poder no ato de consumo desencadeia uma melhora na qualidade das vendas sob diversos âmbitos. Crescimento do gasto médio dos públicos, frequência das suas idas ao varejo (e-commerce ou loja física) e aumento do ticket médio são apenas alguns exemplos disso. E, se pararmos para pensar que a fidelidade de um cliente envolve um relacionamento de longo prazo, o LTV (Lifetime Value) é outro indicador que se intensifica, colocando o varejista, literalmente, em uma trajetória de maior rentabilização do negócio.

Portanto, o cashback é uma solução estratégica, que traz um impacto imediato para o bolso do shopper: aumenta seu poder de compra. Porém, as características dessa opção de desconto oferecem a todos os envolvidos no processo de compra e venda um controle maior sobre a situação, assegurando que as suas necessidades individuais sejam atendidas e tornando a ação de precificar produtos muito mais fácil e eficaz.

(*) - É Diretora de Varejo da IZIO&Co, solução de comunicação e eficiência para a cadeia varejista (<https://www.izio.com.br/>).

Entre a teoria e a realidade

Luiz Augusto Pereira de Almeida (*)

Recente editorial do conceituado jornal O Estado de S.Paulo, em seu Caderno Metrópole - Notas e Informações, sob o título "Não é por falta de aviso", contém informações relevantes sobre contingente numeroso da população brasileira que vive em áreas de risco, sujeitas a inundações, deslizamentos, seca e estiagem

O texto reforça que, diante das mudanças climáticas a que estamos assistindo, urge que as administrações públicas removam as pessoas dessas zonas vulneráveis, que são conhecidas, sob pena de contabilizarmos futuros acidentes plenamente evitáveis. E, por fim, a matéria destaca que, por falta de planejamento urbano, as ocupações ilegais avançaram rapidamente entre 1985 e 2022, descumprindo os preceitos legais da Lei de Parcelamento do solo, de 1979.

Pois bem, os dados levados à evidência pelo artigo não surpreendem e são fruto das opções que foram eleitas e vêm sendo adotadas em nosso país, nos últimos 50 anos, para o processo de urbanização, uso e ocupação do solo. Um projeto de parcelamento do solo, em qualquer município brasileiro, demora atualmente, em média, de três a quatro anos para ser aprovado.

Alguns, dependendo de sua localização e porte, levam muito mais, chegando a mais de década. São inúmeras as providências que o empreendedor tem de atender para levar legalmente adiante o seu loteamento, sejam de ordem administrativa, legal ou ambiental. As exigências ambientais, nos últimos 30 anos, foram surgindo ininterruptamente nas esferas municipal, estadual e federal, tornando uma via crucis o processo de aprovação de um empreendimento de parcelamento do solo.

Por outro lado, o crescimento das cidades brasileiras não está submetido a qualquer lei. Sua população tem aumentado constantemente, atingindo em determinadas regiões índices superiores a 90%. As milhares de pessoas que chegam aos centros urbanos, ano a ano, dia a dia, para procurar trabalho ou melhores condições de vida, não contam com oferta suficiente de moradias. Esse é um processo histórico.

A produção imobiliária nunca conseguiu atender a tempo e à hora o crescimento demográfico vegetativo e a migração. Estima-se, hoje, um déficit de sete milhões de moradias. Porém, em vez de agilizarmos as aprovações de novos projetos, pela própria experiência, estamos, cada vez mais, tornando-as mais difíceis e onerosas. Pior: com essa demora e imposições, elitizamos os empreendimentos, tornando-os paulatinamente mais caros

e inacessíveis à maior parte da população.

O processo de favelização ou ocupação de áreas de risco ocorre de uma falta de sintonia entre a teoria e a realidade. Na teoria, temos exigências urbanísticas e ambientais de uma nação desenvolvida, sendo que, na categoria da ecologia, o Brasil conta com uma das legislações mais restritivas do mundo. Mas, na realidade, vivemos num país emergente, que ainda está longe de atender sua população de maneira minimamente sustentável. É só vermos quantas pessoas não têm disponibilidade de água tratada ou coleta e tratamento de esgoto.

São milhões de brasileiros que estão distantes de um saneamento básico suficiente para uma vida saudável. A falta de moradias em locais próximos ao trabalho obriga a população a residir cada vez mais longe, na maioria das vezes em locais impróprios, dificultando seu acesso a serviços públicos básicos, como saúde, educação e segurança, sem contar o estresse da mobilidade urbana, que submete as pessoas a horas de ônibus ou metrô durante anos de suas vidas.

O mais grave é que esse problema sobrecarrega a administração pública, obrigando-a a investir em locais cada vez mais distantes e tutelar esse contingente desprovido de qualquer infraestrutura. E quais as perspectivas de melhorarmos isso a curto e médio prazo, retirando as populações das áreas de risco e as alocando em locais com infraestrutura básica, que garanta uma vida mais sustentável? Ou de considerarmos as mudanças climáticas como elemento que agrava a situação de risco daqueles que vivem em áreas objeto de ocupações ilegais?

Ou, ainda, de adotar soluções para que tragédias ambientais sejam evitadas? Nenhuma possibilidade! Para que esses avanços se viabilizassem, nosso país teria de adotar caminhos muito distintos dos que hoje nos são oferecidos. O processo da aprovação de empreendimentos teria de ser muito mais rápido, inferior a um ano. As exigências ambientais deveriam ser focadas em cada empreendimento, dada a sua localização e porte, dentre outras características. A autonomia municipal e o interesse local deveriam ter muito mais relevância para efeitos de aprovação de projetos e recuperação do déficit populacional brasileiro.

Para que as sugestões apresentadas pelo artigo de O Estado de S.Paulo possam ser adotadas, precisamos mudar radicalmente nossa maneira de legislar sobre o uso e ocupação do solo. Caso contrário, como a própria matéria alerta, continuaremos a assistir a uma escalada de tragédias ambientais. Quem viver, verá.

(*) - É diretor da Sobloco Construtora e membro do Conselho Consultivo do Secovi.

Pix Automático exigirá aumento das medidas de prevenção à lavagem de dinheiro

Alexandre Pegoraro (*)

A essa altura da evolução tecnológica não há mais razão para duvidar da tese de que toda inovação carrega em si mesmo a euforia pelo potencial de melhorar a vida das pessoas acompanhada da preocupação sobre o tipo de mau uso que será proporcionado por suas funcionalidades.

No caso do Pix, isso não foi diferente e não será a cada vez que surgirem novas funcionalidades, como o Pix Automático, cujo cronograma de implantação já está em pleno andamento e chegará à etapa operacional de forma oficial em outubro deste ano. Afinal, segundo números do Banco Central, da Febraban e de qualquer outro órgão que se disponha a estudar o assunto, é fato que os pagamentos instantâneos (Pix) já alcançaram a liderança entre os meios de pagamento na preferência do brasileiro.

No entanto, enquanto muitos se beneficiaram de suas potencialidades, outros tantos foram prejudicados pelos novos tipos de fraudes que ele proporcionou. Um dos exemplos deste efeito colateral danoso é a lavagem de dinheiro realizada por intermédio da transferência de pequenos valores utilizando o Pix. Essa prática atraiu o gosto dos fraudadores justamente por oferecer a eles uma estratégia de driblar os órgãos de fiscalização sempre atentos às grandes remessas monetárias.

Usando essa nova ferramenta, os golpistas conseguiram tornar suas movimentações mais discretas ao dividir esses grandes volumes em uma quantidade gigantesca de transferências de pequeno valor para destinatários diferentes possuidores de contas nos mais diversos bancos.

Também caminhou paralelamente ao sucesso do Pix a proliferação de outros golpes como os apelidados de "contas laranja", na qual são usados dados reais de pessoas aliciadas com uma parte do lucro do crime ou obrigadas a participar da ação fora da lei pela violência do sequestro ou outros métodos.

Ao observar essa eferescência de uso pelos malfeitores, parece óbvio supor que a chegada do Pix Automático irá exigir das empresas um aumento significativo das medidas do chamado PLD (Prevenção à Lavagem de Dinheiro). Para chegar a esta conclusão, basta constatar que a nova funcionalidade será acionada simplesmente por meio de uma autorização prévia, realizada no momento inicial da habilitação do PIX Automático.

Uma vez que tenham essas permissões, as empresas poderão programar os débitos para serem realizados de forma automática mensalmente, sem a necessidade de pagamentos manuais ou novas autenticações a cada operação. Ao terem domínio sobre este ciclo, os fraudadores terão a tarefa de lavar dinheiro facilitada, distribuindo micro segmentos de recursos obtidos de forma ilícita através de múltiplos pagamentos feitos de forma recorrente.

É sempre importante lembrar que a Lei nº 9.613 determina que seja estabelecido um programa de PLD para indivíduos ou entidades que desempenhem atividades consideradas sensíveis à lavagem de dinheiro. Isso abrange situações em que a fluidez do valor dos produtos, a movimentação de quantias significativas (especialmente em espécie) ou quaisquer características que facilitem a ocultação de valores

adquiridos de maneira ilícita estejam presentes.

Dessa forma, conseqüentemente, o artigo 9º dessa lei impõe a necessidade de implementação de mecanismos de PLD nos setores financeiro, de capitais, imobiliário e de seguros, bem como em todas as atividades relacionadas à comercialização ou intermediação de bens de luxo ou alto valor, obras de arte, antiguidades, joias, metais e pedras preciosas, entre outros.

Em diversos âmbitos regulatórios, a obtenção proativa de dados sobre as partes envolvidas é uma questão chave. Os processos de checagem de antecedentes de clientes, conhecidos como Know Your Customer (KYC), são fundamentais para garantir a conformidade com as normas de PLD.

Em setores como o financeiro e de seguros, realizar verificações de antecedentes de clientes é um procedimento obrigatório e uma maneira eficaz de garantir o rigoroso cumprimento das normas legais aplicáveis à empresa, é estruturar a pesquisa por meio de sistemas automatizados. Isso não apenas otimiza o processo, mas também fortalece a capacidade da empresa de acompanhar e atualizar regularmente as informações sobre os sujeitos de pesquisa em PLD.

Tudo isso considerado, uma vez que não é sensato lutar para atrapalhar ou interromper a marcha da inovação, aqui materializada na chegada do Pix Automático, se torna não só oportuno como extremamente necessário estabelecer uma agenda que corra de forma paralela à do novo instrumento, para a implantação de uma política eficiente de PLD.

(*) - É CEO do Kronoos (<https://kronoos.com/>).

Qual a importância da identidade visual nas empresas?

Cores, formas, linhas, texturas, degradês, sombras... As ferramentas para se criar uma identidade visual podem parecer bem limitadas, contudo, quando você explora o leque que cada palavra-chave dessas possui, chega a ficar assustado com a quantidade de combinações que são possíveis fazer sem que uma seja muito parecida com outra

Renan Cardarelli (*)

Para aqueles que não conseguem definir rapidamente o que é identidade visual quando apenas nos referimos ao termo, tenho uma pequena explicação: a identidade visual de uma marca é a base sobre a qual ela cria qualquer tipo de material visual que entrará em contato com pessoas. Ou seja, podemos resumi-la em "aspectos visuais que compõem seus pontos característicos".

Historicamente, as marcas surgiram para a diferenciação de produtos que eram comercializados aos montes, como arroz, farinha de trigo etc. A partir da entrada de muitos concorrentes no ramo, foi-se instaurando uma confusão por conta de não terem como diferenciar os produtos do mesmo produto e, por conta disso, foram criadas as primeiras marcas. Ao menos, essa é a história de como elas surgiram aqui no Brasil.

Pode parecer um mero detalhe para muitos, mas investir nesta identidade visual é um dos pontos mais estratégicos para o crescimento das empresas, de forma que construam uma representação atrativa e de fácil identificação com seu público. Além disso, segundo um estudo feito pelo Sebrae, investir em



synterf CANVA

elementos visuais pode gerar um crescimento entre 12% e 40% nas vendas de um negócio – o que mostra porque muitos mantêm esse cuidado constante em suas marcas.

Trazendo a conversa para os dias de hoje, quando pensamos na Coca-Cola, por exemplo, temos logo a cor vermelha e sua marca escrita na fonte estilizada e vertical, certo? Ela pode ser identificada pelas pessoas mesmo tendo o rótulo censurado em algumas partes, e isso é uma identidade visual bem-criada. Seu vermelho e branco característicos podem, minimamente, ser identificados por qualquer brasileiro.

Outro ponto a ser considerado nesse tópico, é que a identidade visual também funciona como uma forma de marcar presença no consciente e até no inconsciente do público-alvo e dos consu-

midores. Levando em conta o exemplo acima citado, é inegável que o vermelho e a fonte, ou mesmo o branco da Coca-Cola, conseguiram marcar presença no cérebro de inúmeras pessoas ao redor do mundo, o que reflete o poder das marcas top of mind (topo da mente).

Outro exemplo seria a Nike e seu símbolo da asa da deusa Nice (Niké), personagem que aparece na mitologia grega, sendo a personificação da vitória. Donis A. Dondis escreve em seu livro "Síntaxe da Linguagem Visual" sobre os diversos elementos visuais que podemos utilizar para a criação da comunicação visual. Desde pontos, até formas completas e cores que são, segundo sua visão, capazes de comunicar mensagens inconscientes às pessoas.

Essas mensagens, ou sensações, são comumente utilizadas de forma estratégica

na criação da identidade visual das marcas, de modo a que as ideias estipuladas sejam transmitidas.

Como exemplo, temos o azul sendo a cor que passa a ideia de limpeza, tranquilidade, algo macio (dependendo de como aplicado, é claro), etc. O vermelho, em contrapartida, transmite a ideia de poder, sangue e atenção.

Já as formas, como o círculo, que é bem comum de se ver no cotidiano, também passam suas próprias ideias. Através da combinação desses vários elementos, têm-se a marca e, consequentemente, a sua identidade. Já que foram definidas suas cores principais, estilos de fonte, logo e nome.

Tendo tudo isso em mente, é de fato um grande desperdício tentar criar uma marca, hoje, deixando de lado o planejamento de sua identidade visual, que pode contribuir tanto para seu crescimento, fixação na memória e ideias transmitidas. Por isso, é essencial que contem com o apoio de uma empresa especializada no tema, para que forneça ideias criativas que tornem sua marca amplamente reconhecida visualmente no mercado.

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

Desafios e perspectivas das doações de alimentos no Brasil

Alcione Pereira (*)

A doação de alimentos é uma prática humanitária crucial para combater a fome e a insegurança alimentar em todo o mundo, e claro, também no Brasil

A coleta eficiente de alimentos excedentes de supermercados, restaurantes e produtores agrícolas é dificultada por questões logísticas, falta de infraestrutura de armazenamento e transporte adequado, além da ausência de uma cultura consolidada de doação desses excedentes alimentares.

No entanto, apesar dos esforços de muitas pessoas e organizações, há uma série de desafios e obstáculos que dificultam significativamente esse processo de doação no país.

Claro que isso tudo tem melhorado nos últimos anos, e um exemplo disso é a criação de movimentos como o Todos à Mesa e o Pacto Contra a Fome, mas precisamos de muito mais.

O primeiro tem a ver com a legislação brasileira sobre as doações de alimentos. As nossas leis envolvem questões burocráticas que, muitas vezes, desencorajam empresas e indivíduos a contribuir, já que há falta de clareza nas regulamentações e a preocupação com possíveis responsabilidades legais.

Por fim, temos a sensibilização e envolvimento da comunidade. A conscientização sobre a importância da doação de alimentos e o envolvimento da comunidade são essenciais para superar os desafios existentes. Muitas vezes, as pessoas não estão cientes da extensão da fome no país e da necessidade urgente de doações.

Simplificar e esclarecer essas leis poderia incentivar mais doações, garantindo ao mesmo tempo a segurança jurídica para os doadores. Outro desafio é o desconhecimento sobre incentivos fiscais. Muitos potenciais doadores simplesmente não conhecem os benefícios disponíveis para quem contribui com alimentos, mas eles existem.

A educação e a promoção de campanhas podem criar uma cultura mais solidária e facilitar a mobilização de recursos para combater dois problemas de uma só vez: o desperdício e a fome.

A falta de conscientização sobre esses incentivos impede um maior aproveitamento das oportunidades neste sentido e acaba fazendo com que, praticamente, seja necessário pagar para doar. Este é um contrassenso que precisa ser modificado, para que haja mais contribuições da parte de quem tem excedentes disponíveis.

Embora as doações de alimentos sejam vitais para o enfrentamento da fome no Brasil, os desafios logísticos, legais e culturais representam obstáculos significativos. A superação dessas dificuldades exige uma abordagem colaborativa, multissetorial entre o governo, as empresas, as organizações não governamentais e a sociedade civil.

O desperdício alimentar e a complexidade logística também estão entre os obstáculos. Isso porque o Brasil enfrenta um problema significativo de desperdício alimentar em todas as etapas da cadeia de suprimentos.

Felizmente, já existem diversas companhias, foodtechs e movimentos liderando essa empreitada, mas ainda se faz necessária a implementação de políticas mais claras, o investimento em infraestrutura logística e a promoção de uma cultura de doação para que essa prática seja mais eficaz.

(*) - É fundadora e CEO da Connecting Food (<https://www.connectingfood.com/>)

Estratégias de Marketing para ISPs: como captar e reter clientes?

Felipe Pervelli (*)

No universo competitivo dos provedores de serviços de internet (ISPs), a conquista e retenção de clientes tornaram-se desafios cruciais. Para prosperar nesse cenário, é essencial que os ISPs adotem estratégias de marketing inovadoras e eficazes.

Diversas táticas de marketing digital estão disponíveis para atrair novos clientes e manter os existentes, evitando a estagnação. Entre essas estratégias, destacam-se a publicidade online, as táticas de SEO, o marketing de conteúdo e a presença nas mídias sociais.

• Publicidade online e táticas de SEO - No ambiente digital em constante evolução, a publicidade online desponta como uma ferramenta poderosa. Investir em anúncios segmentados, que atinjam o público-alvo de forma direcionada, pode atrair uma base sólida de novos clientes.

Além disso, as estratégias de SEO (Search Engine Optimization) são cruciais para melhorar a visibilidade do ISP nos motores de busca. Ao otimizar o site e o conteúdo para palavras-chave relevantes, os provedores aumentam suas chances de serem encontrados pelos clientes em potencial.

• Construção de autoridade - O marketing de conteúdo é outra abordagem eficaz para atrair e envolver



AndreyPopov CANVA

a audiência. Criar conteúdo informativo e relevante, como artigos, vídeos e infográficos, não apenas ajuda a educar os clientes sobre os serviços oferecidos, mas também estabelece a autoridade da marca no setor. Isso pode gerar confiança e lealdade entre os clientes existentes e potenciais.

• Mídias sociais - As mídias sociais desempenham um papel crucial na construção da presença online dos ISPs. Através de plataformas como Instagram, TikTok e Twitter, as empresas podem interagir com os clientes, responder a dúvidas e fornecer atualizações sobre os serviços. Além disso, as mídias sociais permitem a criação de comunidades online, onde os clientes podem compartilhar suas experiências e recomendações, o que é valioso para a aquisição de novos clientes.

• A importância da qualidade do serviço - Entretanto, conqui-

tar novos clientes é apenas metade da equação. A retenção de clientes existentes é igualmente importante. Manter a qualidade do serviço é fundamental para garantir a satisfação do cliente e sua fidelização.

Os ISPs devem investir na melhoria da infraestrutura de rede, oferecer um suporte eficiente e resolver prontamente quaisquer problemas técnicos. Clientes satisfeitos têm maior probabilidade de permanecer fiéis e até mesmo recomendar os serviços do provedor a outras pessoas.

Em síntese, a implementação estratégica e integrada de diversas abordagens de marketing digital se revela crucial para os ISPs não apenas na atração e conquista de novos clientes, mas também na manutenção de uma base sólida e engajada. A excelência na entrega de serviços, a constante evolução da infraestrutura de rede, a eficiência no suporte ao cliente e a resolução ágil de questões técnicas emergem como elementos fundamentais para a satisfação e fidelização do cliente.

Em última instância, é essa fusão estratégica de qualidade operacional e a aplicação de estratégias de marketing inovadoras que capacitam os provedores a não apenas prosperar em um ambiente competitivo, mas também a forjar laços duradouros e mutuamente benéficos com sua clientela.

(*) - É Diretor de Vendas e Marketing na MK Solutions (<https://www.mksolutions.com.br/>)



www.netjen.com.br

Para veiculação de seus Balanços, Atas, Editais e Leilões neste jornal, consulte sua agência de confiança, ou ligue para

TEL: 3043-4171



suththirats_images_CANVA

ENCANTAR O CONSUMIDOR

OFEREÇA UM CUSTOMER EXPERIENCE DE EXCELÊNCIA E ALAVANQUE SUAS VENDAS

O e-commerce brasileiro está em constante evolução e, segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abcomm), movimentou, em 2023, algo em torno de R\$ 185,7 bilhões. Em 2022, foram R\$ 169,59 bilhões faturados. Para este ano, a expectativa é que esse modelo siga em crescimento e demande, cada vez mais, ofertas atrativas capazes de encantar o consumidor e mantê-lo fiel à marca.

Ingrid Imanishi (*)

Nesse cenário é preciso focar no Customer Experience para conquistar o cliente e acompanhá-lo em sua jornada pós-venda, caso haja alguma reclamação ou problema relacionado ao produto, afinal toda empresa pode ter algum percalço. Por isso, é importante estar atento para solucionar qualquer eventualidade, tendo a tecnologia, especialmente a Inteligência Artificial, como uma grande aliada.

Compartilho três dicas de como criar um Customer Experience de excelência para alavancar as vendas. Confira:

1 Antecipe as necessidades do cliente – O Customer Experience começa muito antes do cliente acionar as empresas por algum canal de atendimento. Quando as pessoas necessitam de alguma informação, geralmente iniciam essa jornada pela busca em alguma ferramenta disponível.

Ao digitar sua necessidade no Google, por exemplo, o consumidor já começou a se relacionar com alguma marca ou produto. Este é um bom momento para começar o atendimento. Com uma estrutura de site bem formatada, a empresa é rastreada pelos mecanismos que a ferramenta de busca usa para encontrar os conteúdos e aparece entre os resultados principais. Assim, a informação oficial alcança o cliente.

Pode-se dizer que a busca por conta própria é a primeira experiência que o cliente tem com as marcas. Quando a projeção de conteúdos oficiais é bem-feita, a empresa atende as necessidades do cliente e, ao mesmo tempo, melhora seus resultados, sendo capaz de orientar a jornada da forma ideal e desenhada para garantir a fluidez de experiência do cliente e os objetivos da marca.

Existem soluções de gestão de conhecimento no mercado que podem garantir tanto a indexação adequada quanto a manutenção, colaboração, curadoria e perfis de acesso que a produção de conteúdo exige.



Abcomm_CANVA

2 Ofereça autoatendimento de qualidade – Nos momentos em que o cliente busca resolver algum problema relacionado a uma compra, ser atendido de forma ágil e com a opção de solucionar sozinho, com ferramentas digitais que conduzam sua jornada ao que precisam descobrir, sanando dúvidas e trazendo respostas assertivas, causam impactos muito positivos.

Muitas vezes, a questão é simples de ser resolvida e colocar o consumidor em um labirinto de atendimento, no qual precisa responder às mesmas perguntas diversas vezes, não é a melhor maneira de colaborar com a solução de seu problema.

As plataformas mais inovadoras do mercado trazem mecanismos de autoatendimento que levam ao cliente justamente o que ele necessita: guiam às melhores informações dentro de ambientes seguros, tanto para o cliente quanto para a empresa.

Além de melhorar a experiência do consumidor, o autoatendimento desafia as operações e permite que elas estejam disponíveis para as questões mais complexas. Isso vai até contribuir para prevenção de reclamações em órgãos de defesa do consumidor.

3 Treine e oriente cada agente para o CX de excelência – Quando o autoatendimento não é o suficiente, o agente é o elo que faz a diferença para o Customer Experience de excelência. Por esse motivo, deve ser treinado e orientado continuamente para sua evolução individual na capacidade de resolver problemas e de encantar clientes.

Mas treinamentos genéricos não são efetivos, cada agente tem suas habilidades, suas fortalezas e suas áreas de oportunidade. Ao utilizar soluções automatizadas para qualificar interações e detectar comportamentos como escuta ativa, empatia, conexão emocional e questionamento efetivo, os Contact Centers oferecem insights personalizados com base em grandes volumes de interações.

Dessa forma, é possível oferecer orientação individualizada, imediata e relevante para transformar posturas e desempenhos de maneira específica para cada agente. Estas ferramentas analisam o comportamento do cliente, seu tom de voz, a forma como se dirige ao agente e as palavras-chave da sua interação. A maneira como o agente se comporta durante o atendimento também é fundamental para garantir a boa condução do contato e a maior satisfação do cliente. O colaborador recebe o feedback da ferramenta, que orienta a melhor maneira de lidar com determinado tipo de consumidor, guias de melhores práticas e postura e indicando onde é necessário melhorar.

Oferecer um Customer Experience de excelência é uma delicada cadeia de decisões e procedimentos que são construídos de acordo com a necessidade dos clientes. Antecipar problemas e oferecer as melhores alternativas de solução, com agilidade, fluidez e empatia, pode colaborar com a mitigação de reclamações e pedidos de cancelamento de compras.

Afinal, toda empresa pode ter problemas, mas a chave para a satisfação do consumidor, nesse caso, está justamente na forma e na velocidade com que essas questões serão resolvidas.

(*) - É Diretora de Soluções Avançadas da NICE (<https://www.nice.com/>).



suficorel_CANVA