

## Oportunidade de marketing ou marketing oportunista?

Patricia Punder (\*)

No carnaval, foi postada a notícia sobre o “Brahma Phone” onde seriam distribuídas 800 unidades de celulares antigos para os participantes das festas de carnaval

Entretanto, não existe nenhum informativo no regulamento sobre o recolhimento destes aparelhos, que podem poluir ainda mais as cidades, nem sobre a questão de privacidade de dados dos usuários.

Portanto, estamos diante de uma oportunidade de marketing ou de um marketing oportunista? Cabe fazer uma distinção entre as duas modalidades. O marketing de oportunidade é uma prática válida, desde que se refira a aproveitar oportunidades legítimas de mercado para promover produtos ou serviços de forma ética e sustentável.

Já o marketing oportunista, refere-se a aproveitar oportunidade de curto prazo sem necessariamente considerar os interesses ou necessidades genuínas dos consumidores, tendo uma atuação que pode ser considerada não sustentável e de ética discutível.

Enquanto marketing de oportunidade busca criar valor genuíno para os consumidores aproveitando eventos relevantes, o marketing oportunista é uma abordagem mais arriscada, que visa capitalizar sobre situações sensíveis, ou controversas, para obter vantagem comercial.

Embora possa gerar resultados de curto prazo, o marketing oportunista muitas vezes resulta em repercussões negativas para a marca, minando a confiança do consumidor e prejudicando a reputação da empresa. O caso “Brahma Phone” traz o marketing oportunista para a mesa, pois o Brasil vive uma situação de crise na segurança pública, um fato sentido por todos os cidadãos brasileiros e não uma narrativa qualquer.

Diariamente, as pessoas estão inseguras de utilizar seus bens nas ruas e agora em uma ocasião festiva como o carnaval, a insegurança atinge um alto patamar. A entrega gratuita de um celular velho irá resolver o problema da segurança pública? Não acredito que irá. Talvez para alguns seja a solução temporária para o problema, pensando que pelo menos será o celular velho e gratuito que será objeto da violência e não o pessoal.

Entretanto, em tempos de programas de ESG e propagandas sobre a sustentabilidade das empresas, será que distribuir 800 unidades sem um programa para recolhimento gera valor agregado para a marca? Ou cria uma percepção de felicidade momentânea sem a preocupação com o lixo de amanhã? Ademais, temos uma lei geral de privacidade no Brasil em vigor, onde os dados pessoais e sensíveis dos cidadãos são protegidos. Então, como fica esta questão com a doação gratuita destes celulares velhos?

Nada contra um marketing de oportunidade que venha a gerar valor para os consumidores e incrementar a visibilidade da marca de uma empresa ou produto, mas se aproveitar de uma situação difícil que passamos em sociedade para gerar uma ação discutível gera mais abalo à credibilidade, do que impacto positivo ou de conscientização.

Todas as ações de marketing devem ter seus riscos avaliados, pois estamos na era das mídias digitais e as pessoas não perdoam. A nossa forma de interagir e se comunicar mudou e muito. Mas, infelizmente, muitas organizações não conseguem enxergar esta mudança, nem caminhar em sintonia com a mesma.

Quando uma organização adota uma abordagem ética e autêntica, as marcas e produtos podem vir a colher os benefícios de um marketing de oportunidade e ao mesmo tempo protegerem a reputação e integridade ao longo prazo.

(\*) - É advogada e CEO da Punder Advogados(www.punder.adv.br)

# Aumento da busca por portabilidade reforça o desejo por manter plano de saúde

A busca pela portabilidade de carências continua sendo um desafio e uma oportunidade no segmento de planos de saúde. Em 2023, houve alta de 13,5% nos protocolos de portabilidade na comparação com o ano anterior, de acordo com dados da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS).

Para Alessandro Acayaba de Toledo, advogado especializado em Direito e Saúde e presidente da Associação Nacional das Administradoras de Benefícios (ANAB), esse fato reflete uma realidade histórica no Brasil: o plano de saúde é um bem essencial na vida das pessoas, que cada vez mais buscam alternativas para mantê-lo dentro do orçamento.

“Os brasileiros valorizam, desejam e temem perder esse benefício. Enquanto o número de novos usuários cresce, observamos também uma parcela da população em busca de soluções para manter o plano, especialmente devido ao seu custo. O levantamento da ANS destaca o fator custo como a principal razão para a portabilidade, mencionado por 40% dos entrevistados”, detalha Alessandro.

Esses números corroboram uma tendência já identificada na Pesquisa ANAB da Assistência Médica, que acompanhou o uso do SUS e dos planos de saúde ao longo



de 2022. Na pesquisa, 47% dos beneficiários ouvidos relataram ter ajustado seu orçamento para continuar utilizando o serviço.

Para auxiliar os consumidores no processo de portabilidade, a entidade disponibiliza o Guia de Portabilidade dos Planos de Saúde, uma versão online e gratuita contendo todas as informações necessárias para que o beneficiário solicite a mudança. Basta acessar: (https://anab.com.br/). “O guia informa ao consumidor sobre seu direito à portabilidade e como ela pode ser uma alternativa para reduzir

custos e adequar a cobertura às suas necessidades”, explica Alessandro.

O guia da ANAB está dividido em sete capítulos. Com uma linguagem didática, o consumidor poderá compreender o contexto legal da portabilidade, suas vantagens, orientações para análise de caso, um passo a passo do procedimento e dicas sobre segurança de dados. O material também inclui um capítulo com orientações financeiras para aqueles que desejam gerenciar suas finanças com base nas economias obtidas com o plano de saúde.

Além do trabalho de orientação ao consumidor, com dicas e esclarecimentos para guiar o processo, as administradoras de benefícios desempenham um papel crucial na relação entre as operadoras e os clientes. De acordo com o levantamento da ANS sobre o tema, a busca por uma melhor qualidade de serviço e a insatisfação com as operadoras foram motivos para a mudança de plano para 18% da amostra, enquanto as reclamações relacionadas ao assunto aumentaram 44% em 2023.

“A ANAB, como representante no segmento de planos coletivos por adesão, incentiva o lançamento de novas opções para os consumidores. Um exemplo disso são os planos com redes credenciadas de alcance regional e até mesmo operadoras que possuem suas próprias clínicas e centros de atendimento ao paciente. Tudo isso contribui para a redução de custos”, conclui Alessandro. - Fonte outras informações: (https://anab.com.br/).

## Quiet ambition: jovens preferem qualidade de vida a assumir cargos de liderança

O mundo corporativo está passando por várias mudanças, algumas antecipadas e outras potencializadas pelo período de pandemia da Covid-19. Movimentos como “Quiet Quitting” e “Lazy Girl Job” mostraram mudanças significativas nas expectativas dos jovens trabalhadores em relação ao trabalho. Agora, um novo termo ganha destaque: “Quiet ambition”. Trata-se de um redirecionamento ou repensar das prioridades, em termos de ambição pessoal e profissional, sobretudo da Geração Z. Alguns jovens, em vez de buscarem uma ascensão ininterrupta na estrutura de carreira ou nas promoções de cargos e salários, estão evitando cargos de gestão ou posições de liderança.

Na opinião do especialista em gestão de carreira e professor de Gestão de Pessoas da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP), Marcelo Treff, a Geração Z está repensando os modelos de trabalho e esperando mudanças culturais nas empresas. Os cargos de liderança costumavam ser o ponto alto de uma carreira bem-sucedida,

mas “dá para ser feliz fora do topo”.

“Para muitos trabalhadores, os cargos corporativos e de destaque ainda são o ponto alto, pois, historicamente, este foi o desejo de muitos profissionais, em especial os jovens das gerações de nossos pais e avós. Mas, atualmente, há expectativas muito diferentes com relação aos cargos de liderança, nas mais variadas gerações e não só entre jovens. Muitos trabalhadores realizam-se profissionalmente atuando em cargos de muito prestígio, em áreas específicas como T.I., Educação, Mercado Financeiro, Químico Farmacêutico, Medicina, Engenharia, além daqueles que partem para o empreendedorismo”, opina o professor da FECAP.

Segundo a Revista Forbes, as três principais ambições dos jovens da Geração Z são: 1) passar tempo com a família e amigos (67%); 2) ter saúde física e mental (64%) e 3) viajar (58%). Apenas 9% colocam como prioridade se tornar um gestor de área e 4% afirmam quererem se tornar um executivo de alto

escala. “Dentre as principais aspirações dos jovens, pode-se incluir: equilíbrio entre vida pessoal e vida profissional, flexibilidade de tempo e de jornada, estabilidade financeira, reconhecimento pelo trabalho realizado, dentre outras”, acrescenta Treff.

Segundo o especialista, é muito difícil definir um perfil de líder, pois depende muito do contexto: segmento e porte da empresa, estratégia e, sobretudo, cultura organizacional. Mas é possível “desenvolver” líderes. No entanto, cada vez mais, deve-se considerar a complexidade dos ambientes organizacionais e, sobretudo, focar este desenvolvimento em: competências humanas, competências cognitivas e robustez psicológica (resiliência e estabilidade emocional do indivíduo diante de situações de pressão e estresse).

“Nem todo mundo pode ser líder, porque algumas pessoas têm perfil e outras não. Além disso, como revela o movimento Quiet Ambition, nem todos querem ser líderes”, finaliza o docente. - Fonte FECAP.

## 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: **RENAN ALONSO SANTOS**, estado civil solteiro, filho de Alan Borges de Araujo Santos e de Rosilene Aparecida Done Alonso Santos, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste Subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **BIANCA REIS BRASIL**, estado civil solteira, filha de Samuel Sales Brasil e de Luciângela Aparecida Reis Brasil, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste Subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **BRENER CONTE AGNANI**, estado civil solteiro, filho de Jose Agnani Neto e de Geanette Conte Agnani, residente e domiciliado na Vila Pudente, nesta Capital - São Paulo - SP. A pretendente: **THAIS DE LIMA FERNANDES**, estado civil solteira, filha de José Isaias Fernandes e de Dagmar de Lima Fernandes, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Celso de Azevedo Marques, nº 212, Vila Prudente, nesta Capital - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Teresina, nº 541, apto. 192 A, Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea “b” da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência do pretendente.

O pretendente: **MATHEUS FRANÇA MOUTINHO RODRIGUES SIMÃO**, estado civil solteiro, filho de Alessandro Rodrigues Simão e de Andrea França Moutinho, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **KLÍCIA AMARAL DE ANDRADE**, estado civil divorciada, filha de Remilson Almeida Andrade e de Meiry Jane Rodrigues Amaral, 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  
Jornal Empresas & Negócios

**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: **ALEX SCHNEIDER**, profissão: bancário, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Penha de França, SP, data-nascimento: 02/05/1977, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Mozart Pessoa Schneider e de Leocadia Gonçalves Schneider. A pretendente: **MARIA DA PENHA ALVES MATOS**, profissão: professora, estado civil: solteira, naturalidade: em Guarulhos, SP, data-nascimento: 07/11/1978, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Manoel da Silva Matos e de Maria José Alves Matos.

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

## Proclamas de Casamentos

**CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL**  
**DE PESSOAS NATURAIS**  
**15º Subdistrito - Bom Retiro**  
**Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - Oficial**

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

O pretendente: **DIÓGENES VIEIRA RODRIGUES**, nascido nesta Capital, Santa Cecília, SP, no dia (16/02/1978), profissão fotógrafo, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Domingos Leandro Rodrigues e de Berenice Vieira Rodrigues. A pretendente: **VIVIANE NOBREGA DE JESUS**, nascida nesta Capital, Brasília, SP, no dia (26/03/1984), profissão analista de sistemas, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Ernande Balbino de Jesus e de Maria do Socorro Nobrega.

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

## PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma IziSign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://izisign.com.br/Verificar/DFE5-3CC6-FBE5-6D5E> ou vá até o site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: DFE5-3CC6-FBE5-6D5E



### Hash do Documento

265DB208EFF9BCBE91B099FCCE859FBAA6AFBF07F34C6B85B796FBF826C12953

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 19/02/2024 é(são) :

- Lilian Regina Mancuso - 008.007.358-11 em 19/02/2024 19:49  
UTC-03:00  
**Tipo:** Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS  
LTDA - 05.687.343/0001-90

