

VELOCIDADE, EFICIÊNCIA E UM ALTO NÍVEL DE PERSONALIZAÇÃO

SERÁ O E-COMMERCE A NOVA DOR DE CABEÇA PARA O SETOR DE LOGÍSTICA?

[Leia na página 8](#)

Segurança é o principal desafio das plataformas low-code

A segurança é o principal desafio das plataformas low-code para 42% das empresas.

Contudo, há variações regionais nessa questão, com 40% das empresas europeias demonstrando preocupações com esse aspecto, índice ligeiramente abaixo da média comparando com Oriente Médio (45%) e África (42%).

As organizações dos Estados Unidos apresentam um número sutilmente menor de preocupações (38%). Essas são algumas das conclusões do estudo "Low-code adoption as a driver of digital transformation", conduzida pela KPMG com 2.000 empresas da Europa, Oriente Médio, África, Estados Unidos e Ásia-Pacífico.

O conteúdo destacou ainda que o desenvolvimento de plataformas low-code é considerado estrategicamente crucial para a maioria (81%) das empresas do mundo, com metade (55%) delas tendo orientações sobre quais aplicativos são desenvolvidos com esse recurso, índice menos frequente nas empresas norte-americanas (47%).

Além disso, há uma ênfase cada vez maior na governança, com 47% das respondentes indicando ter ou planejando estabelecer diretrizes de low-code e governança definida, tendência observada em todas as regiões.

"Empresas em todo o mundo estão enfrentando a necessidade urgente de otimizar processos de TI e estimular a inovação. As plataformas low-code, por meio da aceleração do desenvolvimento de aplicativos, contribuem para as empresas responderem às demandas do mercado e realizarem reduções significativas de custos.

O estudo evidencia também que estratégias organizacionais bem sucedidas são cada vez mais respaldadas por low-code", afirma Ricardo Santana, sócio-líder de Data



“O conteúdo destacou ainda que o desenvolvimento de plataformas low-code é considerado estrategicamente crucial para a maioria (81%) das empresas do mundo.

& Analytics, Automação e Inteligência Artificial da KPMG no Brasil e na América do Sul.

Outro dado, segundo a publicação, é crescente aceitação do assunto na Europa, pois um terço (31%) das organizações europeias utilizam o low-code como um componente crítico de sua estratégia de desenvolvimento de software, alta de 12% na comparação com o estudo anterior.

Além disso, Europa e Estados Unidos diferem sobre as necessidades de customização de low-code, com 43% das empresas europeias vendo a falta de opções de customização em low-code como um desafio, enquanto apenas 32% das empresas americanas têm essa visão.

"As plataformas low-code oferecem oportunidades para as empresas se posicionarem melhor no mercado. Com uma

implementação estratégica, elas podem ter mais vantagem competitiva em um ambiente de negócios cada vez mais complexo e desafiador", complementa Ricardo Santana.

Os líderes corporativos estão, segundo a KPMG, atentos à Inteligência Artificial (IA) em low-code, com a maioria (88%) dos tomadores de decisão considerando a IA nesse contexto com potencial interesse e relevância. Os chefes de departamento de TI também estão endereçando o assunto, com 69% das empresas atribuindo responsabilidade pelas diretrizes de low-code aos gerentes de departamento de TI.

Segundo o conteúdo, a ampla maioria (91%) dos gestores está priorizando a escalabilidade ao escolher plataformas low-code, seguida por ferramentas e recursos abrangentes para desenvolvedores (90%) e segurança (90%) - (AI/KPMG).

Negócios em Pauta

Foto: Zoológico de SP



Centro de Conservação para a ararinha-azul

O Zoológico de São Paulo acaba de inaugurar o Centro de Conservação ararinha-azul. A instituição foi escolhida para abrigar 27 animais desta espécie, uma das mais raras do mundo. O novo espaço, construído exclusivamente para as ararinhas, possui 900 metros quadrados e conta com salas de incubação de ovos, "maternidade" com controle de temperatura e iluminação, sala para atendimento veterinário, além de cozinha e escritório. O local ainda possui ambientes para as aves com espaços cobertos e ao ar livre com capacidade para abrigar até 44 ararinhas. A ararinha-azul é considerada "Extinta na natureza" de acordo com a Lista Vermelha Global de Espécies Ameaçadas da União Internacional para a Conservação da Natureza. A população atual de ararinhas-azuis mantidas sob cuidados humanos conta com 330 indivíduos dos quais, 85 estão em instituições no Brasil. O zoológico hoje é responsável pelo cuidado de 27 destes animais. Com nome científico Cyanopsitta spixi, a ave é nativa e endêmica da região de Curuçá, na Bahia, cujo bioma é a Caatinga. A espécie inspirou o personagem "Blue" na animação Rio..

[Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Reprodução: <https://www.eventbrite.de/e/o-que-o-modelo-data-driven-agrega-a-convergencia-entre-ot-e-ti-registration-891261456007?aff=oddtcreator>



O que o modelo Data Driven agrega à Convergência entre OT e TI

21 de maio, 9:00 - 13:00 hrs
São Paulo Brasil

Evento mostra o que o modelo Data Driven agrega à jornada entre ambientes OT e TI

@A Paessler AG, líder mundial em software de monitoramento, reconhecida por sua plataforma Paessler PRTG, anuncia a realização do evento O que o modelo Data Driven agrega à Convergência entre OT e TI. Encontro que acontece na terça-feira, dia 21 de maio, entre 9:00 e 12:00 horas, no hotel EstanPlaza Paulista (Alameda Jaú, 497), o evento compartilhará com líderes de indústrias o papel da abordagem Data Driven na convergência entre informações geradas no chão de fábrica (ambiente OT, de Operational Technology) e os setores de TI (Tecnologia da Informação). "O foco é nos ganhos de negócios que esse modelo produz", ressalta Luis Arís, Gerente de Desenvolvimento de Negócios da Paessler LATAM. O encontro analisará estudos de caso de indústrias que utilizam a plataforma de monitoramento OT/TI PRTG para explorar de forma online e em tempo real dados que, muitas vezes, só eram visualizados por setores específicos da empresa (https://prtg_convergencia-OT-TI.eventbrite.de). [Leia a coluna completa na página 2](#)

Receita para alavancar empresa sem captar investimentos

Empreendedores de startups costumam enfrentar uma série de dilemas no dia a dia, incluindo se irão priorizar o uso de capital próprio no negócio em detrimento a investimentos externos. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Cinco Iniciativas-Chave para vender soluções para Edge Computing

De acordo com a Statista, o tráfego mensal de telefonia móvel de smartphones na América Latina e Caribe aumentará de forma significativa nos próximos anos. Até 2028, estima-se que chegue a aproximadamente 41 gigabytes por mês, representando um aumento de mais ou menos 37 gigabytes em comparação a 2019. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Crimes cibernéticos são o maior temor das seguradoras no Brasil

Os crimes cibernéticos são o maior temor das seguradoras no Brasil e no mundo. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Engenharia pode sofrer com déficit de profissionais qualificados

Em um mundo cada vez mais focado em inovação e desenvolvimento tecnológico, a contribuição de engenheiros é fundamental para o progresso de um país, mas nem todas as áreas têm conseguido contar com a quantidade necessária de profissionais qualificados. O relatório "O Futuro das Engenharias no Brasil", divulgado em 2023 pelo Conselho Regional de Engenharia e Agronomia (CREA) aponta que haverá um déficit de profissionais nos próximos anos. "Atualmente, a pirâmide demográfica dos associados ao Sistema Confea pode sinalizar para problemas no futuro. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Para informações sobre o

MERCADO
FINANCEIRO

faça a leitura do
QR Code com seu celular



Ética e Integridade

Ética e transparência na teoria, na vida pessoal e na empresa

Denise Debiasi

[Leia na página 6](#)


OPINIÃO

Assessores de investimento devem migrar para universo de ativos digitais

Cassio Krupinsk (*)

A tokenização está chegando ao mundo dos investimentos e promete transformar por completo sua infraestrutura. Os assessores da área serão dos mais impactados por essa mudança de paradigma – estudos apontam que até 80% devem desaparecer, caso não se aprofundem no universo de ativos digitais.

Essa revolução pode ser sentida com mais intensidade ao analisar o movimento das gigantes do mercado, como a BlackRock, que anunciou um fundo tokenizado em Ethereum e prevê liquidação em stablecoin (USDC), arrecadando US\$ 400 milhões em menos de uma semana. Portanto, não estamos mais falando de um possível cenário futuro de tokens RWA, mas sim, de uma transação já em curso.

Porém, ao lado dessa transformação, os assessores de investimento vêm realizando uma dinâmica oposta e se voltando para outras iniciativas. Muitas vezes fazem o papel de correspondentes bancários, alegando escassez de produtos no mercado e baixa lucratividade, já que as grandes plataformas ganham significativamente com os tomadores de crédito e repassam uma parte relativamente cada vez menor aos escritórios de agentes autônomos e assim aos seus assessores. Isso tem levado a uma diminuição dos pagamentos para os assessores,

que, por sua vez, buscam alternativas mais rentáveis para os negócios.

No entanto, a tokenização é justamente a resposta que ajuda a redefinir o papel desses profissionais, para que também possam ser originadores de produtos mais atrativos. Toda essa movimentação ainda está impulsionando os escritórios de agentes autônomos a diversificar suas ofertas, criando empresas para vender produtos corporativos, mas que se tornam limitados em algum momento.

A estratégia já tem se mostrado lucrativa nos últimos anos, oferecendo uma alternativa aos produtos tradicionais viabilizados pelas corretoras, com novos atores assumindo parte do espaço tradicionalmente ocupado por empresas do segmento que concentram os lucros.

Em meio a esse cenário, as companhias que atuam como infraestrutura para tokens de recebíveis, equity token, ativos ambientais e ativos reais, auxiliam na agregação de valor, proporcionando um spread operacional significativamente maior do que o atual. Assim, favorecem benefícios tanto para os escritórios quanto para os assessores de investimento. Essa transformação está em pleno andamento, alavancando mudanças nas dinâmicas do mercado e nas estruturas de remuneração.

(*) CEO da BlockBR, fintech especializada em infraestrutura de tokenização e investimentos em ativos digitais - blockbr@nbpress.com.br

George Orwell, um autor sempre atual

George Orwell nasceu em 1903 na Índia, onde seu pai era funcionário do governo britânico. Com um ano de idade, mudou-se para a Inglaterra onde, em 1917 é admitido em Eton, um dos mais prestigiados colégios do mundo, mas ali tem um fraco desempenho, apesar de ser um leitor compulsivo.

Elisabete P. Breternitz (*)

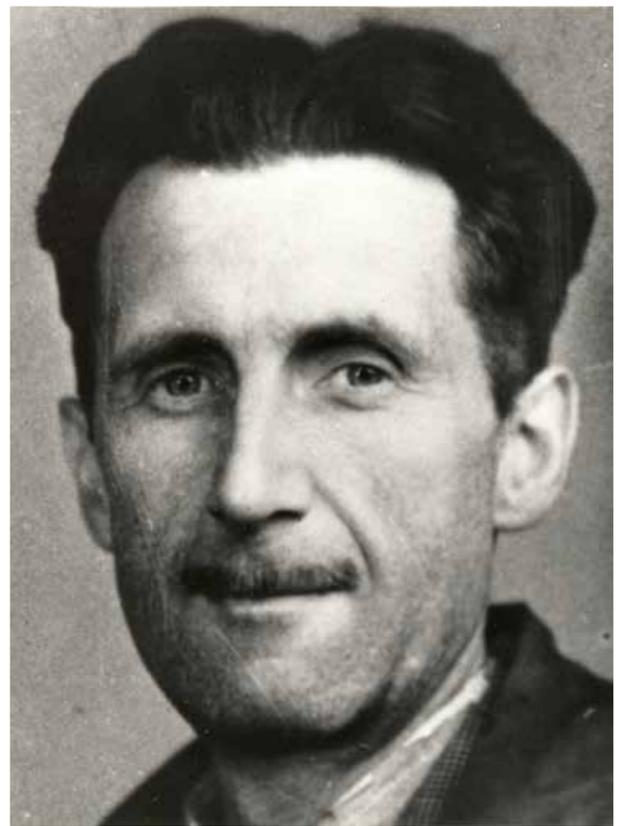
Entre 1922 e 1927 serve na Polícia Imperial na Birmânia, também dominada pelos ingleses. Deixou a Polícia revoltado contra o imperialismo, já influenciado por ideias socialistas e também já escrevendo muito.

Em 1936, muda-se para a Espanha onde passa a fazer parte do Partido Obrero de Unificación Marxista, lutando na Guerra Civil que devastava aquele país. Gravemente ferido, tendo levado um tiro na garganta, volta para a Inglaterra, desiludido com as ideias dos partidos de esquerda, que também na Espanha visavam apenas seus próprios interesses, sem preocupações com os destinos do país – além disso, testemunhou atrocidades praticadas por militantes dos partidos de esquerda.

Na Inglaterra, produz muitos textos influenciados por suas experiências na Espanha; o mais importante é “A Revolução dos Bichos”. Essa obra conta a história de uma granja, onde um porco reúne a bicharada para iniciar uma revolução contra o dono da propriedade, que segundo o porco seria a causa de todos os males dos animais. Se parassem de trabalhar para o homem e passassem a produzir para eles mesmos, seriam felizes, dizia o porco.

A obra mostra como funciona uma revolução comunista, na qual a elite revolucionária, os porcos, assume o poder, reprime e explora os trabalhadores, sendo estes os demais animais,

Escreveu também o romance “1984”, que mostra como seria um regime totalitário, feito de mentiras, traições e terror. Esse



livro criou a imagem do Big Brother, uma figura que controla a sociedade usando uma estrutura tecnológica, impedindo quaisquer manifestações de independência e busca pela liberdade.

Essas obras são leituras obrigatórias para todos aqueles que pretendem entender o momento em que vivemos.

(*) Elisabete P. Breternitz, especialista em Língua Inglesa pela UNESP, é professora.

Preservando o futuro da educação: a importância da proteção cibernética

Você já parou para pensar nos bastidores da revolução digital na educação? Por trás da promessa de acesso mais amplo ao conhecimento, existe um perigo crescente que ameaça escolas e universidades, independentemente do tamanho: os ataques cibernéticos.

A pandemia forçou também o sistema educacional a passar por uma rápida transformação digital. Todos tiveram que se adaptar ao ensino a distância e utilizar diversas ferramentas online para manter os alunos ocupados. Embora estas tecnologias digitais proporcionem novos caminhos para a aprendizagem, também abriram a porta para questões de segurança cibernética.

A sensibilidade dos dados e das informações pessoais mantidas pelas instituições de ensino torna-as alvos valiosos para ataques de ransomware e violações de dados. Muitas escolas não priorizaram ferramentas de segurança cibernética ou treinamento de conscientização, ao contrário das grandes empresas. Além disso, é fácil para os cibercriminosos atacarem crianças que não estão conscientes dos perigos da Internet.

Nos últimos anos, testemunhamos uma série de incidentes no Brasil e nos Estados Unidos. Alguns exemplos foram os ataques de ransomware à Universidade Federal do Piauí (UFPI) e à Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Isso sem falar da triste história do Instituto de Ensino Lincoln College, que encerrou mais de 180 anos de atividades após um golpe digital.

Este ano, hackers atacaram o distrito escolar de Minneapolis. Além de roubar



informações sensíveis dos professores, muitos arquivos continham registros de crianças identificadas por nome, data de nascimento e endereço. Os arquivos detalhavam medicamentos, problemas comportamentais e o mais grave, incidentes de abuso sexual por parte de professores ou outros estudantes.

Em 2023, os pagamentos de resgate de ransomware em criptomoedas ultrapassaram a marca de US\$ 1,1 bilhão, segundo um relatório da Chainalysis. E olha que o custo médio de um ataque do tipo no setor educacional é estimado em US\$ 100 mil.

Diante desse cenário sombrio, não podemos ficar de braços cruzados. As instituições de ensino precisam agir agora para proteger seus sistemas. E isso não é tarefa só para os especialistas em TI. Todos na comunidade escolar têm um papel a desempenhar na proteção dos

dados. Mas como é possível se proteger contra esses ataques? A resposta está na implementação de medidas robustas de segurança cibernética:

Soluções antivírus e EDR de última geração: o antivírus de próxima geração, que usa análise comportamental e algoritmos de aprendizado de máquina para identificar malware, adicionado às soluções de detecção e resposta de dispositivo final (EDR), permite a detecção e o bloqueio de malware de forma proativa.

Firewall: firewalls robustos ajudam a proteger as redes contra acesso não autorizado e evitam violações de dados.

Filtragem DNS: a implementação de um filtro DNS permite bloquear o acesso a sites maliciosos e prevenir infecções por malware.

Lista de permissões: limitar o software e os aplicativos que podem ser executados nos sistemas escolares reduz o risco de infiltração de malware.

Sistemas de proteção: configurar sistemas com a segurança em mente ajuda a minimizar as superfícies de ataque e os torna menos suscetíveis a explorações.

Proteger o futuro da educação requer um compromisso com a proteção dos sistemas cibernéticos contra ameaças cada vez mais sofisticadas. É hora de agir. Juntos, podemos garantir um ambiente seguro e propício para o aprendizado e o crescimento contínuo dos nossos alunos. E isso é o que realmente importa!

(Fonte: Denis Furtado é engenheiro de sistemas e diretor da Smart Solutions, distribuidora brasileira de solução antifraude e de cibersegurança).

News @TI

Aplicativo de telemedicina Olá Doutor lança iniciativa solidária

Em meio aos desafios enfrentados pela população gaúcha, o aplicativo de saúde Olá Doutor lança uma iniciativa solidária para oferecer apoio médico àqueles que foram afetados pela situação atual no estado. Com o lema, "Sua consulta transforma vidas", a ação consiste em que a cada atendimento adquirido através do aplicativo, uma consulta gratuita será disponibilizada pelo Olá Doutor para quem enfrenta dificuldades no Rio Grande do Sul. Indivíduos que foram impactados pela situação no estado e que necessitam de ajuda médica podem entrar em contato através do suporte dentro do próprio aplicativo, telefone (54) 3601 7454 ou via direct no instagram @oladoutor.app. Uma equipe está à disposição para realizar os encaminhamentos necessários e liberar um cupom para o atendimento gratuito com os médicos disponíveis.

Startup cria robôs que ajudam pessoas e indústrias

Os robôs estão gradualmente se integrando ao cotidiano da população. Vislumbrando as oportunidades desse cenário, a Human Robotics, startup que desenvolveu o primeiro robô brasileiro de autoatendimento e telepresença, registrou crescimento significativo nos últimos anos. No ano passado, atingiu a marca de R\$ 1,2 milhão, e neste ano almeja atingir R\$ 4,8 milhões com seus robôs, que desempenham funções importantes tanto para indivíduos quanto para indústrias. Um dos robôs que tem feito sucesso no Brasil são os que possuem uma abordagem mais humanizada, chamados de sócio-funcionais. Um dos exemplos é o Robios GO, desenvolvido pela Human Robotics e fabricado em Curitiba, no Paraná. Este robô social, voltado para o autoatendimento, foi projetado para interagir de forma autônoma e até mesmo simpática com as pessoas (https://www.humanrobotics.ai).

Empresas & Negócios José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Laurinda Machado Lobato (1941-2021) Responsável: Lilian Mancuso

Editores
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: comercial@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.

Colaboradores: Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro. ISSN 2595-8410

Mercado reduz projeção de inflação e prevê crescimento da economia

O mercado financeiro reduziu a previsão de inflação para este ano

Segundo o boletim Focus, divulgado ontem (6) pelo Banco Central (BC), o Índice de Preço ao Consumidor Amplo (IPCA) deve ficar em 3,72%, um pouco menos do que a projeção da semana passada, de inflação de 3,73%. O Focus traz as previsões de economistas e analistas de mercado consultados pelo BC.

Para 2024, os analistas também projetaram crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) em relação ao anunciado na semana passada, quando a estimativa era de que a alta ficasse em 2,02%. Agora o mercado projeta um crescimento maior, de 2,05%. Para 2025, a projeção é de que o PIB cresça 2%. Índice que se repete em 2026 e 2027.



O Focus traz as previsões de economistas e analistas de mercado consultados pelo BC.

A estimativa da inflação para 2024 está dentro do intervalo de meta de inflação que deve ser perseguida pelo BC. Definida pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), a meta é de 3%, com intervalo de tolerância de 1,5 ponto percentual para cima ou para baixo. Ou seja,

o limite inferior é 1,5% e o superior 4,5%. Para 2025, a previsão é de que a inflação fique em 3,64% e, em 2026, feche em 3,5%, a mesma para 2027.

Em relação aos juros básicos da economia, o mercado projetou uma taxa Selic de

9,63%. Os analistas acreditam que a referência para os juros no país deve diminuir o ritmo de queda, já que há quatro semanas a previsão era de que a taxa fechasse o ano em 9%.

Nas duas últimas reuniões, o corte na Selic foi 0.5 ponto percentual. Mas o Copom indicou que poderá não repetir o mesmo ritmo de corte na próxima reunião agendada para hoje (7) e amanhã (8).

Para o mercado financeiro, a Selic deve encerrar 2025, em 9%. A estimativa para 2026 é de que a taxa básica caia fique em 8,75% ao ano. Segundo o Focus, em 2024, o dólar deve fechar o ano em R\$ 5,00. Para 2025, a projeção é de aumento do dólar, que deve ficar em R\$ 5,05 (ABR).

Marketing é aliado essencial na hora de turbinar vendas

Haroldo Matsumoto (*)

É possível que ao ouvir falar em marketing como aliado na hora de aumentar as vendas, você pense, imediatamente, na realização de ações promocionais

ação criteriosa, desenvolver ações especiais, personalizar a comunicação, selecionar as ferramentas adequadas para transmitir as mensagens, monitorar resultados, etc.

No entanto, há um ponto chave em todo esse processo: o treinamento da equipe de vendas.

Adiantando, porém, que não é apenas a esse tipo de estratégia que o marketing se resume. Na realidade, o marketing reúne um conjunto de táticas, cujo objetivo é auxiliar no crescimento das empresas.

Os vendedores são, sem sombra de dúvida, parte fundamental de todo esse planejamento. Para capacitá-los, torna-se necessário que o time de marketing crie um plano de ação para vendas. Um caminho interessante é usar o modelo de funil de vendas, que ajuda a estruturar táticas e identifica o que fazer em cada etapa desse processo usando como base a jornada do cliente. Sabendo o que o consumidor pensa e deseja, fica viável atraí-lo e fidelizá-lo.

É por meio dessa área das companhias que se torna possível descobrir quem é o seu cliente, conhecer melhor o público-alvo, além de estabelecer quais as estratégias mais eficazes para firmar uma relação com essas pessoas, chamar sua atenção e, principalmente, fidelizá-las. É por isso, que o departamento de marketing é considerado um dos principais setores de uma empresa.

O treinamento da equipe precisa ser bem direcionado para o desenvolvimento de competências, como negociação, persuasão, conhecimento do produto e compreensão do mercado. Junto desse treinamento é imprescindível personalizar a comunicação e torná-la mais humanizada. Isso significa colocar o cliente no centro do processo, priorizando suas necessidades. Em paralelo é necessário observar o relacionamento com os clientes.

Sua atuação precisa ser personalizada e humanizada. Isso significa que não há uma receita pronta. Ao contrário, é imprescindível que seja feita uma análise profunda da empresa como um todo a fim de ter um diagnóstico preciso em relação aos pontos de melhorias e de quais soluções serão as mais eficazes para auxiliar nessas diversas necessidades. Quando o marketing precisa atuar para ampliar as vendas de um determinado negócio, o processo não é muito diferente.

Empresas que oferecem boas experiências aos consumidores, geralmente conseguem ampliar a fidelização do público. Além disso, clientes satisfeitos provavelmente farão novas compras e se tornarão promotores da marca e esse é, indiscutivelmente, o melhor resultado que se pode obter.

Para começar, a equipe de marketing - seja ela própria ou terceirizada - precisa se aprofundar nos conceitos daquela companhia e no mercado de atuação, conhecer o público a ser atingido, entender quais os melhores caminhos para estabelecer um diálogo com esses consumidores, criar um plano de

(*) - Especialista em marketing e gestão, é sócio-diretor da Prospéra Educação Corporativa - consultoria multidisciplinar de gestão de negócios (www.prospéra.com.br).

Dia das Mães deve movimentar R\$ 15 bilhões

No próximo Dia das Mães, uma das datas mais importantes para o comércio nacional, 63% dos brasileiros, aproximadamente dois terços, têm a intenção de comprar presentes. O gasto médio é de R\$ 229. Esses dados são resultado de uma pesquisa da Abecs, realizada em parceria com o Instituto Datafolha. A estimativa é que a data deve movimentar aproximadamente R\$ 15 bilhões em compras nos setores de comércio e serviços.

O mesmo resultado, 72%, é registrado tanto entre os homens como entre as mulheres. No recorte que traz dados entre as faixas etárias, a população com a 45 a 59 anos (77%) e 60+ (76%) aparecem com resultados acima da média nacional. Entre os consumidores entrevistados, 47% afirmam ter intenção de utilizar o cartão como meio de pagamento, sendo 27% cartão de crédito e 20% cartão de débito.

Em comparação com 2023, 4 em cada 10 entrevistados, ou 39%, acreditam que os gastos serão maiores em 2024, enquanto 23% acreditam que serão menores e 35% o mesmo valor. Quando perguntados sobre o local de compra de preferência, a maior parte dos entrevistados (72%) pretende comprar em uma loja física, e um quarto (24%) pretende fazer as compras online.

O segundo meio de pagamento mais mencionado é o Pix, com 37%. O dinheiro aparece em terceiro lugar com 31% das respostas, enquanto 1% não ainda não sabem. A pesquisa também perguntou sobre a intenção de parcelamento das compras: 67% das respostas foram afirmativas. Dessas, 43% pretendem parcelar em 2 vezes e 26% em 3 vezes (AI/Abecs).

Contas públicas têm superávit em março

O setor público consolidado fechou o mês de março com um superávit de R\$ 1,2 bilhão, informou ontem (6) o Banco Central (BC). No mesmo mês do ano passado, as contas públicas registraram um déficit de R\$ 14,2 bilhões. Em 12 meses, o setor público consolidado, que engloba governo federal, os estados, municípios e as empresas estatais, acumula déficit de R\$ 252,9 bilhões, o equivalente a 2,29% do PIB e 0,15 ponto percentual (p.p) inferior ao déficit acumulado até fevereiro.

rávit de R\$ 3,4 bilhões. Em março, os juros nominais do setor público não financeiro consolidado, apropriados por competência, somaram R\$ 64,2 bilhões em março, ante os R\$ 65,3 bilhões registrados em março de 2023.

No acumulado em 12 meses, até março, os juros nominais alcançaram R\$ 745,7 bilhões, ficando em 6,76% do PIB, comparativamente a R\$ 693,6 bilhões (6,71% do PIB) nos 12 meses até março de 2023. O resultado nominal do setor público consolidado, que inclui o resultado primário e os juros nominais apropriados, foi deficitário em R\$ 63 bilhões em março. No acumulado em 12 meses, o déficit nominal alcançou R\$ 998,6 bilhões (9,06% do PIB), ante déficit nominal de R\$ 1.015,1 bilhão (9,24% do PIB) em fevereiro (ABR).

Segundo o BC, o Governo Central, que reúne o Tesouro Nacional, a Previdência Social e o Banco Central, registrou um déficit de R\$ 1,9 bilhão e as empresas estatais um déficit de R\$ 343 milhões. Já os governos regionais registraram supe-

A - Processos Seletivos

O mês do trabalhador segue com mais de 1.400 vagas de emprego no Cate - Centro de Apoio ao Trabalho e Empreendedorismo da Prefeitura de São Paulo. Os postos abrangem diversas áreas e regiões da cidade, principalmente nos setores de comércio e serviços. É possível se candidatar até amanhã (8), de forma online pelo Portal (<https://cate.prefeitura.sp.gov.br/>), ou presencialmente em uma das unidades da rede. Essa semana, um grande número dos processos seletivos também estão sendo realizados diretamente nos Cates pela equipe das unidades.

B - Intenções de Negócios

A 29ª edição da Agrishow, que se encerrou na sexta-feira (3), em Ribeirão Preto, alcançou o volume recorde de R\$ 13,608 bilhões em intenções de negócios de máquinas e implementos agrícolas. O crescimento foi de 2,4%, se comparado à edição de 2023, quando foi registrado o número de R\$13,290 bilhões. Quanto aos visitantes, o número permaneceu equivalente ao do ano anterior. Com cerca de 195 mil pessoas, a feira contou com produtores rurais de pequenas, médias e grandes propriedades de todas as regiões do país, bem como do exterior. Ainda que o cenário não fosse o mais favorável para o setor, com o clima, juros altos e falta de recursos controlados, as expectativas da feira foram superadas.

C - Mercado de Automóveis

Os emplacamentos de veículos, no mês de abril, registraram alta de 14,4% sobre março, segundo dados divulgados pela Fenabrave. O crescimento se explica não apenas pelo maior número de dias úteis (22 em abril, contra 20 em março), mas também pelo avanço de 4% na média diária de vendas, registrada na comparação entre o terceiro e o quarto mês do ano. Em relação a abril do ano passado, houve alta de 38,3% e, no acumulado dos quatro meses, o aumento foi de 20%. O momento mais favorável ao crédito e os juros mais contidos continuam tracionando o setor, especialmente, o mercado de automóveis e comerciais leves, segundo Andreta Jr., Presidente da Fenabrave.

D - Indústria da Construção

Palco de discussões de grandes questões jurídicas que impactam a indústria da construção e o mercado imobiliário, o Seminário Jurídico CBIC chega à sua 9ª edição, com o tema: "Desafios para a Redução da Litigiosidade no Setor da Construção e do Mercado Imobiliário". Acontece nos dias 13 e 14 de junho, no Wish Hotel da Bahia, em Salvador, contando com a presença de nomes importantes no mundo jurídico, como membros do Poder Judiciário, do Ministério Público, além de especialistas e advogados conceituados em temas de relevância para a indústria da construção, mercado imobiliário e infraestrutura. Saiba mais: (<https://cbic.org.br/seminarijuridico/>).

E - Busca por Startups

A Ocyan, do setor de óleo, gás e energia, acaba de lançar o novo ciclo do programa Ocyan Waves Challenge. Criado em parceria com a Innoscience, consultoria de inovação corporativa, o programa objetiva resolver desafios internos da empresa a partir da conexão com startups. A iniciativa retorna no formato de batch em busca de startups que tenham soluções que ajudem a melhorar a experiência dos integrantes da empresa. Os desafios abrangem diversas áreas, como experiência do integrante e digitalização. As startups interessadas têm até o próximo dia 17 para acessar as informações do programa e cadastrar suas propostas pelo site (www.ocyanwaves.com).

F - Setor Aeroespacial

A MundoGEO realiza entre os próximos dias 21 e 23, no Expo Center Norte, em São Paulo, um dos maiores eventos do mundo no setor aeroespacial, reunindo no mesmo espaço as feiras DroneShow Robotics, SpaceBR Show, MundoGEO Connect e Expo eVTOL, que se concentram nos mercados de drones, espacial, captura da realidade e eVTOLs, os veículos elétricos de decolagem e pouso vertical, conhecidos também como "carros voadores". Já estão confirmadas mais de 200 marcas na feira, como: DJI, Topcon, Maxar, Head, Airbus, Capella Space, Nikon, Leica, Pentax, Trimble, Esri, Xrobots, Thales, Visiona, Quasar Space, ICEYE, Vertical Connect, Gohobby/EHang, Moya Aero, entre outras. Mais informações: (www.expoevtol.com).

G - Audiência de Finfluencers

O público que segue os influenciadores de finanças e investimentos, os chamados finfluencers, nas redes sociais chegou a 208 milhões de seguidores no segundo semestre de 2023 - um crescimento 18,1% na comparação com a primeira metade do ano. É o que mostra a sexta edição do Finfluence - quem fala de investimentos nas redes sociais, estudo feito pela ANBIMA (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais), em parceria com o IBPAD (Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados). Em relação à primeira edição do estudo, que analisou o período entre setembro de 2020 e fevereiro de 2021, o salto é de 181%.

H - Saúde como Prioridade

Na agenda de prioridades do governo, a saúde deveria ocupar o primeiro lugar. Esse é um dos principais resultados da última pesquisa Radar Febraban, realizada entre os dias 17 e 22 de abril, com 2 mil pessoas nas cinco regiões do país pelo Ipespe. Para 30% dos entrevistados a saúde é a escolhida, ao serem indagados sobre quais áreas o Governo Federal deveria dar mais atenção nos próximos meses. Em fevereiro, esse percentual era de 24%. Emprego e renda foram citados por 29% deles, seguidos de inflação e custo de vida (11%) e educação (10%), todos acima de outras opções constantes da pesquisa, como segurança e combate à pobreza.

I - Programa de Estágio

A Eneva, principal operadora privada de gás natural onshore no Brasil e uma empresa integrada de energia, está oferecendo 11 vagas de estágio para trabalhar em São Paulo (4), Rio de Janeiro (5) e Roraima (2). Essas oportunidades proporcionam aos estudantes aprendizado prático, vivência e desenvolvimento profissional, sendo uma porta de entrada para uma carreira promissora. O processo seletivo é composto por cinco etapas: inscrições, testes, dinâmica de grupo, entrevistas individuais e admissão. Estudantes de Administração, Economia, Ciências Contábeis, Ciência da Computação, Ciência de Dados, Direito, Psicologia e Engenharia são elegíveis para participar. Para se candidatar, basta acessar a página (<https://eneva.compleo.com.br/>).

J - Aços Especiais

A Gerdau informou o início de análise de viabilidade para um investimento para a construção de uma unidade greenfield para produção de aços especiais com capacidade de 600 mil toneladas/ano no México. O plano de expansão reflete as perspectivas positivas para a indústria automotiva local e o movimento de nearshoring nos Estados Unidos, que têm impactado o desempenho da economia mexicana. A Gerdau ainda avalia o local da construção da nova unidade na região central do México, onde já possui operações para produção de aços longos. Atualmente, a Empresa já opera 2 unidades industriais e 2 plantas downstream de aços especiais nos Estados Unidos.

A importância da distribuição estratégica de conteúdo no marketing B2B

Mário Soma (*)

Uma das falhas mais frequentes que tenho notado nas imersões dos novos contratos do mercado B2B, além de aspectos de branding, é a falta de atenção na distribuição de conteúdos que ressoam em todos os touchpoints das ações de marketing

Sim, isso é crucial para o sucesso nas vendas e merece atenção. Caso contrário, muito esforço será feito em vão. Como destaca Sean Ellis, fundador da GrowthHackers, “maximizar cada touchpoint é essencial para o crescimento sustentável. Cada interação conta e molda a percepção do seu cliente sobre sua marca”.

Segundo a mais recente Pesquisa de Marketing da Forrester, 64% dos executivos responsáveis por compras no mercado B2B reconheceram que não confiam na medição de marketing de sua empresa para a tomada de decisões.

Essa “falta de confiança” é preocupante, uma vez que a jornada de compra B2B é complexa e repleta de nuances, exigindo uma estratégia de marketing que valorize cada ponto de contato como uma oportunidade única de envolvimento e conversão.

Compartilho os pontos principais dessa estratégia. Confira:

• O número de touchpoints é dinâmico - A pergunta sobre o número ideal de touchpoints necessários para converter um cliente B2B revela um espectro dinâmico de respostas. Enquanto o HubSpot sugere cerca de oito, outros especialistas propõem números que variam de sete a dez.

Andrew Chen, autoridade em growth, nos lembra que além da quantidade e qualidade dos conteúdos, a otimização de cada ponto de contato da marca é crucial para a cons-

trução de uma boa estratégia de campanha.” Isso nos ensina que os pontos de contato no marketing B2B devem ser cuidadosamente projetados para promover a adoção e fidelização do usuário.

• Narrativas que contamos em cada canal de comunicação - Os touchpoints representam mais do que meros canais: eles carregam as histórias que contamos e moldam como a marca é percebida. Seth Godin, um dos grandes nomes do marketing moderno, nos inspira ao dizer que “os touchpoints são as narrativas que contamos”.

• Insights de um estudo B2B - A partir de um estudo com mais de 50 empresas B2B, Mike Lieberman, CEO e cientista-chefe de receita da Square2, descobriu que, surpreendentemente, o número de touchpoints necessários supera frequentemente 40, alcançando até 50 em alguns casos.

Este resultado destaca o desafio de construir um crescimento de receita previsível e escalável. Por exemplo: o percurso, quando se inicia com anúncios de geração de demanda, precisa ser visto pelo menos três vezes ou mais, antes do lead ter alguma reação.

• Jornada repleta de oportunidades e desafios - A transição de um lead para o processo de vendas envolve uma série de etapas, incluindo múltiplas visitas ao site e e-mails, esclarecendo a complexidade das ofertas dentro da jornada de compra. Isso significa que a jornada para o tão esperado ‘sim’ é repleta de oportunidades e desafios em todo o ciclo do marketing B2B.

Por fim, a eficiência do processo de vendas depende não apenas da geração de mais leads, mas de aprimorar a qualidade e a eficácia das interações no marketing B2B.

(*) - É CEO e Head B2B da Pólvora Comunicação (<https://polvoracomunicacao.com.br>).

Cartão de crédito e débito: benefícios desses métodos de pagamento

Seja pela conveniência, segurança e flexibilidade de pagamento, a questão é que o cartão de crédito e débito se tornou o principal meio de pagamento no Brasil

Viabilizar o recebimento pelas mais diversas bandeiras é uma estratégia indispensável para qualquer segmento e porte de empresa que deseja expandir a sua base de clientes, aumentar as vendas e fortalecer o relacionamento com o público.

Ainda que muitas outras opções digitais de pagamento estejam ganhando espaço a cada dia, ainda estão bem longe de substituir o bom e tradicional cartão de crédito ou débito. Por isso, é muito importante que o empresário garanta que a equipe esteja atenta às melhores práticas, tendências e processos que possam otimizar a gestão financeira. Confira as vantagens das duas modalidades:

1) Aumento nas vendas - Segundo reportagem divulgada pela CNN Brasil, 80% dos brasileiros preferem evitar realizar pagamentos em dinheiro vivo. Isso só pode significar uma coisa: uma empresa que deseja aumentar suas vendas, e viabilizar o processo de compra, deve aceitar outros meios de pagamento.

Com destaque especial para o cartão de crédito, opção preferível pela maioria dos brasileiros. Portanto, ao investir em uma maquininha de cartão de crédito, o empresário atrai ainda mais clientes e, consequentemente, aumenta suas vendas e receita.

2) Aumento do ticket médio - Quem nunca vi-



sitou uma loja com o objetivo claro de comprar um item, mas acabou saindo de lá com uma sacola cheia de outras coisas?

Seja porque encontrou aquilo que procurava há algum tempo, porque o produto chamou sua atenção ou porque o preço estava realmente bem em conta, o fato é que dispor os produtos de forma organizada e lógica é uma ótima forma de aumentar o ticket médio e fazer com que seu cliente invista muito mais na sua loja.

O problema é quando o cliente está com o dinheiro contado apenas para o item que pretende comprar. “Nesses casos, o cartão de crédito pode ser uma saída para a aquisição de outros produtos em uma mesma compra. Além disso, ainda que o cliente ‘não tenha o dinheiro na conta’, a possibilidade de efetuar o pagamento na próxima fatura pode ser um fator decisivo”, explica Bruno Coelho, diretor de negócios da Card.

3) Redução do risco de inadimplência - Uma vez que o pagamento foi aprovado pela operadora, o empreendedor receberá o valor dentro do prazo previsto. “Portanto, independentemente da inadimplência do cliente, a responsabilidade por garantir que você receberá o valor da compra é exclusivamente do cartão. Diferente do crediário, que demanda o empenho e a ação do cliente em realizar a quitação das parcelas”, lembra.

4) Aumento da credibilidade - É muito raro encontrar hoje uma empresa que não aceite maquininha de cartão de crédito e débito, não é? Mas principalmente nos pequenos negócios ou nas cidades menores, onde as pessoas ainda têm o hábito de realizar os pagamentos em dinheiro vivo ou por transferência bancária, isso pode acontecer.

Entretanto, ter a opção do cartão de crédito e débito confere à marca mais credibilidade, além

de mostrar aos clientes que a empresa investe em tecnologia e acompanha as tendências do mercado. Outro ponto interessante é que trabalhar com os mais variados meios de pagamento também confere uma imagem mais profissional e moderna, o que pode agregar valor ao seu produto.

5) Gestão do fluxo de caixa - Com pagamentos eletrônicos (por meio do cartão de crédito e débito), é mais fácil para a equipe financeira registrar as vendas, rastrear os dados da compra e, claro, construir os descritivos para a contabilidade do negócio. Tudo muito mais rápido e conveniente do que abrir e fechar o caixa com a contagem das cédulas.

6) Segurança - As transações realizadas com cartão de crédito e débito são seguras, com tecnologia de criptografia de dados e uma série de medidas antifraude desenvolvidas pelas próprias operadoras.

Da mesma forma, o pagamento eletrônico minimiza a quantidade de cédulas na loja ou outro estabelecimento, evita muitas idas às agências bancárias, oferece mais tranquilidade e segurança para clientes e colaboradores nas dependências da empresa e reduz os riscos de assaltos e roubos. - Fonte e mais informações: (<https://www.grupocard.com.br>).

Proclamas de Casamentos

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: **WAGNER TEIXEIRA**, profissão: analista de sistemas, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Cerqueira César, SP, data-nascimento: 26/11/1991, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Jovaldia Luiza Teixeira. A pretendente: **EDLYN ALVES DOS SANTOS**, profissão: professora, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Jardim Paulista, SP, data-nascimento: 31/01/1994, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Edmilson Alves dos Santos e de Rosângela Pimentel dos Santos.

O pretendente: **ALAN FERNANDES DA COSTA**, profissão: analista de sistemas, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 09/09/1987, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de José Massau da Costa e de Severina do Ramo Fernandes da Costa. A pretendente: **CAROLINA RODRIGUES DA MATA**, profissão: designer, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, São Miguel Paulista, SP, data-nascimento: 28/02/1992, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Joaquim Rodrigues da Mata e de Roseli Martins da Mata.

A pretendente: **ANGÉLICA FERNANDES**, profissão: pedagoga, estado civil: solteira, naturalidade: em Campinas, SP, data-nascimento: 17/11/1967, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Mauro Fernandes e de Benedicta Aparecida das Dores Leite Fernandes. A pretendente: **ISABELLA LAUDARES COSTA**, profissão: pedagoga, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Cerqueira César, SP, data-nascimento: 08/02/1980, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Sebastião Laudares da Costa e de Alice Olanda Laudares Costa.

O pretendente: **LAÉRCIO YOSHINORI SHOKIDA YONAMINE**, profissão: autônomo, estado civil: divorciado, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 15/07/1970, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Yoshiichi Yonamine e de Helena Furniko Yonamine. A pretendente: **FRANCISCA IRANEIDE FIGUEIREDO PIMENTA**, profissão: secretária, estado civil: divorciada, naturalidade: em Jaguaretama, CE, data-nascimento: 05/01/1975, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Francisco Figueiredo Rocha e de Maria Roselina Pimenta Rocha.

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

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: **DOUGLAS FERNANDES COSTA**, estado civil: solteiro, filho de Lenivaldo Bezerra da Costa e de Léa Fernandes da Costa, residente e domiciliado no Distrito de São Mateus, nesta Capital - São Paulo - SP. A pretendente: **SOFIA ALVES MOYA**, estado civil: solteira, filha de Juvenal Del Rosario Moya Lara e de Ana Paula do Nascimento Fonseca Alves, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **MARCOS ANTONIO DA SILVA MARQUES**, estado civil: solteiro, filho de Marcos Antonio Marques e de Maria Eunice da Silva Marques, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **HELEN PAOLA CARNEIRO**, estado civil: solteira, filha de Antonio Carlos Carneiro e de Paula Andréa Picca Carneiro, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **DAVI FERREIRA VIANA**, estado civil: solteiro, filho de Carlos Alberto Pereira Viana e de Elisângela Albuquerque Viana, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **BEATRIZ ALVES DE SOUSA PINTO ERALDO**, estado civil: solteira, filha de Antonio Eraldo e de Suelly Alves de Sousa Pinto Eraldo, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **RODRIGO DOS SANTOS ALVES**, estado civil: solteiro, filho de Joaquim Rosa Alves e de Maria Helena dos Santos Alves, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **MAYARA LEAL DE LIRA**, estado civil: solteira, filha de Marcio Clementino de Lira e de Cristiane Bazilio de Oliveira Leal, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **AARON ULISES SOUTO ABREGO**, estado civil: solteiro, filho de Ramón Ulises Abrego Reinado e de Erléuda de Araújo Souto, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **NATALIE GOMES MARTUCCI**, estado civil: divorciada, filha de Dejar Antonio Patera Martucci e de Nilce Gomes Severino Martucci, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **FELIPE CÉSAR PEREIRA**, estado civil: solteiro, filho de Rosana Pereira, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **MAYARA HELEN BERATA LOURENÇO**, estado civil: solteira, filha de Leonidas Reginaldo Lourenço e de Marli de Cassia Berata Lourenço, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **HERCULANO CASTRO DANTAS**, estado civil: solteiro, filho de Herculano Pereira Dantas e de Marluca de Castro Dantas, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **SIDNÉIA OLINDA DE MORAIS**, estado civil: divorciada, filha de Aparecido de Moraes e de Luiza Gomes de Moraes, 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

Reforma tributária: 18 profissões liberais terão alíquota reduzida

Um total de 18 profissões liberais poderão pagar os tributos com redução de 30% da alíquota a partir da vigência da reforma tributária

A redução dos tributos alcançará a Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS), tributo federal sobre o consumo, e o Imposto sobre Bens e Serviços (IBS), imposto estadual e municipal. Os serviços referentes a essas atividades se beneficiarão, independentemente se for prestado por pessoas físicas ou jurídicas.



e urbanistas; assistentes sociais; bibliotecários; biólogos; contabilistas; economistas; economistas domésticos; profissionais de educação física; engenheiros e agrônomos; estatísticos; médicos veterinários e zootecnistas; museólogos; químicos; profissionais de relações-públicas; técnicos industriais e técnicos agrícolas.

Em relação aos serviços de pessoas jurídicas, no entanto, o escritório ou a empresa que contratou o profissional liberal não poderá ter como sócio outra pessoa jurídica ou que preste serviços fora da lista das 18 atividades. Os sócios deverão realizar a atividade fim, beneficiando escritórios de advocacia, uma das principais categorias a defender a desoneração para os profissionais liberais no ano passado.

As profissões contempladas são administradores; advogados; arquitetos

Na avaliação do diretor legislativo da FENACON, Diogo Chamun, o motivo dessa redução é pela one-

ração do setor de serviços que a reforma tributária trará. “Não soluciona o problema, mas é uma melhoria que ameniza, porém, ainda distante do que é hoje, antes da reforma. Temos uma falsa ilusão de que melhorou para essas categorias, mas o fato é que melhorou em relação ao texto original, mas não ao que é hoje”, disse.

É uma conquista, mas ainda é muito paliativo. “A reforma tributária sobre consumo é estruturada em um sistema não cumu-

lativo, ou seja, o imposto é calculado por débitos e créditos, além de adotar uma alíquota única, excetuados os regimes diferenciados. Sendo assim, a indústria, por exemplo, tem uma série de possibilidade de créditos, como matéria-prima, insumos, beneficiamento, frente a outras tantas despesas que fazem parte da cadeia produtiva, o que reduz o imposto a pagar.

Já no setor de serviço, a possibilidade de créditos é muito restrita, o que traz como consequência, o forte aumento da carga tributária. Assim, a redução de 30% na alíquota é um movimento importante, mas ainda pequeno. É pouco porque se estima um aumento bem mais elevado no setor de serviços. Outra situação, é que as empresas do Simples Nacional não entram nessa redução porque tem a opção de permanecer como é hoje”. - Fonte: (<https://fenacon.org.br/>).

Dados: equilibrando análises e empatia para nutrir a criatividade

Caio Machado (*)

Na era digital, o gerenciamento de relacionamento dos dados de maneira efetiva para construir estratégias de CRM e alimentar decisões mais eficientes de mídia emergiram como uma ferramenta indispensável para empresas que buscam entender e antecipar as necessidades de seus clientes

Esse cenário pode não apenas sufocar a expressão criativa, mas também pode impedir que as marcas se conectem com seu público de maneiras verdadeiramente significativas e humanas.

3) A Importância da Empatia - O ponto crítico para manter a relevância da marca é a empatia. Os dados podem dizer o que os clientes fizeram, mas não necessariamente porque eles fizeram isso ou como se sentiram ao fazê-lo. Compreender essas nuances emocionais e psicológicas é essencial para criar campanhas que ressoem em um nível pessoal.

Embora o CRM e a mídia digital forneçam uma rica mina de dados que pode transformar estratégias de marketing e vendas, existe um debate crescente sobre como esses dados devem ser utilizados. A questão central é: até que ponto a dependência de dados pode influenciar ou mesmo limitar a criatividade na comunicação de marketing.

A empatia surge da capacidade de se colocar no lugar do outro, algo que os dados sozinhos não podem alcançar.

1) Dados como ferramenta, não como jaula - Dados coletados por sistemas de CRM e mídia oferecem insights valiosos sobre o comportamento, preferências e histórico de compras do consumidor. Essa informação é crucial para personalizar as interações e melhorar a satisfação do cliente.

4) Casos de sucesso - dados informados, criatividade conduzida - Empresas como Apple e a Coca-Cola exemplificam como os dados podem ser utilizados para informar a criatividade, sem suprimi-la. Essas marcas usam insights de dados para entender melhor seus clientes, mas a tomada de decisão final muitas vezes incorpora uma forte dose de intuição criativa e compreensão humana.

No entanto, existe o risco de que uma dependência excessiva em dados possa levar as equipes de marketing a operar dentro de uma “bolha de dados”, onde cada decisão é amplamente debatida sendo tomada com pouca agilidade e ousadia.

5) Conclusão - encontrando o equilíbrio - Na nova era da mídia digital e CRM, o desafio não é se devemos usar dados, mas como os usamos. Os profissionais de marketing devem aspirar a equilibrar as análises detalhadas com um compromisso inabalável com a criatividade e a empatia humana.

2) Criatividade e inovação sob o microscópio de dados - A criatividade, por sua natureza, envolve explorar o desconhecido e correr riscos. Uma abordagem excessivamente data-driven pode desencorajar a inovação, limitando os profissionais de marketing a seguir apenas o que os dados sugerem ser o “caminho seguro”.

(*) - É Diretor Executivo da Curious (<https://www.curious.ag/>)

Rotulagem ambiental promove consumo consciente

A rotulagem ambiental é um dos fatores que mais pesam na hora do consumidor escolher os produtos nas gôndolas.

Na Europa, 41% da população trocou de marca por causa da embalagem, que não tinha atributos de sustentabilidade, de acordo com dados apresentados pela Pro Carton - The Association of Carton and Cartonboard Manufacturers, durante a segunda edição do Pack Trend. A identificação correta dos materiais de embalagem possibilita um processo de reciclagem mais eficiente e reduz o impacto ambiental.

Para que o descarte seja correto ou reutilizável, é importante que o consumidor se conscientize sobre simbologia, rotulagem e certificações ambientais dos materiais. Os símbolos nas embalagens e rótulos educam os consumidores sobre a importância da separação dos resíduos e do reaproveitamento dos materiais. Eles promovem o consumo consciente, incentivando-os a aprender mais sobre o impacto ambiental de suas escolhas no ponto de venda.

Para a diretora do Instituto de Embalagens, Assunta Napolitano Camilo, a identificação correta dos materiais de embalagem possibilita um processo de reciclagem mais eficiente e reduz o impacto ambiental. “A rotulagem ambiental fornece aos consumidores informações transparentes sobre o impacto ambiental de um produto ao longo de seu ciclo de vida, desde a produção até o descarte. Isso permite que os consumidores tomem decisões mais informadas e conscientes ao escolherem produtos”, disse.

As certificações ambientais são fundamentais no esforço das empresas em buscar a sustentabilidade em suas cadeias de fornecimento. Para que o produtor tenha o selo de reciclado, é necessário comprovar que esses materiais são efetivamente recuperados e que contêm, por exemplo, pelo menos 50% desse insumo, que pode ser pré ou pós-consumo.

Afirmções falsas ou enganosas sobre um produto se enquadram na prática de greenwashing. Regulamentações



rigorosas, padrões transparentes e a educação contínua do consumidor são cruciais para mitigar esses desafios. E caso o consumidor seja lesado, o Código de Defesa do Consumidor diz que é expressamente proibida a promoção de produtos ou serviços que estejam em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes, que não sejam reconhecidos.

“Evitar o greenwashing nas embalagens é essencial para garantir a transparência e a integridade das informações ambientais fornecidas aos consumidores”, afirmou Assunta. A lata de Nescau da Nestlé escolheu, através da rotulagem, informar todos os diferentes tipos de materiais presentes. Através da campanha ‘Vamos Reduzir’, iniciativa da própria marca, buscou-se uma forma de falar de sustentabilidade, de mostrar transparência e no que está por vir.

Na Alemanha, houve evolução da conscientização do consumo em relação à educação ambiental. No país, por exemplo, há uma correta prática de descarte de garrafas: eles separam a garrafa da tampa, sem necessidade de comunicar e solicitar aos consumidores - Fonte e mais informações: (<https://institutodeembalagens.com.br/>).

Registro Civil de Pessoas

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL
3º Subdistrito - Penha de França
Dr. Mario Luiz Migotto - Oficial Interino

Faço público a saber que: **AMANDA RODRIGUES DUARTE**, nascida em São Paulo, SP, em 18/12/1992, filha de Osny Alvaro Duarte e de Eliana Bernarda Rodrigues Duarte, nos termos do artigo 56 da Lei 6015/73 alterada pela Lei Federal 14.382/2022 promoveu a alteração do seu nome para: **AMANDA MARIA CAPITOLINA RODRIGUES DUARTE**.

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

AK - Empreendimentos e Participações S/A

CNPJ nº 05.248.120/0001-26 - NIRE nº 35300352688
Ata da Assembleia Geral Ordinária
Realizada em: Data: 15/04/2024. Horário: 14:00 horas. Local: Sede Social na Alameda Santos nº 960 - 19º andar, Cj. 1.907, nesta Capital. **Presença:** Acionistas representando a totalidade do Capital Social, conforme se comprova por suas assinaturas lançadas no livro de presença. Com as declarações exigidas por lei, assumiu a Presidência da Mesa, na forma dos Estatutos Sociais, o Sr. **André Kissajikian**, Presidente do Conselho de Administração, que convidou a mim, **Carlos de Gioia**, para Secretário. Iniciando-se os trabalhos, informo o Sr. Presidente que o Edital de Convocação para a Assembleia deixou de ser publicado de conformidade com o disposto no Parágrafo Quarto (§4º) do artigo 124 da Lei 6.404, de 15 de dezembro de 1976 (“Lei de Sociedades Anônimas”). Em seguida, foram colocados em discussão e votação os assuntos constantes da “Ordem do Dia”, tendo, no final, sido deliberado pelos acionistas presentes, por unanimidade de votos e observadas às abstenções legais, o seguinte: **Deliberações:** Foram aprovados, por unanimidade e sem quaisquer ressalvas, o Relatório da Administração, as contas da Diretoria, o Balanço Patrimonial e as demais Demonstrações Financeiras, referentes ao exercício social findo em 31 de dezembro de 2023, documentos esses devidamente publicados no Jornal “Empresas & Negócios” (impresso), na edição de 21/03/2024, pág.07, (digital/internet), na edição de 21/03/2024, conforme código para verificação: “ED5C-9595-5208-05B9”, tendo sido dispensado o aviso aos acionistas, face ao que trata o parágrafo quarto (§ 4º) do artigo 133, da Lei 6.404/76. Nada mais havendo a ser tratado, foi oferecida a palavra a quem dela quisesse fazer uso. Finalmente, como ninguém se manifestasse, determinou o Sr. Presidente a suspensão dos trabalhos pelo tempo necessário à lavratura da presente ata, em livro próprio, a qual, depois de lida e achada conforme, foi assinada por todos os presentes, dando o Sr. Presidente por encerrada a Assembleia. São Paulo, 15 de abril de 2024. André Kissajikian - Presidente da Mesa. Carlos de Gioia - Secretário. Acionistas: André Kissajikian, Vanda Kissajikian Mordjikian e Suelly Kissajikian da Silveira. A presente é cópia fiel da ata lavrada em livro próprio. Mesa: André Kissajikian - Presidente. Carlos de Gioia - Secretário. JUCESP - Certifico o Registro sob o nº 188.002/24-8, em 23/04/2024. Maria Cristina Frei - Secretária Geral.

CONDOMÍNIO EDIFÍCIO ADOLPHO DROGHETTI

Edital de Convocação - Assembleia Geral Extraordinária - Na qualidade de administradores e por determinação da Sra. Sínica, vimos pela presente convidar os senhores proprietários a participar da Assembleia Geral Ordinária do Condomínio Edifício Adolpho Droghetti a ser realizada na Avenida Senador Queiroz, 279 sala 81, no dia 17 de maio de 2024, às 14:30 horas em primeira chamada com número regulamentar e legal de presentes ou às 15:00 horas em segunda e última chamada, com qualquer número de participantes, a fim de deliberarem sobre os seguintes assuntos: **Composição da mesa que dirigirá os trabalhos, formada pelo presidente e pelo secretário; 1- Discussão/Aprovação de orçamento para a instalação de escada pressurizada, conforme exigência do Corpo de Bombeiros; 2- Discussão/Aprovação de orçamento para troca das caixas. Contando com a presença de todos, pois a omissão implica na concordância com as decisões dos presentes. Atenciosamente, A administração**





Ética e Integridade



Denise Debiasi



Ética e transparência na teoria, na vida pessoal e na empresa



Certa vez, ouvi de um palestrante que ética é o que você faz longe dos olhos das pessoas. E transparência é aquilo que você faz quando sabe que está sendo observado. Achei essas explicações maravilhosas pela simplicidade e pela objetividade de seus conceitos. Impossível não concordarmos com elas. Apesar de existirem muitos mais elementos relacionados a esses dois termos (o que poderia complicar um pouco seus entendimentos), podemos partir da hipótese que tais palavras proferidas no evento de anos atrás sejam verdadeiras e autossuficientes.

Ética seria o que os indivíduos fazem quando estão sozinhos. A pessoa acorda no meio da noite e vai até a geladeira beber água. Os demais integrantes da casa estão dormindo e, assim, não têm ciência do que se passa na cozinha. O que o madrugador ocasional faz: bebe a água diretamente da garrafa ou pega um copo para se servir? E ele repõe o líquido consumido que está terminando ou devolve o recipiente quase vazio à geladeira? As respostas para essas questões passam pela ética. Afinal, ninguém está olhando e provavelmente os outros moradores não saberão na manhã seguinte o que ocorreu ali. Dependendo da ética, as pessoas terão comportamentos muito distintos nessa situação. Há quem vá beber no gargalo e devolver a garrafa vazia e há quem usará um copo e fará a reposição do líquido antes de devolver o recipiente à geladeira.

A transparência entra em cena quando há alguém presente no recinto ou quando é possível saber o que se passou ali. Se tivermos um outro morador na cozinha naquele momento, muito provavelmente a reação do indivíduo com sede se alterará drasticamente. Aos olhos da sociedade, certos comportamentos não são aceitos e, portanto, precisam ser moldados. Sabendo que virá reclamação pela frente, a

pessoa pega um copo para se servir e depois enche a garrafa de água. Experimente colocar uma câmera na cozinha e comunique aos moradores a vigilância eletrônica. Certamente, as movimentações noturnas terão outros desfechos, totalmente distintos!

É verdade também que o monitoramento constante perde um pouco da sua força. Aí a ética consegue suplantar a transparência. Quem assiste ao Big Brother Brasil (ou reality shows concorrentes) já deve ter notado que a partir de um determinado momento da atração, ou em instantes pontuais, alguns participantes se esquecem dos olhares do público externo. Como consequência, agem com a naturalidade típica daqueles que estão sozinhos no ambiente e não como alguém observado pela sociedade.

Trago essa questão hoje porque assim como a ética e a transparência saem da palestra teórica e ganham contornos na vida prática (nada mais humano do que perambular pela geladeira à noite, não é?), esses conceitos ganham forma na rotina empresarial. Há algumas semanas, um amigo querido veio reclamar que encontrou um engenhoso esquema de desvio de recursos na sua companhia. Ele não acreditava que os colaboradores foram capazes de cometer tais deslizos mesmo sabendo do monitoramento constante. Na visão dele, a transparência inibiria os deslizos éticos. Assim deve ter ocorrido no período inicial da implantação do controle. Porém, quando a equipe se acostumou com o monitoramento frequente, os instintos pouco edificantes ressurgiram com força.

Saiba quem é a nossa Colunista:

Denise Debiasi é CEO da Bi2 Partners, reconhecida pela expertise e reputação de seus profissionais nas áreas de investigações globais e inteligência estratégica, governança e finanças corporativas, conformidade com leis nacionais e internacionais de combate à corrupção, antissuborno e antilavagem de dinheiro, arbitragem e suporte a litígios, entre outros serviços de primeira importância em mercados emergentes.

Portadores de burnout têm benefícios assegurados pela lei trabalhista

O burnout é um transtorno mental que ganhou visibilidade, efetivamente, a partir de 2022. Foi a partir daquele ano que a Organização Mundial de Saúde (OMS) incluiu a síndrome na lista de doenças ocupacionais. Desde então, foram identificados diversos casos em todo o mundo

No Brasil, a Associação Nacional de Medicina do Trabalho (Anamt) estima que cerca de 30% dos trabalhadores brasileiros sofrem de burnout, caracterizado pelo esgotamento físico e mental. Mas já existem garantias na legislação trabalhista para portadores da doença, como assegura a Dra. Nayara Felix, head jurídico, do escritório Montalvão & Souza Lima Advocacia de Negócios.

“A integridade física e mental do trabalhador é uma condicionante presente inclusive na Constituição Federal”, explica. “No caso do burnout, caracteriza uma doença ocupacional, isso se converte em alguns benefícios, desde que seja realizado o diagnóstico por uma perícia médica”, orienta. O trabalhador diagnosticado deve ser afastado das funções sem prejuízo da remuneração.

Em caso de atestados de até 15 dias, a responsabilidade pelo pagamento do salário continua sendo da empresa. Acima desse período, o trabalhador passa a ter acesso ao auxílio-doença junto ao INSS. Mas o advogado da MSL explica que as vantagens vão para além disso.



“É evidente que isso não significa que há algo de positivo no burnout, mas existem condições legais de proteção ao empregado. Durante o período de afastamento, a empresa deverá continuar recolhendo o FGTS. Além disso, o trabalhador tem direito a uma estabilidade de 12 meses, contados a partir da alta definitiva e constatada sua condição de retorno às atividades laborais”, diz a jurista.

Caso haja interesse do empregado, pode pleitear judicialmente rescindir o contrato de trabalho com a empresa de forma indireta, ou seja, com as mesmas condições de como se tivesse sido demitido. “Caso seja reconhecido judicialmente que a empresa atuou para a doença

do colaborador, isso lhe dá acesso a benefícios como pagamento do aviso prévio, 13º salário e férias proporcionais, seguro desemprego e até a multa de 40% sobre o saldo do FGTS.

Dependendo da extensão do dano, a ação contra a empresa pode vir a resultar em indenização por danos morais, materiais ou emergentes. Mas isso irá depender de cada caso”, avisa a advogada Nayara Felix, ao recomendar que o trabalhador acometido por burnout procure um advogado especializado para verificar as possibilidades diante do seu caso.

“Não é recomendável tentar um acordo, por exemplo, por conta própria. Pois o

caso envolve a análise de muitos fatores. Por isso, o colaborador e as empresas devem estar bem amparados por pessoas que realmente conheçam a legislação para esses casos”.

A lista de doenças ocupacionais tem sido ampliada nos últimos anos. Só em 2023, o Ministério da Saúde acrescentou 165 novas patologias a essa categoria, totalizando 347 enfermidades decorrentes do ambiente de trabalho.

Isso é um sinal de alerta para que não apenas os trabalhadores fiquem atentos à saúde, como também as empresas busquem investir em condições adequadas para os colaboradores. É importante que as empresas invistam em ambientes que favoreçam a qualidade de vida e o bem-estar, físico e emocional, no local de trabalho.

Convém às empresas tratar cada colaborador como ser humano antes de tratá-lo como metas a cumprir. Isso pode, inclusive, melhorar a performance do empregado sem esgotar sua saúde física e mental. - Fonte e outras informações: (<https://ms-ladvocacia.com.br>).

Preciso ter 100% dos requisitos da vaga para aplicar?

Que o mercado de trabalho é competitivo, não há dúvida. Mas hoje, há jobsites e outras plataformas especializadas em ajudar o candidato a encontrar vagas com mais facilidade. Porém, em meio à busca, uma dúvida persiste: “Se eu não tenho 100% dos requisitos da vaga, devo aplicar mesmo assim?”. A resposta não é tão simples quanto parece e Hosana Azevedo, Head de RH do Infojobs, HR Tech que desenvolve soluções para RH, explica o porquê.

De cara, a especialista já revela: nem sempre é necessário atender a todos os requisitos, mas é fundamental entender quais qualificações são essenciais (ou seja, o trabalho não pode ser desempenhado sem as mesmas) e quais não são utilizadas no dia a dia. “Trazendo um exemplo bem comum: o inglês. Muitas pessoas não têm o nível de fluência exigido pelas companhias e isso pode se tornar um problema já durante a entrevista ou após a contratação, ao ter que lidar com um nativo.

Neste caso, a seleção é inviabilizada, mesmo que a pessoa seja excelente em outras áreas”, explica. No entanto, se no descritivo disser que o inglês é apenas “um diferencial”, a situação é diferente. É possível aplicar e deixar claro durante a entrevista qual o nível de conhecimento que o profissional possui, e sua disponibilidade de desenvolver a habilidade.

A especialista reforça que é essencial destacar experiências relevantes que compensem certas lacunas de qualificação.



Projetos, cursos e experiências extracurriculares podem ser tão valiosos quanto habilidades técnicas específicas. “O mais importante é não mentir. Existe uma prática chamada ‘fake it until you make it’, ou seja, fingir até saber fazer. Mas devo alertar que fingir qualificações ou experiências pode prejudicar a reputação e levar à demissão por justa causa”, enfatiza.

Então qual é a melhor forma de conseguir um emprego? - Um estudo da Harvard Business Review revela que os empregadores, muitas vezes, não esperam que os candidatos atendam a todos os requisitos listados. Em média, esperam que atendam a 75% deles. Partindo deste princípio, confira algumas dicas para aplicar em vagas com mais inteligência.

O primeiro ponto é ter um foco. Candidatar-se para vagas de diferentes perfis, com as mesmas informações no currículo, raramente resultará em algo. “É comum, em momentos de desespero do desemprego, o candidato aceitar diferentes posições por possuir habilidades úteis em duas ou mais áreas.

Acontece muito com profissionais de comunicação - podem ser social

media, assessores de imprensa e até redatores. Mas é preciso fazer as adaptações necessárias no currículo em cada candidatura, de acordo com as necessidades da vaga”. Sendo assim, a recomendação é ter alguns tipos de currículos diferentes, cada um ressaltando uma habilidade específica - necessária para função que irá aplicar, mas sempre com informações verdadeiras.

“Se estiver aplicando para social media, por exemplo, é importante destacar e descrever experiências anteriores que mostram o fit com a vaga. Se tiver cases ou cursos extras, eles vão ajudar o recrutador a entender suas experiências também”, recomenda. Além disso, para além das habilidades técnicas, durante o recrutamento é avaliado um ponto muito importante: o quanto o candidato está alinhado culturalmente com a empresa.

Sendo assim, é importante mostrar que conhece a missão e valores, além de mostrar flexibilidade e facilidade de integração ao que a companhia preza. “Diante de todas as possibilidades, eu diria que cada caso deve ser avaliado individualmente. Aplicar para vagas sem atender a todos os requisitos pode ser uma estratégia válida, se o candidato puder pensar as lacunas com outras habilidades e demonstrar comprometimento em aprender, mas jamais deve mentir sobre o que não é”, finaliza Hosana. - Fonte e outras informações: (<https://www.infojobs.com.br>).

Cinco dicas para se tornar um corretor de imóveis de sucesso

A profissão de corretor de imóveis é uma das que mais cresce no Brasil por conta do aquecimento do mercado imobiliário, tanto imóveis de médio ou de alto padrão. Inclusive, no ano passado, o Conselho Federal de Corretores de Imóveis (Cofeci) registrou um aumento de 8,28% no número de profissionais habilitados

Com possibilidade de ganhos mensais de até R\$ 15 mil, o setor já registra um número recorde de mais de 550 mil profissionais. Com a concorrência aumentando é preciso cada vez mais se dedicar para ter destaque na profissão e se tornar referência. Segundo o CEO do Instituto Brasileiro de Educação Profissional (IBREP), Diogo Martins, não existe uma fórmula do sucesso, mas há alguns pontos cruciais para garantir que o profissional obtenha bons resultados.

“Tem alguns fatores que precisam ser levados em consideração, como a escolha do curso que vai formar o corretor de imóveis. É nele que o futuro profissional terá o primeiro contato com o mercado e esse olhar atento sobre toda a estrutura que envolve uma transação imobiliária pode fazer a diferença a longo prazo.”, comenta Diogo.

Confira cinco dicas essenciais para o sucesso na profissão:

1) Formação profissional - Parece óbvio, mas investir em um bom curso de Técnico em Transações Imobiliárias é essencial para o sucesso.



so. É durante o curso que você vai aprender tudo o que vai utilizar ao longo da vida profissional e ter conhecimento aprofundado sobre mercado imobiliário. Portanto, a dica é analisar a grade curricular, temas abordados e solidez da escola no mercado. O curso pode ser um dos seus grandes diferenciais competitivos.

2) Marketing pessoal - Fazer uma boa divulgação profissional em diversas plataformas é fundamental para atingir o seu público. Ter um bom relacionamento com a imprensa e ser fonte em matérias de veículos de comunicação renomados também contribuem para conquistar autoridade e

um histórico na mídia. O fortalecimento do seu nome no mercado, aliado à qualidade técnica profissional, certamente, contribuirá para seu nome se tornar referência em seu segmento.

3) Networking - Esta estratégia vale para qualquer profissão, mas para o corretor de imóveis ela é importante. Manter uma boa rede de relacionamentos pode resultar em excelentes negócios, seja para captar imóveis ou vender. Construa uma sólida rede de contatos no setor imobiliário, incluindo outros corretores, agentes financeiros, advogados e clientes em potencial. Relacionamentos sólidos podem levar a referências de

clientes e oportunidades de negócios.

4) Desenvolva Habilidades de Comunicação

- Saber se comunicar de forma estratégica, observando inclusive sinais não verbais pode ser a chave para concretizar um negócio. Ouvir o cliente e conseguir atender as expectativas que ele muitas vezes não consegue verbalizar pode ser a chave para conseguir convencê-lo a tomar uma decisão. Há cursos no mercado voltados a esse tipo de formação que podem contribuir para o desenvolvimento de técnicas de negociação.

5) Tecnologias - É preciso sempre estar atento às novas tecnologias para identificar as melhores oportunidades e recursos oferecidos para conquistar vantagens competitivas. Atualmente, o mercado imobiliário tem sido impactado com a inteligência artificial e muitos corretores têm utilizado essa ferramenta em vários processos, que vão desde a captação de leads até a criação de conteúdo atrativo para redes sociais. - Fonte e mais informações: (<https://ibrep.com.br>).

Tokens de pagamentos: a peça central que faltava no mercado imobiliário

Eduardo Carvalho (*)

A revolução blockchain chegou ao mercado imobiliário prometendo uma era de democratização e liquidez inéditas

Com a tokenização de terrenos, edifícios e diversos empreendimentos passaram a poder ser convertidos em tokens digitais, tornando-se acessíveis a um espectro mais amplo de investidores.

Tal inovação visou fragmentar propriedades valiosas em partes negociáveis, oferecendo a promessa de uma nova maneira de gerar receita aos imóveis de forma sem precedentes, através da negociação no ambiente de blockchain virtual. A ideia dos entusiastas era de que ao fracionar o ativo imobiliário em várias partes, haveria teoricamente a chance de aumentar a liquidez dos proprietários por meio de aportes dos tokens holders.

Contudo, na prática existem obstáculos significativos que dificultam a concretização desse cenário. Isso porque a tokenização ainda esbarra em complexidades burocráticas, técnicas e de mercado que travam o acesso à tão sonhada liquidez. Os desafios incluem a criação de entidades jurídicas específicas, restrições legais em várias jurisdições, e a ausência de um mercado secundário robusto para esses ativos digitais.

Além disso, o ramo imobiliário, mesmo quando tokenizado, mantém-se predominantemente local, limitando o potencial de comercialização dos ativos a investidores regionais. Um proprietário que apresenta um empreendimento em São Paulo, por exemplo, dificilmente conseguirá traduzir o potencial de seu ativo para interessados de outras regiões do país - muito menos às pessoas que vivem em outros países.

Diante de tais desafios, fica claro que a tokenização por si só não é suficiente para gerar a liquidez desejada pelo proprietário do imóvel. É necessário explorar outras alternativas que possam oferecer saídas viáveis para a geração de receita. Portanto, é neste contexto que os tokens de pagamento surgem como uma solução promissora no mercado.

Ao contrário dos tokens imobiliários, que se veem amarrados por regulamentações e um mercado secundário limitado, os ativos destinados ao pagamento oferecem um caminho desimpedido para transações, abrindo ao proprietário a possibilidade de converter

o seu imóvel para um ambiente econômico exponencialmente mais significativo.

Isso é possível graças à capacidade dos tokens de pagamentos serem transacionados globalmente com mínima burocracia, podendo ser listados em qualquer exchange e usados em uma variedade de negociações, inclusive diretamente de um detentor para outro ou conectando-se a soluções de pagamento como cartões de crédito ou até mesmo caixas eletrônicos.

Ou seja, a abordagem não só expande significativamente o público alvo para os ativos imobiliários, como também oferece um potencial de liquidez muito mais atraente do ponto de vista comercial. Na prática, ele permite verdadeiramente que os proprietários dos imóveis se aproveitem de todo o potencial da tecnologia blockchain.

Enquanto os tokens de imóveis acabam limitados a investidores locais ou regionais, os tokens de pagamento possuem um apelo global, tornando-se uma ferramenta poderosa para empresários que buscam maximizar a liquidez sobre suas propriedades no curto prazo.

Vale destacar ainda que atualmente já existem no ecossistema cripto moedas estruturadas especificamente com o propósito de associar a tecnologia blockchain à possibilidade de liquidez do mercado de real estate.

Esses ativos diferem das cripto moedas convencionais, como o Bitcoin ou o Tether, pois são desenhados com foco justamente na aquisição imobiliária, otimizando, assim, o processo de conversão de ativos reais no retorno financeiro a partir da fragmentação digital.

À medida que nos movemos em direção a uma era de maior integração entre tecnologia e ativos tangíveis, os tokens de pagamento emergem não somente como facilitadores de transações, mas como verdadeiros catalisadores de uma revolução no acesso e na fluidez dos investimentos imobiliários.

A sua adoção pode ser a chave para desbloquear o verdadeiro potencial da tecnologia no setor imobiliário, oferecendo uma via mais eficiente e global para a comercialização de ativos imobiliários. Essa é a peça central que estava faltando no mercado de cripto moedas.

(*) - É CEO e cofundador da Dynasty Global AG, empresa de criptoativo que usa o mercado imobiliário para emissão de tokens de pagamento (<https://dynastygi.com.br/>).

Bullying racial nas escolas

Raquel Gallinati (*)

Os recentes atos de bullying e racismo ocorridos no Colégio Vera Cruz, na zona oeste de São Paulo, direcionados à filha da atriz Samara Felippo, têm sido objeto de preocupação crescente, como evidenciado. Esses eventos provocaram discussões urgentes sobre a necessidade de abordar eficazmente o bullying racista nas instituições educacionais e a importância de uma legislação robusta para combatê-lo.

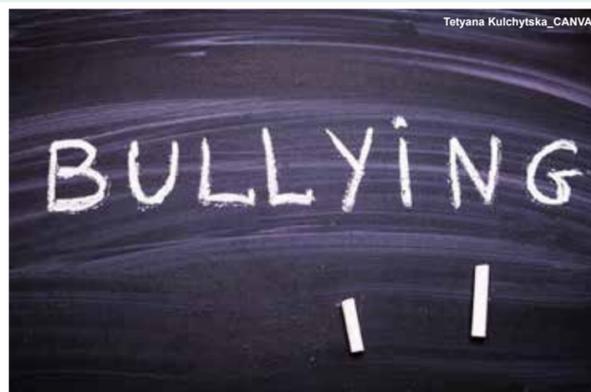
O termo “bullying” foi proposto pelo pesquisador sueco Dan Olweus após o Massacre de Columbine, nos Estados Unidos, em 1999. Originado do verbo inglês “to bully”, que significa “tiranizar, oprimir, ameaçar ou amedrontar”, o bullying abrange comportamentos intimidadores de “valentões” que buscam subjugar e amedrontar seus colegas.

Embora legislações específicas já estivessem em vigor, como a Lei 13.185/2015, que versa sobre o Programa de Combate à Intimidação Sistemática (Bullying), e a Lei 13.663/2018, que estabelece Diretrizes e Bases da Educação (LDB), no Brasil, somente em janeiro, com a sanção da Lei 14.811/2024, o bullying tornou-se um crime, exigindo ações enérgicas para sua erradicação.

O bullying é definido pela lei como todo ato de intimidação física ou psicológica repetitiva, praticada de forma intencional e sem motivação evidente. Tais crimes, quando cometidos online, podem resultar em pena de reclusão.

Mesmo o bullying social, que envolve exclusão deliberada, disseminação de boatos, manipulação social, constitui uma forma de intimidação que, embora mais sutil, pode ter um impacto emocional profundo, podendo configurar assédio moral dependendo da severidade e das consequências para a vítima.

Além disso, o bullying frequentemente abrange outras formas - como o bullying verbal, que envolve insultos, ridicularização e ameaças constantes - e também pode ser considerado crime contra a honra. O bullying físico, que engloba agressões diretas como socos, chutes e empurrões, pode resultar em lesão corporal e até configurar crimes mais graves, como tortura, estupro e crimes contra a honra, com penas criminais correlatas aos atos criminosos.



O bullying racial é particularmente cruel e afeta não apenas a vítima direta, mas toda a sociedade. Com a Lei 14.532/23, a injúria racial foi reconhecida como uma forma de crime de racismo, impactando negativamente a dignidade e subjetividade das vítimas e suas famílias.

Embora os agressores menores de 18 anos não sejam responsabilizados criminalmente, podem submetidos a medidas socioeducativas conforme previsto no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Os responsáveis pelos agressores podem responder civilmente pelos danos físicos e morais eventualmente causados.

É imperativo promover uma cultura escolar de respeito e inclusão, valorizando a diversidade. Os professores desempenham papel crucial na identificação, intervenção e prevenção do bullying. As escolas devem colaborar ativamente com a comunidade e famílias para enfrentar esse desafio de forma eficaz.

É essencial que as escolas e seus colaboradores estejam preparados para proporcionar um ambiente socialmente saudável e seguro a todos os estudantes. A fiscalização deve ser mais cautelosa para identificar quando brincadeiras ultrapassam os limites e se tornam condutas criminosas.

Combater o bullying demanda conscientização, fiscalização e colaboração de toda a sociedade. Não podemos tolerar o bullying e devemos agir para garantir ambientes escolares acolhedores e seguros para nossos estudantes.

(*) - É delegada de polícia; pós-graduada em Ciências Penais, em Direito de Polícia Judiciária e em Processo Penal; mestre em Filosofia; diretora da Adepol do Brasil.



reiff_CANVA

VELOCIDADE, EFICIÊNCIA E UM ALTO NÍVEL DE PERSONALIZAÇÃO

SERÁ O E-COMMERCE A NOVA DOR DE CABEÇA PARA O SETOR DE LOGÍSTICA?

A ascensão do e-commerce reformulou drasticamente o cenário dos negócios nos últimos anos, e a mudança também altera a forma como as cadeias de suprimentos devem ser executadas para obter sucesso. As vendas online atingiram US\$ 5.784 bilhões em 2023, com alta de 72,6% nos últimos quatro anos, de acordo com o relatório do Statista Key Figures of E-Commerce, e essa drástica mudança trouxe dores de cabeça para o setor de logística.

Além de preocupações com transporte, preços flutuantes de commodities, ameaças cibernéticas e disputas geopolíticas, que são a ponta do iceberg para os líderes empresariais, agora eles também precisam lidar com as complexidades do comércio online onipresente. De acordo com Mario Veraldo, CEO da empresa da logística MTM Logix, isso exigirá velocidade, eficiência e um alto nível de personalização para o qual as empresas B2B não estão preparadas.

“Essa vitrine digital tornou o gerenciamento de estoque ainda mais complicado, onde uma etapa errada pode levar ao excesso de armazenamento. Eu já vi empresas perderem milhões por não conseguirem vender seus produtos, ocupando 85% da capacidade dos armazéns. À medida que as demandas dos consumidores evoluem na velocidade da luz, a pressão sobe sobre as cadeias de suprimentos, para que sejam mais ágeis, mais personalizáveis e estejam sempre ativas”, diz o CEO.

As companhias precisam ser cuidadosas na criação de novos produtos e entender o perfil dos consumidores, já que sem isso, as novidades podem acabar no estoque, sem sair do lugar. De acordo com um levantamento da CB Insights, em cerca de 42% dos casos, o principal motivo para a falência de empresas é não satisfazer necessidades reais do mercado.

“Se as empresas não obtiverem o que seus clientes desejam, elas vão acabar com o dinheiro preso em produtos que não serão movimentados com rapidez suficiente. A questão crítica é que cada produto em um depósito já usou eletricidade e água, além de transferido da produção para o armazenamento, gastando enormes quantidades de CO2 no processo” afirma o empresário.



undefined_CANVA

responsáveis. “Não é possível levar todos os produtos para todos os lugares”, declara Veraldo.

A integração da tecnologia nas cadeias de suprimentos traz desafios, desde o aproveitamento de big data até a automação de armazéns. Portanto, ao coletar dados sobre a cadeia de suprimentos e gerenciá-la corretamente, pode-se não apenas melhorar os resultados financeiros da empresa, mas também criar produtos que vão chegar ao mercado mais rapidamente, mais alinhados com o que os clientes desejam e com muito menos emissões de CO2.

As empresas estão em uma encruzilhada em que a capacidade de se adaptar rapidamente às preferências dos consumidores pode significar a diferença entre o sucesso e a obsolescência. Para a MTM Logix, uma peça fundamental nesse cenário é a análise de dados.

“As companhias precisam ser cuidadosas na criação de novos produtos e entender o perfil dos consumidores, já que sem isso, as novidades podem acabar no estoque, sem sair do lugar. De acordo com um levantamento da CB Insights, em cerca de 42% dos casos, o principal motivo para a falência de empresas é não satisfazer necessidades reais do mercado.”

O impacto ambiental desse boom digital não pode ser ignorado. De acordo com a MTM Logix, à medida que as empresas se esforçam para atender as expectativas de entrega no dia seguinte, a sustentabilidade das cadeias de suprimentos é posta em cheque. A demanda por atendimento rápido deve ser equilibrada com práticas ambientais



undefined_CANVA

“Ao aproveitar o poder dos dados históricos de vendas, do feedback dos clientes e das tendências do mercado, a MTM Logix fornece às empresas os insights necessários para prever com precisão o comportamento futuro do consumidor. Essa metodologia é semelhante à montagem de um quebra-cabeça, em que cada ponto de dados acrescenta clareza à imagem do que os consumidores desejam”, afirma o CEO.

A adoção de tecnologia também é um aspecto fundamental. A MTM defende a integração de ferramentas de ponta, incluindo análises avançadas, torres de controle e sistemas de gerenciamento de relacionamento com o cliente (CRM). Essas tecnologias proporcionam às empresas uma compreensão mais detalhada do comportamento do consumidor, aumentando a capacidade de responder às demandas e logística do mercado de forma mais rápida e eficiente.

“Ao aproveitar a análise de dados, promover a colaboração, adotar a tecnologia e otimizar as cadeias de suprimentos, as empresas podem atender melhor às demandas dos consumidores atuais. Ao fazer isso, elas asseguram seu futuro financeiro e contribuem para um mercado global mais sustentável e responsável”, finaliza Veraldo. - Fonte e outras informações: (<https://mtmlogix.com>).