

Estratégias necessárias para acompanhar as inovações no Comex

Renato Figueiredo (*)

Quando olhamos para o cenário de Comércio Exterior no Brasil, é praticamente unânime a existência de um amplo movimento rumo à transformação digital

Isso significa, na prática, que grande parte dos envolvidos no segmento estão utilizando ferramentas inovadoras em prol de uma série de benefícios importantes. Fato é que a tecnologia tem reformulado engrenagens cruciais para o andamento de operações rotineiras para importadoras e exportadoras, atribuindo um novo estágio de agilidade, segurança e eficiência à gestão em sua totalidade.

Entretanto, se por um lado esse é um objetivo cujo investimento se justifica pela grande quantidade de vantagens a serem extraídas, não é fácil dar o primeiro passo e superar um passado de processos manuais, especialmente para empresas com pouca ou quase nenhuma expertise no campo tecnológico. Isso posto, algumas recomendações são necessárias e podem servir de referência para um planejamento estratégico que aproveite todo o potencial por trás da inovação.

É preciso contar com as soluções adequadas - Neste contexto, o Governo Federal tem implantado programas que contam com a finalidade de facilitar a comunicação entre instituições públicas e privadas, por meio de ferramentas apoiadas no ambiente digital. Sem dúvida, ainda existe um longo espaço para aprimoramento, na medida em que muitos desses sistemas estão sendo testados.

Até por essa postura de escalabilidade, é essencial que empresas da área se mantenham atentas, de olho em atualizações e mudanças que não deixarão de surgir. Afinal, o próprio conceito de inovação carrega em si o pressuposto de melhoria contínua, o que torna o quadro bastante promissor para o futuro do Comércio Exterior. Claro, é importante destacar que hoje já é possível reformular a gestão como um todo,

passando por etapas cruciais para o andamento do negócio. No mercado, existem provedores preparados para analisar a realidade operacional da companhia e apontar, de forma estratégica, onde e como a tecnologia pode ajudar. Pensando nisso, o gestor deve considerar aspectos relevantes na hora de contratar determinado produto, sempre priorizando soluções reconhecidas e que vão além do aspecto processual, o que nos leva ao próximo tópico.

Parceria especializada traz clareza para transição ao digital

Acompanhar a onda de inovação não é uma tarefa de simples execução. Exige uma mudança cultural, pois afeta hábitos de trabalho que por anos foram dominantes no segmento. Portanto, é de suma importância que as empresas busquem um suporte especializado, para que o uso da máquina seja consciente, provocando os resultados desejados e correspondendo às expectativas depositadas pelos profissionais.

Com uma estrutura tecnológica funcional, somada ao conhecimento técnico de especialistas no setor, a empresa conseguirá absorver, quando for necessário, todas as iniciativas elaboradas pelos órgãos vigentes, sem maiores dificuldades ou empecilhos. Essa condição positiva de disrupção traz estabilidade para as atividades, deixando-as em um ritmo produtivo condizente com as demandas atuais.

Encerrando o artigo, destaca que a tecnologia é peça-chave para que a modernização do Comex continue avançando, culminando em um ambiente cada vez mais competitivo. Porém, também é indispensável que lideranças do Comércio Exterior utilizem o componente digital sob um viés estratégico.

Desse modo, a relação de importadoras e exportadoras com o Governo Federal deixará de ser um entrave, abrindo portas para uma comunicação agilizada, simplificada e compatível com a realidade global.

(*) - É Diretor Comercial na eCOMEX NSI (www.ecomex.com.br).

Marcas estão mais preocupadas com a opinião de seus clientes

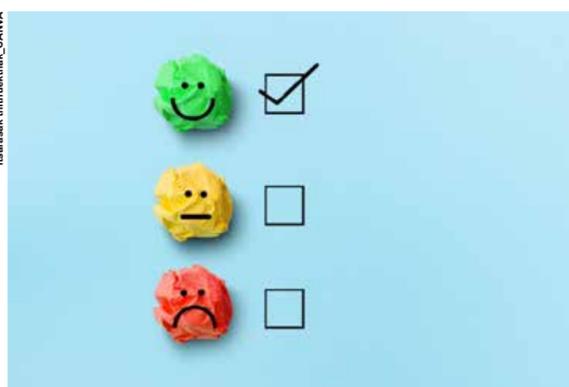
A experiência do cliente é peça-chave para o sucesso de qualquer organização

A transformação digital revolucionou a relação entre os consumidores e as empresas, principalmente diante do aumento significativo das opções de produtos, serviços e concorrentes disponíveis no mercado.

Diante deste cenário, a Track.co, startup referência em experiência do cliente no Brasil, divulgou o CX Trends - estudo anual para mapear o comportamento das empresas diante da jornada do cliente. O CX Trends é referência no setor e traz com detalhes as principais tendências da experiência do cliente.

Realizado anualmente pela Track.co, indica dados atuais, qualitativos e quantitativos, para guiar os profissionais e empresas que querem se preparar para as novidades e desafios do Customer Experience. Segundo o levantamento, 63,3% das empresas que participaram da pesquisa têm como foco de atuação a área de User Experience, a qual monitora, planeja e conduz a experiência do usuário diante de um produto ou serviço.

Em segundo lugar, o Product Experience corresponde a 44,6% das instituições que também atuam nessa área de forma mais incisiva.



A transformação digital revolucionou a relação entre os consumidores e as empresas.

De acordo com Tomás Duarte, CEO e cofundador da Track.co, esse é um indicio de que as corporações estão entendendo que há bons resultados quando o foco é no consumidor diante de seus produtos e serviços.

“É possível afirmar que, diante de tantas mudanças do comportamento do consumidor, as empresas entenderam que precisam acompanhar a jornada do cliente mesmo após a conclusão da compra. A redução do investimento em experiência de marca se dá pelo fato de que o cliente satisfeito já cumpre esse papel”, explica o executivo.

O futuro do setor - A pesquisa também revelou que cresceu significativamente o interesse

por profissionalização em Customer Experience, sobretudo na área de Analytics, voltada para CX e CRM, o que indica o interesse em focar todos os processos através de análise de dados. “As organizações data-driven possuem seus processos voltados para a análise de dados, ou seja, as tomadas de decisões e estratégias são desenvolvidas com base na coleta e interpretação de informações específicas fornecidas pelos próprios clientes ao longo da jornada de compra.

De acordo com análise completa do sentimento do consumidor, coletado

em pesquisas de satisfação, como o famoso NPS, é possível traçar estratégias que mudem a postura da empresa diante de uma dor do cliente. Só assim é possível usar o CX em sua total potência para alavancar qualquer negócio”, afirma o Tomás.

O indicador é animador, já que é possível enxergar profissionais do setor se atualizando. No entanto, diante do aumento na demanda de pessoas especializadas em fundamentos analíticos para atuar na área de CX nos próximos anos, possivelmente teremos um desafio para o mercado em atender esta necessidade.

De acordo com Tomás, o setor de CX vai demandar mais ainda dos departamentos operacionais, times de tecnologia e desenvolvimento de produtos.

“Não há mais espaço para ambientes digitais que não são intuitivos. As empresas precisam desenvolver aplicativos, sites e plataformas focadas na experiência do usuário. Para suprir todo esse setor que tende a crescer ainda mais, será preciso uma movimentação do mercado de trabalho que já sofre com a falta de profissionais qualificados em TI no Brasil”, finaliza o CEO. - Fonte e outras informações, acesse: (https://track.co/).

Business Intelligence: apoio a decisões em todas as áreas da operação

Oscar Fernando Daniel (*)

Com a projeção de alcançar uma movimentação de US\$ 33,3 bilhões em 2025 (de acordo com estudos da Markets and Markets), o mercado de Business Intelligence (BI) continua em expansão. A tecnologia, baseada na análise e transformação de dados, já apoia decisões estratégicas nas organizações há algumas décadas, e melhora continuamente, acompanhando a evolução nos modelos de gestão, cada vez mais inteligentes e automatizados.

Os números comprovam: a 32ª Edição da Pesquisa Anual do Uso de TI, realizada pela FGV, com 2.636 médias e grandes empresas brasileiras, mostra que projetos focados em Inteligência Analítica (Analytics), incluindo BI, BA e CRM, e ERP, estão no topo das prioridades de TI das empresas. E o uso do Business Intelligence vem se expandindo em divisões corporativas que até recentemente não eram beneficiadas por ferramentas desse tipo, como áreas de humanas (Recursos Humanos) e criação (Marketing).

Em um cenário de transformação digital, onde dados são considerados o novo petróleo, o acesso a informações gerenciais, de forma organizada e parametrizada, empodera diferentes áreas de negócios, que passam a contar com relatórios dinâmicos, previsões e diversos outros indicadores, agilizando a tomada de decisões e otimizando o desempenho de forma geral.

Engana-se quem pensa que o BI perdeu espaço para outras tecnologias de análise de dados. Ao contrário, foi incrementado com recursos de Inteligência Artificial (AI), Programação Neurolinguística (PNL) e Aprendizado de Máquina (ML), ampliando significativamente a capacidade de processamento e tratamento de dados de diferentes fontes internas (dados corporativos) ou externas (como pesquisas de mercado).

Cada vez mais conectadas, as empresas entenderam que o Business Intelligence é uma ferramenta que potencializa a gestão com análises de cenários diversos e previsões, ajudando a determinar os próximos movimentos de toda cadeia produtiva. Nesse sentido, a implementação de ferramentas de BI em sistemas de ERP veio para atender às necessidades de uma gestão integrada, ágil e transparente.

Num futuro próximo, quando graças à conectividade do 5G a maioria das empresas tiver migrado seus dados para



O Business Intelligence é uma ferramenta que potencializa a gestão com análises de cenários diversos.

múltiplas nuvens, as aplicações baseadas em web (SaaS) proverão respostas para suporte a decisões gerenciais e operacionais ainda mais assertivas e imediatas.

A democratização do BI em diferentes setores apoia o crescimento colaborativo das corporações, promovendo compartilhamento de informações, integração entre departamento e inputs. Por exemplo, dados extraídos do CRM podem ser convertidos em indicadores que apoiam as ações de marketing ou o desenvolvimento de novos produtos e/ou serviços.

Outra forma de aplicação do BI pode ser conferida às áreas de RH, tanto na gestão de talentos como em políticas de reconhecimento e premiação, favorecendo as estratégias de EX (Employee Experience - Experiência do Funcionário), com ganhos diretos em engajamento de equipes e impacto positivo na produtividade.

Não é à toa que as empresas que contam com a inteligência de negócios são mais preparadas para lidar com ambientes dinâmicos, onde as decisões precisam ocorrer de forma rápida e propositiva, para a companhia não perder espaço para a concorrência.

(*) - É gerente de Inteligência de Negócios e Controladoria da CIGAM.

Comercial E Empreendimentos Brasil S/A
CNPJ Nº 60.583.747/0001-41 - NIRE Nº 35.300.049.098
Ata da Assembleia Geral Ordinária
Realizada em: Data: 21/03/2022. Horário: 11:00 horas. Local: Sede Social na Alameda Santos nº 960 - 19º andar, Cj. 1.903, nesta Capital. Presença: Acionistas representando a totalidade do Capital Social, conforme se comprova por suas assinaturas, lançadas no Livro de Presença dos Acionistas. Com as declarações exigidas por lei, assumiu a Presidência da Mesa, na forma dos Estatutos Sociais, o Sr. André Kissajikian, Diretor Superintendente da empresa, que convidou a mim, Carlos de Gioia, para secretário. Iniciando-se os trabalhos, informou o Sr. Presidente que o Edital de Convocação 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, conforme alterada (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 as abstenções legais, o seguinte:
Deliberações: 1) - Foram aprovados, por unanimidade e sem quaisquer ressalvas, o Relatório da Diretoria, o Balanço Patrimonial e as demais Demonstrações Financeiras, referentes ao exercício social findo em 31 de dezembro de 2021, documentos esses publicados no Jornal Data Mercantil (impresso e digital) na edição do dia 04 de março de 2022, pag. 10, tendo sido dispensado o aviso aos acionistas, face ao que trata o parágrafo 4º (§ 4º) do artigo 133, da Lei 6.404/76; 2) - Foi decidido que a destinação do resultado apurado no exercício social de 2021, será transferido para a conta de Reserva de Lucros. Nada mais havendo a ser tratado, foi oclerada 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, 21 de março de 2022. André Kissajikian - Presidente da Mesa. Carlos de Gioia - Secretário. Acionistas: AA - Empreendimentos e Participações S/A, por seu procurador, Carlos de Gioia; André Kissajikian; Vanda Kissajikian Mordjikian e Suelly Kissajikian da Silveira. A presente é cópia fiel da ata lavrada em livro próprio. André Kissajikian - Presidente da Mesa. Carlos de Gioia - Secretário. JUCESP. Certifico o Registro sob o nº 172.516/22-5, em 04/04/2022. Gisela Simiema Ceschin - Secretária Geral.

Empresas & Negócios
Para veiculação de seus Balanços, Atas, Editais e Leilões neste jornal, consulte sua agência de confiança, ou ligue para
TEL: 3106-4171

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Portal de Assinaturas Certisign. Para verificar as assinaturas clique no link: https://jornalempresasenegocios.com.br/publicidade_legal/2065-DB96-BAAD-68B9 ou vá até o site https://jornalempresasenegocios.com.br/publicidade_legal/ e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 2065-DB96-BAAD-68B9



Hash do Documento

287E94C7875E5F3B7EAC397AC7557E140C7E12BE5667D119203D297E1497102A

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 03/05/2022 é(são) :

Jornal Empresas & Negócios Ltda - 008.007.358-11 em 03/05/2022 21:31 UTC-03:00

Tipo: Assinatura Eletrônica

Identificação: Autenticação de conta

Evidências

Client Timestamp Tue May 03 2022 21:31:54 GMT-0300 (Horário Padrão de Brasília)

Geolocation Latitude: -23.5032196 Longitude: -46.703058 Accuracy: 11.501

IP 189.69.119.4

Hash Evidências:

7B148A5CCB93902D4860545645389E394F35B3CC267D5070CAB1DD951768AD03



LEIA O QR CODE ABAIXO E ACESSE A PUBLICAÇÃO EM NOSSO PORTAL



https://jornalempresasenegocios.com.br/publicidade_legal/comercial-e-empresendimentos-brasil-s-a/

 **Empresas**
& **Negócios**