



Carol Olival (*)

Economia da Criatividade

#FullSailBrazilCommunity



Experiência do Responsável: A Jornada de Compra de Quem Decide, Paga e Confia

Quando falamos de marketing educacional, é comum direcionarmos esforços ao aluno — principalmente no ensino básico e médio, onde a comunicação costuma ser mais leve, criativa e voltada ao universo jovem. Mas há uma peça-chave nesse processo que muitas instituições ainda subestimam: a experiência do responsável. É ele quem assina o contrato, organiza o orçamento da família e, acima de tudo, deposita sua confiança em uma promessa educacional.

Na minha trajetória trabalhando com escolas e universidades, percebi que o sucesso de uma campanha muitas vezes depende menos de argumentos técnicos e mais de empatia. Os pais não estão apenas “comprando uma vaga”. Estão investindo no futuro de seus filhos, buscando segurança, valores alinhados e um ambiente que os ajude a crescer como cidadãos.

Segundo Pine e Gilmore (1999), consumidores não compram produtos ou serviços, mas experiências. No

caso da educação, essa experiência começa bem antes da matrícula e precisa ser pensada de ponta a ponta. Desde o primeiro contato com o site da escola, até a conversa no WhatsApp ou a visita ao campus, tudo comunica. E tudo deve gerar acolhimento, clareza e confiança.

Além disso, Kotler e Keller (2012) reforçam a importância da segmentação de públicos em estratégias de marketing. No mercado educacional, isso significa adaptar a linguagem, o tom de voz e os argumentos para o responsável, que muitas vezes é quem toma a decisão final. Não adianta usar o mesmo material institucional para todos. O responsável busca evidências de valor, retorno sobre o investimento, propostas pedagógicas claras e, principalmente, segurança emocional.

Recentemente, em uma campanha de uma escola parceira, segmentamos os conteúdos entre alunos e responsáveis. Para os pais, focamos em vídeos com depoimentos de ou-

tros pais, dados de aprovação e diferenciais pedagógicos com linguagem clara. O resultado? Aumento na taxa de conversão e mais engajamento nas reuniões de matrícula.

O que aprendi com isso é simples: quem decide precisa se sentir visto. Entender a jornada do responsável não é apenas uma estratégia de marketing, é um compromisso com relações de longo prazo. E, como tudo na educação, começa com escuta e empatia. Foi assim que construí minha trajetória, inclusive ao lado da Full Sail University — aprendendo todos os dias com quem confia a nós o bem mais precioso que existe: o futuro.

(*) - Com graduação em Arquitetura e Urbanismo, pós-graduação em Administração, MBA em Empreendedorismo e Inovação e Mestrado em Marketing Digital, Carol Olival conta com mais de 20 anos de atuação no mercado de educação. Tem foco nas áreas de vendas e marketing e experiência como empreendedora e gestora de escolas próprias. Autora de três livros sobre educação e treinamento corporativo e TEDx speaker, hoje Carol atua como Community Outreach Director da Full Sail University, provendo constantes debates sobre como o binômio criatividade e tecnologia são necessários a todos profissionais do cenário atual, e o papel da educação dentro desse contexto

Logística reversa e seu papel fundamental na sustentabilidade

Reutilização de móveis e materiais ganha protagonismo em projetos que unem impacto ambiental e transformação social.

A sustentabilidade deixou de ser apenas um diferencial competitivo e passou a ser uma exigência da sociedade e do mercado. Nesse contexto, a logística reversa, é um conjunto de ações para a coleta, transporte e destino adequado de produtos, materiais e embalagens após o uso pelo consumidor, visando seu reaproveitamento, reciclagem ou descarte seguro, em um processo que contrasta com o fluxo tradicional da logística convencional.

A sua implementação é regulamentada pela legislação brasileira, como a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS)

que orienta fabricantes e consumidores sobre a destinação correta de seus produtos após o uso e é fundamental para a sustentabilidade, o desenvolvimento econômico e a preservação ambiental, exigindo o compromisso de toda a cadeia produtiva e dos consumidores. Na prática, consiste em coletar e recuperar resíduos para encaminhá-los para reaproveitamento em novos ciclos produtivos, tornando-se uma ferramenta essencial para empresas que buscam atuar na circularidade de seus produtos. A atividade vem crescendo e alcança, agora, setores como o de materiais para pontos de venda.

À frente dessa missão está Patrício Malvezzi, CEO da Equipa Group, referência em soluções completas para mobiliários e ativação em



pontos de venda. A iniciativa promove a logística reversa do material de ponto de venda, recuperando e catalogando peças de mobiliário para serem reaproveitadas em novos ciclos.

“Acreditamos que cada material tem potencial para viver novos ciclos. A logística reversa, associada à engenharia reversa dos materiais de ponto de

venda garante o reaproveitamento de resíduos e a consequente descarbonização da cadeia. A economia circular é uma ferramenta com potencial ambiental, social e econômico.

Os móveis reaproveitados pelo projeto podem ser doados a escolas públicas, ONGs, centros culturais e cooperativas, proporcionando infraestrutura e

dignidade a espaços que, muitas vezes, não teriam recursos para esses investimentos. O processo ainda envolve comunidades em ações de acondicionamento e adaptação dos itens, promovendo capacitação profissional e geração de renda.

“O que para uma empresa pode ser um móvel obsoleto, para uma escola pode significar um novo espaço de aprendizado. Essa transformação é o que nos move. Com isso, o desafio não está apenas em descartar corretamente, mas em transformar o que seria lixo em recurso novamente útil para alguém. A logística reversa aplicada ao mobiliário é uma forma concreta de alinhar responsabilidade ambiental com impacto social positivo”, reforça o CEO da Equipa Group.

Para as empresas, os benefícios também são expressivos. A logística reversa permite a redução de custos com descarte, cumprimento de normas ambientais, fortalecimento da imagem institucional e aderência a metas de ESG (Environmental, Social and Governance). Além disso, mostra ao mercado que a organização está comprometida com práticas de economia circular e responsabilidade socioambiental.

“Não é mais possível pensar em sustentabilidade apenas como tendência. A adoção de práticas sustentáveis fortalece a reputação da marca, engaja colaboradores e gera valor para todos os envolvidos. Não é apenas uma atitude ética, mas sim de escolha estratégica”, conclui Malvezzi.

Dólar cai e abre oportunidades para brasileiros que querem empreender nos EUA

O dólar comercial fechou na última terça-feira (16) em R\$ 5,31, o menor patamar desde junho de 2024. A queda da moeda americana é vista como uma oportunidade para brasileiros que sonham em empreender nos Estados Unidos, já que reduz custos de investimento inicial, amplia o poder de compra e torna mais viável o planejamento de negócios em solo americano.

Para se ter uma ideia, em 27 de novembro de 2024, o dólar havia fechado em R\$ 5,9141, considerado o maior valor nominal da história até então. Desde aquele período, o movimento de queda tem sido gradual, mas o recuo mais recente chama a atenção por reabrir perspectivas para quem planeja investir no exterior.

Segundo especialistas, o dólar mais baixo influencia diretamente

em diferentes etapas do processo de internacionalização de negócios. A contratação de serviços e fornecedores nos EUA fica mais barata quando convertida em reais, além de facilitar viagens de prospecção, encontros com parceiros e a busca por redes de apoio.

A executiva e consultora de RH Danila Rizo Palmieri, à frente da Connect Solutions e especializada em apoiar brasileiros que desejam empreender nos Estados Unidos, ressalta que o momento é estratégico:

“Quando o dólar cai, empreendedores têm maior margem para se organizar. Isso significa poder de compra ampliado para quem vai viajar, mais competitividade para abrir empresa e até a possibilidade de contratar

serviços especializados, como consultorias, advogados e contadores nos EUA, com custo reduzido em reais. Isso favorece não só grandes empresários, mas também profissionais e famílias de cidades menores que desejam buscar oportunidades fora do Brasil”, destaca Palmieri.

Segundo ela, a tendência do câmbio ainda é incerta, mas o atual cenário já tem estimulado empresários a antecipar planos e colocar em prática projetos de expansão internacional.

“O dólar em queda, aliado ao ambiente de negócios atrativo dos Estados Unidos, pode acelerar a entrada de novos empreendedores brasileiros em um dos mercados mais competitivos e promissores do mundo”, finalizou.

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL
33º Subdistrito - Alto da Mooca
ILZETE VERDERAMO MARQUES - Oficial

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

O pretendente: **DAVID DE SOUZA CAMPOS**, estado civil solteiro, filho de Alexandre de Oliveira Campos e de Aline Cristina de Souza Campos, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **AGATHA MELO DE MORAIS**, estado civil solteira, filha de Sidnei Olinco de Moraes e de Flavia Melo de Moraes, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **DENISSON MELO DA HORA**, estado civil solteiro, filho de José Olegário Pereira da Hora e de Lidia de Melo, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **TAMIRES SOUZA VASCONCELOS**, estado civil solteira, filha de Eivaldo Pereira de Vasconcelos e de Josefa Pereira de Souza, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - 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

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/EBA2-7E22-26D0-C780> ou vá até o site <https://assinaturas.certisign.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: EBA2-7E22-26D0-C780



Hash do Documento

990EB0BEE96A12038E9BEC3CD022AB9E25299BD8311A3E6783439668D87D6884

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 18/09/2025 é(são) :

Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 18/09/2025 19:19 UTC-03:00

Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

