

## Visão Corporativa

Neiva Mendes (\*)



## Experiência do Cliente não é detalhe, é estratégia de negócio

Fundar uma empresa aos 56 anos parecia improvável para muitos

Depois de quase 40 anos de trabalho, muitos me aconselharam a desacelerar e 'não arrumar sarna para me coçar', como dizia meu pai. Mas, no fundo, eu sabia que, após tantas experiências em empresas de tecnologia, BPOs, indústria alimentícia, bancos, nada seria mais justo do que reunir todo esse aprendizado e colocá-lo em prática, transformando em negócio a convicção de que a experiência não pode ser apenas um detalhe.

Hoje, aos 64 anos, eu presido o conselho da empresa que fundei e que hoje conta com mais de 100 pessoas (76% delas são mulheres). Temos orgulho de sermos especialistas em INTELIGÊNCIA EM CX, gente usando tecnologia de ponta para resolver problemas de gente.

Essa trajetória vem da combinação de duas forças: maturidade e propósito. A maturidade traz a coragem de arriscar sem medo de julgamentos e o propósito oferece o direcionamento, o caminho. Em meio a tantas opções de produtos e serviços, o que diferencia as empresas não é apenas a tecnologia ou o preço, mas a capacidade legítima de ouvir, cuidar, resolver e criar experiências que toquem pessoas de forma verdadeira.

O protagonismo do cliente não pode ficar preso em apresentações bonitas nas reuniões semanais. Ele precisa estar no dia a dia, no atendimento, nas métricas, nos sistemas e, principalmente, na cultura da empresa. Essa filosofia exige escuta ativa, compreensão das dores, antecipação das necessidades e a criação de jornadas que realmente façam sentido. Inteligência em CX não é só análise de dados, estamos falando de transformação de insights

em ações assertivas! O que afasta clientes é a falta de resposta, de atenção e de cuidado.

A liderança feminina também é parte fundamental dessa história. Quando 76% da equipe é composta por mulheres, fica evidente como essas perspectivas enriquecem soluções e humanizam processos. Empatia e colaboração tornam-se pilares de um jeito de trabalhar que aproxima empresas de seus clientes e gera impacto social. Liderar, para mim, é abrir caminhos para que outras mulheres também acreditem em seu potencial de transformar negócios e vidas.

Nesta coluna, convido você a refletir comigo sobre como cuidar do cliente e do consumidor em meio a tantas possibilidades no mercado. Vamos falar sobre práticas de gestão, sobre medir o que realmente importa e sobre como tecnologia e inteligência artificial podem ampliar, e não substituir, a sensibilidade humana. Vamos discutir os erros que destroem o carinho pela marca, os acertos que ajudam a fidelizar clientes e exemplos que fortalecem a experiência.

Mais do que um espaço de teoria, esta coluna será um convite à ação. Porque a experiência do cliente é feita de encontros: da empresa com o consumidor, do líder com a equipe, da visão com a prática. E é desse encontro que nascem empresas mais humanas, sensíveis, que respeitam valores que transcendem o tempo e os modismos tecnológicos.

Afinal, no fim do dia, o que move os negócios são as pessoas, e como diz Simon Sinek, antropólogo, autor e orador britânico: *“Se você não entende de gente, não entende de negócios”*.

**Neiva Dourado Martins Mendes** é atual presidente do Conselho e sócia-fundadora da BlueSix Tecnologia.

## Aprender com os acertos: o caminho mais curto para inovar

Qual a primeira coisa que vem na sua mente quando pensa em aprender com a concorrência? Para a maioria, a resposta envolve evitar os mesmos buracos em que outras empresas caíram

Elis Rosa (\*)

Mas, e se mudarmos a perspectiva? E se o foco estiver em aprender com os acertos? Inspirar-se em boas práticas que deram resultado pode ser uma das formas mais poderosas de acelerar inovação, gerar impacto e reduzir riscos.

Durante anos, consolidou-se a premissa de “errar e corrigir rápido”. Em uma comparação, é como se fosse um treinador que prepara seus atletas, unicamente, assistindo a vídeos de times que perderam, focando em cada passe errado, em cada defesa falha e em cada decisão equivocada. No mundo dos negócios, essa mentalidade é muito presente, com empresas obcecadas em aprender com os erros dos outros, como se evitar desastres fosse o único caminho para a excelência.

Porém, em um estudo publicado na revista científica MDPI que analisou fatores críticos para o crescimento de startups, foi identificado que os principais pontos determinantes de sucesso não estavam apenas em corrigir falhas, mas em aspectos positivos como: as ideias (considerada a variável mais importante para prever o sucesso de uma startup); liderança do CEO (reforçando a capacidade de execução, visão estratégica e decisões do líder como cruciais para o sucesso) e modelo de negócios (no qual a forma como a empresa gera receita e valor é o terceiro fator mais relevante).



Um ponto determinante para o sucesso passa pela liderança do CEO (reforçando a capacidade de execução, visão estratégica e decisões do líder como cruciais para o sucesso).

E por que isso importa? Porque acertos encurtam caminhos. Ao se inspirar em boas práticas de outras organizações, é possível economizar tempo e recursos no planejamento estratégico, direcionando os times a inovarem a partir de táticas já testadas, adaptadas à realidade e aos objetivos da empresa.

Além de reduzir riscos que podem comprometer operações, esse movimento gera eficiência comprovada: outro estudo da McKinsey mostra que duas em cada três organizações redesenharam seus modelos operacionais nos últimos dois anos, conquistando ganhos entre 10% e 30% em eficiência, desempenho, satisfação de clientes e engajamento de colaboradores.

A confiança e a reputação são consequências diretas desse processo. Segundo o Edelman Trust Barometer 2024, 71% dos clientes compram de empresas em que confiam, 69% recomendam essas marcas e 42% chegam a defendê-las publicamente

em momentos de crise. Ou seja, aprender com os acertos e transformá-los em cultura e prática fortalece também a relação com consumidores.

No ambiente interno, os efeitos são igualmente relevantes. O Great Place to Work 2023 mostra que empresas reconhecidas em rankings de gestão de pessoas apresentam 50% menos turnover, recebem três vezes mais candidatos por vaga e têm até seis vezes mais engajamento. Reconhecimentos não são apenas marketing: são ativos estratégicos para atrair, reter talentos e construir times de alta performance.

É importante destacar que aprender com os acertos não significa copiar. O valor está em adaptar, aproveitando boas práticas de forma crítica. Cada empresa tem cultura, contexto e objetivos próprios. A inspiração precisa ser crítica, traduzindo boas práticas em ações alinhadas ao seu negócio. É um benchmark inteligente, como um ecossistema onde

organizações crescem juntas, sofisticando o mercado e ampliando a inovação.

Quem inspira, vira referência. Precisamos dessa maior maturidade na forma de enxergar as operações, e o quanto cada um de nós pode contribuir para o crescimento de outras empresas, melhorando toda a economia e inovação nacional.

Mas, para transformar discurso em prática, é preciso método: criar comitês internos de análise, mapear dores e oportunidades, traduzir práticas externas para a realidade local e filtrar o que realmente faz sentido adotar. Nesse processo, a inteligência artificial surge como aliada para análises preditivas, ajudando a evitar investimentos em iniciativas que não trarão os resultados esperados.

Lembre-se, não é porque uma boa ideia deu certo em outra organização, que trará os mesmos resultados para a sua. Não precisamos mais focar nos erros dos outros para agir melhor. Podemos, ao invés disso, nos basear no que alavancou os resultados de outros negócios, em seus acertos, para que as outras empresas também possam acertar. Afinal, o sucesso não é a ausência de fracasso, mas a presença de boas decisões que aprendam com os erros e busquem caminhos melhores.

Acertos criam atalhos, reduzem riscos e constroem legados. E, quando compartilhados, fortalecem todo o ecossistema de negócios.

(\*) Gestora do Prêmio Inovativos.

## Da vitrine à timeline: como o marketing é o grande aliado das floriculturas?

Clóvis Souza (\*)

O mercado global de flores deve movimentar US\$ 60,38 bilhões até o final de 2025 e alcançar US\$ 104,6 bilhões até 2033, segundo a consultoria Business Research, em um crescimento médio anual de 6,3%. No Brasil, com solos férteis e uma produção em expansão, o cenário acompanha a tendência. Mais do que presentes, as flores representam afeto, celebração e cuidado, elementos que tornam o setor altamente dependente de estratégias de marketing capazes de explorar sua força visual e conectar consumidores a datas especiais ao longo de todo o ano.

Entender o perfil do cliente é o primeiro passo para qualquer floricultura que deseja se destacar em um mercado competitivo. Saber quais ocasiões mais motivam a compra, como Dia das Mães, Dia dos Namorados e aniversários, permite direcionar campanhas com maior precisão. Além disso, compreender preferências estéticas, desde buquês clássicos até arranjos mais modernos, ajuda a construir ofertas personalizadas que aumentam as chances de fidelização. Além disso, construir uma identidade de marca consistente também é essencial. Mais do que logotipo ou uma paleta de cores, trata-se de transmitir uma mensagem clara e emocional: não são apenas produtos, mas símbolos de

afeto e celebração. Uma marca forte facilita a lembrança do consumidor e fortalece o vínculo emocional, fator decisivo na hora da escolha entre diversas opções disponíveis no mercado.

No ambiente digital, o SEO e o marketing de conteúdo funcionam como grandes aliados. Estar bem posicionado em buscas como “entrega de flores no mesmo dia” ou “arranjos para casamento” amplia o alcance e garante visibilidade para clientes em potencial. Outro ponto importante é sempre criar conteúdos relevantes, como dicas de cuidados com arranjos, tendências de decoração ou significados de determinadas espécies, tudo isso gera valor e autoridade para a marca.

As redes sociais desempenham um papel central, já que as flores são altamente visuais e compartilháveis. Investir em fotografias bem produzidas, vídeos curtos mostrando os bastidores da montagem de arranjos e até enquetes interativas fortalece o engajamento. Promoções exclusivas ou concursos em datas sazonais também ajudam a ampliar o alcance e estimular a participação dos seguidores.

O e-mail marketing segmentado continua sendo uma das estratégias mais eficazes para

fortalecer o relacionamento entre floriculturas e seus clientes. Campanhas personalizadas, baseadas no histórico de compras e nas preferências de cada consumidor, permitem oferecer arranjos sob medida para diferentes ocasiões, aumentando a taxa de conversão e a fidelização. Paralelamente, parcerias estratégicas com negócios locais, como cafés, restaurantes e empresas de eventos ampliam significativamente o alcance da marca, ao mesmo tempo em que criam experiências integradas de consumo. Essa combinação entre comunicação direta e alianças comerciais gera novas oportunidades de venda e consolida a floricultura como parte ativa da vida social e cultural da comunidade.

Combinando identidade de marca sólida, estratégias digitais consistentes e ações que reforcem a conexão com a comunidade, as floriculturas têm a oportunidade de ir além do simples aumento nas vendas. Trata-se de construir um branding duradouro, capaz de gerar lembrança, engajamento e fidelidade. Em um mercado cada vez mais competitivo, aquelas que souberem integrar presença online, criatividade e proximidade com o cliente não apenas garantirão crescimento, mas também se consolidarão como referência.

(\*) CEO da Juliana Flores, o maior e-commerce de flores do país, com 65% de marketshare - E-mail: [giulianaflores@nypress.com.br](mailto:giulianaflores@nypress.com.br)

## Têxtil Canatiba Ltda.

CNPJ/MF nº 56.723.091/0001-48 - NIRE 35200895331

## Editais de Convocação Reunião de Sócios

Ficam os senhores sócios da Têxtil Canatiba Ltda. (“Sociedade”) convocados a se reunirem em Reunião de Sócios a ser realizada no dia 16.10.2025, às 15:30, no formato **semipresencial**, por vídeo conferência em link a ser disponibilizado aos sócios posteriormente, e no endereço da sede da Sociedade, localizada no Município de Santa Bárbara d’Oeste, Estado de São Paulo, na Avenida Interdistrital Comendador Emílio Romi, nº 350, Cidade Industrial, CEP 13456-901, para: (i) discussão e deliberação sobre o conteúdo e conclusões constantes do relatório apresentado pelos assessores da Sociedade com relação a sua atual situação e saúde financeira, e das sociedades integrantes de seu grupo econômico; (ii) votação sobre as providências a serem adotadas pela Sociedade objetivando sua recuperação econômico-financeira, diante do resultado constante do relatório apresentado; (iii) análise e deliberação de proposta de alteração das regras de administração da Sociedade; e (iv) apresentação, análise de solicitação e deliberação sobre forma de disponibilização, para o sócio requerente, de informações classificadas pelos administradores como de conteúdo estratégico da Sociedade. **Romeu Antônio Covolan** - Sócio Administrador.

Editais de Intimação prazo de 20 dias. Processo Nº 0047059-38/2024.8.26.0100 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 18ª VC, do Foro Central Cível, Estado de SP, Dr(a) Lucia Helena Bocchi Fabicher, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) **Sônia Tieme Otara Ito**, 011.805.878-17 que por este Juízo, tramita de uma ação de Cumprimento de sentença, movida por **Momentum Empreendimentos Imobiliários Ltda.** Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, nos termos do artigo 513, §2º, IV do CPC, foi determinada a sua intimação por edital, para que, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, pague a quantia de R\$ 65.847,51 (sessenta e cinco mil, oitocentos e quarenta e sete reais e cinquenta e um centavos), devidamente atualizada, sob pena de multa de 10% sobre o valor do débito e honorários advocatícios de 10% (artigo 523 e parágrafos, do Código de Processo Civil). Fica cliente, ainda, que nos termos do artigo 525 do Código de Processo Civil, transcrito o período acima indicado sem o pagamento voluntário, inicia-se o prazo de 15 (quinze) dias úteis para que o executado, independentemente de penhora ou nova intimação, apresente, nos próprios autos, sua impugnação. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. Dado e passado nesta cidade de São Paulo, aos 07 de novembro de 2024.

Editais de Intimação prazo de 20 dias. Processo Nº 0006643-88/2025.8.26.0004 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 1ª VC, do Foro Regional IV - Lapa, Estado de SP, Dr(a) Lucia Helena Bocchi Fabicher, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) **Espólio de Orlando Pupo Ferreira**, Brasileiro, Casado, RG 3.029.803, CPF 394.299.978-15 que por este Juízo, tramita de uma ação de Cumprimento de sentença, movida por **Momentum Empreendimentos Imobiliários Ltda.** Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, nos termos do artigo 513, §2º, IV do CPC, foi determinada a sua intimação por Edital, para que, no prazo de 15 dias úteis, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, pague a quantia de R\$ 114.468,06, devidamente atualizada, sob pena de multa de 10% sobre o valor do débito e honorários advocatícios de 10% (artigo 523 e parágrafos, do Código de Processo Civil). Fica cliente, ainda, que nos termos do artigo 525 do Código de Processo Civil, transcrito o período acima indicado sem o pagamento voluntário, inicia-se o prazo de 15 (quinze) dias úteis para que o executado, independentemente de penhora ou nova intimação, apresente, nos próprios autos, sua impugnação. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. NADA MAIS. Dado e passado nesta cidade de São Paulo, aos 12 de setembro de 2025.

Editais de Citação prazo de 30 dias. Processo Nº 1000140-67/2022.8.26.0609 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 2ª VC, do Foro de Taboão da Serra, Estado de SP, Dr(a) Rafael Rauch, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) **Ewerton Messias Rocha**, Brasileiro, Casado, Médico, RG 6.006.688, CPF 61986850859, com endereço à Alfredo Barick, 137, Cajuru, CEP 82880-150, Curitiba/PR, que lhe foi proposta uma ação de Procedimento Comum Cível por parte de **Momentum Empreendimentos Imobiliários Ltda.** alegando em síntese: O Réu adquiriu o lote 19 da quadra FO do loteamento Terras de Santa Cristina - Gleba V, obrigando-se ao pagamento da taxa de conservação do empreendimento. É o que estabelece o item "12" do Regulamento do Loteamento que integra a Escritura de Venda e Compra por ele subscrita (docs. 01 a 05). Ocorre que o Réu se encontra inadimplente com suas obrigações contratuais, pois deixou de efetuar o pagamento das taxas de conservação relacionadas. Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua Citação, por Edital, para os atos e termos da ação proposta e para que, no prazo de 15 dias, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, apresente resposta. Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. Dado e passado nesta cidade de Taboão da Serra, aos 02/09/2025.

Editais de Intimação prazo de 20 dias. Processo Nº 0001910-59/2000.8.26.0003 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 4ª VC, do Foro Regional III - Jabaquara, Estado de SP, Dr(a). Samina de Castro Lorena, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) herdeiro **Pedro Tadeu Pinto Cajado de Oliveira**, Brasileiro, Solteiro, Estoqueiro, RG 40811953-6, CPF 386.952.968-73, que por este Juízo, tramita de uma ação de Procedimento Sumário - Ação de Cobrança contra Celso Cajado de Oliveira (CPF 014.280.228-05), movida por **Momentum Empreendimentos Imobiliários Ltda.** Encontrando-se o herdeiro em lugar incerto e não sabido, nos termos do artigo 513, §2º, IV do CPC, foi determinada a sua intimação por Edital, para que, no prazo de 15 dias úteis, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, pague a quantia de R\$ 101.826,70 (fls. 447-453), devidamente atualizada, sob pena de multa de 10% sobre o valor do débito e honorários advocatícios de 10% (artigo 523 e parágrafos, do Código de Processo Civil). Fica cliente, ainda, que nos termos do artigo 525 do Código de Processo Civil, transcrito o período acima indicado sem o pagamento voluntário, inicia-se o prazo de 15 (quinze) dias úteis para que o executado, independentemente de penhora ou nova intimação, apresente, nos próprios autos, sua impugnação. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. NADA MAIS. Dado e passado nesta cidade de São Paulo, aos 06 de setembro de 2025.

## 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/48A9-7672-A781-B515> 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: 48A9-7672-A781-B515



### Hash do Documento

95E9FB42F1B199E0917FDFB4E57C361BAD1FE3141A77B09F4C3329265DD34233

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 07/10/2025 é(são) :

Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 07/10/2025 19:42 UTC-03:00

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

