

# Cinco aprendizados para facilitar a rotina dos pequenos negócios

Alta dos juros, crédito restrito e inadimplência recorde pressionaram empresas; confederação aponta lições práticas para quem empreende em escala menor

O ano de 2025 foi marcado por um ambiente desafiador para os pequenos negócios no Brasil. Em maio, o país registrou 6,7 milhões de micro e pequenas empresas inadimplentes, segundo levantamento da Serasa Experian, o número representa uma alta de 5,2% em relação ao mesmo período de 2024. Juros elevados e maior dificuldade de acesso ao crédito estiveram entre os principais fatores de pressão sobre os empreendedores.

Nesse cenário, a capacidade de adaptação, o controle financeiro e a relação com clientes se tornaram pontos decisivos para a sobrevivência das empresas. Para Fábio Saraiva, advogado e presidente da CONAJE (Confederação Nacional de Jovens Empresários), 2025 evidenciou um padrão claro.

“O ano mostrou que não foi o empreendedor mais experiente que se saiu melhor, mas aquele que conseguiu corrigir rotas mais rapidamente. Negócios com disciplina financeira, controle do caixa e flexibilidade para ajustar estratégias tiveram mais condições de atravessar o período”, afirma.

Com base na observação do comportamento dos pe-



quenos negócios ao longo do ano, a CONAJE reuniu cinco aprendizados recorrentes que podem facilitar a rotina de quem empreende.

## 1. Não existe crescimento sem caixa

Em um contexto de crédito caro e prazos mais longos de recebimento, a falta de controle do caixa se mostrou um dos principais fatores de risco. Segundo a entidade, empresas que monitoraram entradas e saídas de forma constante conseguiram manter a operação mesmo com queda no consumo.

## 2. Relacionamento com cliente é o diferencial

Cada vez mais o mercado mostra que o produto por si só não garante a

rentabilidade do negócio. A empresa não vence a concorrência pela venda e sim pelo que faz após a negociação. Quem cuida do cliente está um passo à frente dos que priorizam apenas a mercadoria. Os consumidores passaram a valorizar a rapidez, resposta, pós-venda, acolhimento e resolução de problemas.

## 3. Adaptar-se rapidamente virou condição de sobrevivência

Mudanças econômicas, tecnológicas e no padrão de consumo exigiram ajustes constantes. Para a CONAJE, negócios que demoraram a reconhecer falhas ou insistiram em modelos engessados enfrentaram mais dificuldades ao longo do ano.

## 4. Decisão rápida reduz prejuízos

Revisar metas com frequência, testar em menor escala antes de grandes investimentos e abandonar rapidamente estratégias que não funcionam foram práticas observadas entre empresas que conseguiram manter estabilidade. “Decisão eficiente não é a perfeita, é a que chega a tempo”, resume Saraiva.

## 5. Redes empreendedoras ganharam papel estratégico

A troca de experiências entre empreendedores se consolidou como ferramenta prática de gestão. Grupos, conselhos, núcleos jovens, mentorias coletivas e encontros setoriais cresceram em 2025 por oferecerem soluções aplicáveis e apoio em momentos de instabilidade.

Para a CONAJE, os desafios do último ano deixaram aprendizados objetivos. “Grande parte dos erros observados em 2025 é evitável. Iniciar o ano com controle diário do caixa, reduzir dependência de empréstimos e ajustar estoques de forma mais eficiente são medidas simples que ajudam a atravessar períodos difíceis”, conclui Saraiva.

# Autenticação do comprador: garantindo segurança nas vendas digitais

Alex Tabor (\*)

*O avanço acelerado do comércio eletrônico trouxe oportunidades enormes para o varejo, mas também ampliou a complexidade de um desafio que atinge todos os lojistas digitais: garantir que o comprador é realmente o titular do cartão utilizado*

Em um ambiente em que cada transação pode virar um risco financeiro, a autenticação da legitimidade do cliente se tornou um dos pilares estratégicos para qualquer operação digital. Isso porque, quando uma compra é feita com cartão de crédito, existe sempre a dúvida sobre quem está digitando os dados. Se a pessoa não for o real portador do cartão, pode contestar a transação, junto ao banco emissor e gerar um prejuízo direto para o lojista. O varejo, que muitas vezes opera com margens estreitas, não pode se dar ao luxo de arcar com esse tipo de perda.

Tradicionalmente, as lojas recorreram às soluções de antifraude, que avaliam múltiplos sinais durante o checkout. Essas ferramentas analisam CPF, dados do cartão, e-mail, endereço, histórico de comportamento, uso do device e centenas de variáveis que, combinadas, geram um score de risco.

Se o sistema enxerga inconsistências, a transação é recusada. No entanto, esse processo não é perfeito. Clientes legítimos também são barrados, principalmente quando algo foge do padrão, como acontece quando o banco emite um cartão novo, ou quando o comprador troca de celular ou endereço. Para o e-commerce, a perda silenciosa de receita causada por falsos negativos vem acompanhada de um impacto direto na experiência do cliente: quando um comprador legítimo tem sua compra recusada, a marca também perde credibilidade.

É aí que tecnologias de autenticação começam a ganhar protagonismo. O protocolo 3D Secure (3DS), por exemplo, permite que o próprio banco emissor valide o comprador. O cliente é direcionado ao app do banco, recebe um push ou SMS e confirma a transação. Essa etapa adicional cria uma prova inequívoca de que é o titular quem está realizando a compra, protegendo a loja de futuros chargebacks.

No entanto, mesmo com as evoluções para a versão 2.0, cada banco implementa o “desafio” de uma forma, o que afeta diretamente a experiência. Alguns fluxos são mais rápidos e intuitivos, levando poucos segundos para autenticar o usuário. Outros ainda são confusos e pouco adaptados ao mobile, o que pode gerar fricção e abandono de carrinho.

A boa notícia é que a versão 2.0, permite uma autenticação silenciosa, sem fricção

com o consumidor. Nesse modelo, a loja envia mais dados ao banco, que pode aprovar automaticamente parte das compras sem interrupção e solicitação do desafio, preservando a experiência e, ao mesmo tempo, aumentando a segurança.

A grande vantagem dessa autenticação, é o chamado liability shift. Quando a transação é autenticada pelo banco, a responsabilidade por um eventual chargeback por fraude deixa de ser do lojista e passa a ser do banco emissor. Isso diminui o risco operacional e melhora a previsibilidade financeira, dois elementos essenciais para negócios em crescimento.

Outra tendência que vem se consolidando no mercado é o uso de biometria facial como camada complementar de validação da identidade. Soluções como o IDPay, da Unico, aproveitam o banco de dados criado durante aberturas de contas em bancos digitais e grandes varejistas para criar uma rede de identidade digital.

Quando o cliente inicia uma compra, utilizando esse recurso, o sistema pode confirmar se o rosto capturado pelo celular corresponde ao CPF utilizado para a compra e se este mesmo rosto é o titular do cartão utilizado na transação.

Esse processo acontece em segundos e costuma ser mais amigável do que os fluxos de desafio de autenticação por 3DS de alguns emissores, especialmente em bancos que ainda não têm sistemas bem adaptados ao ambiente mobile. Além de aumentar a precisão da validação, essa abordagem permite que o lojista aprove transações que o antifraude tradicional rejeitaria. E, em casos de contestação futura, a biometria fornece uma evidência poderosa de que foi o próprio titular quem concluiu a compra.

Para empresas que desejam escalar com segurança, o caminho mais eficaz é combinar e orquestrar diferentes ferramentas, antifraude, 3DS e validação por biometria. Na Tuna, temos casos em que a implementação de novas ferramentas aumentou a aprovação em mais de 20% ao reduzir rejeições indevidas.

Esse ecossistema integrado reduz riscos, aumenta as taxas de aprovação e protege a experiência do cliente. Em um mercado competitivo e de margens apertadas, a autenticidade do comprador deixa de ser apenas uma medida de segurança: ela se torna uma estratégia essencial para impulsionar a conversão, garantir sustentabilidade operacional e construir confiança em cada etapa da jornada digital.

(\*) CEO da Tuna Pagamentos, fintech especializada em orquestração de pagamentos para e-commerces e marketplaces, oferecendo uma plataforma SaaS que centraliza provedores de pagamento e antifraude em um único sistema flexível e inteligente. E-mail: tuna@nbpress.com.br

# Brasil tem milhões de animais domésticos abandonados

O mês de dezembro é dedicado à campanha de conscientização Dezembro Verde, para lembrar da importância do cuidado responsável com animais domésticos. A data não é aleatória, pois o período de festas é considerado o de maior incidência de abandonos, além de ser de maior risco para fugas, em razão de maior tempo longe dos humanos de referência e com mais fatores de estresse, como a soltura de fogos.

A campanha reforça a necessidade de medidas paliativas para o desconforto e a segurança dos animais. A estimativa, estável desde o começo da década, é de 30 milhões de cães, gatos e outras espécies domésticas abandonados.

“Há constantes progressos na relação estabelecida entre pessoas e pets, com interações cada vez mais próximas, intensas e emocionais. Termos como ‘posse’ e ‘proprietário’ já não são mais apropriados.

Ser responsável por um animal de estimação e conviver com ele exige que se ofereça todas as suas necessidades, tanto físicas quanto emocionais”, explica a presidente da Comissão Técnica de Bem-Estar Animal do Conselho Regional de Medicina Veterinária do Estado de São Paulo (CRMV-SP), Daniela Ramos. O conselho destaca a importância da orientação de tutores e de serviços em busca de melhores condições para o bem-estar animal. Uma das questões fundamentais é a conscientização da necessidade de planejamento e adequação de rotinas.

É comum os animais domésticos viverem mais de 10 anos, e seu cuidado em períodos excepcionais, como



as férias, é importante para seu desenvolvimento e conforto. Além das necessidades fisiológicas, o bem estar emocional, como a sensação de ausência de cuidadores, também é destacado pelo conselho. Uma solução, aponta, é acostumar os animais com outras pessoas ou lugares de referência, para que a ausência dos tutores seja menos sentida.

"Muitos casos de abandono poderiam ser evitados se, antes da adoção, as pessoas refletissem sobre questões práticas como o que fazer com o animal em caso de mudança? Quem cuidará dele durante uma viagem?", destaca Daniela Ramos. “Aproveite momentos em que você tem mais tempo em casa, como as férias, para refletir sobre a adoção. Nenhum animal chega pronto para a convivência conosco. É preciso ensiná-lo e guiá-lo para uma vida em harmonia com a família. O responsável e todos os membros da casa têm papel fundamental nesse processo”, complementa a profissional (ABr).

Empresas & Negócios

netjen@netjen.com.br

Para veiculação de seus Balanços, Atas, Editais e Leilões neste jornal, consulte sua agência de confiança, ou ligue para

TEL: 3106-4171