

NOVAS REGRAS INTERNACIONAIS

## CLIMA VIRA RISCO FINANCEIRO

▶▶▶ [Leia na página 8](#)



### Negócios

## Cinco dicas de como transformar redes sociais em ambientes de consumo

Conteúdo, recomendação, pagamento e recompra passam a acontecer dentro das plataformas, mudando a lógica de crescimento de marcas digitais em 2026

As redes sociais atravessaram um ponto de ruptura no varejo digital. Em 2026, plataformas que antes funcionavam apenas como canais de divulgação passaram a concentrar toda a jornada de consumo, da descoberta à conversão. Segundo o DataReportal 2026, o Brasil reúne cerca de 150 milhões de usuários ativos em redes sociais, um contingente que já consome informação, entretenimento e, cada vez mais, produtos sem sair dessas plataformas.

Esse movimento explica por que o social commerce cresce em ritmo superior ao do e-commerce tradicional. Estudo da Accenture aponta que compras mediadas por redes sociais avançam até três vezes mais rápido do que lojas virtuais convencionais, impulsionadas pela integração entre conteúdo, influência e pagamento direto. A redução de etapas na jornada tem impacto direto na taxa de conversão.

Para a empresária Sabrina Nunes, fundadora da Francisca Joias, e especialista em vendas na internet, o erro mais comum das marcas é continuar tratando redes sociais como vitrines. "As plataformas deixaram de ser apoio de marketing. Elas viraram o próprio ambiente de consumo. Quem ainda usa rede social só para aparecer está desperdiçando potencial de venda", afirma.

A mudança é visível em plataformas como TikTok, Instagram e WhatsApp, que concentram vídeo, busca, recomendação social e compras no mesmo fluxo. No TikTok, por exemplo, o conteúdo não tem vida curta: vídeos continuam sendo distribuídos ao longo do tempo, funcionando como mecanismo de descoberta e venda contínua. "O algoritmo prioriza quem consegue entregar, atender e sustentar demanda. Não é só sobre viralizar", diz Sabrina.

O impacto vai além da comunicação. A lógica de distribuição passou a considerar fatores operacionais, como disponibilidade de produto,



Sabrina Nunes

“O algoritmo prioriza quem consegue entregar, atender e sustentar demanda. Não é só sobre viralizar

logística e experiência do cliente. Plataformas tendem a favorecer marcas que oferecem previsibilidade de entrega e capacidade de escalar. "A rede social virou infraestrutura. Se a operação falha, o alcance cai", afirma a empresária.

Outro vetor central é a mudança no comportamento do consumidor. Levantamento da NielsenIQ mostra que mais de 70% das decisões de compra no social commerce são influenciadas por vídeos de recomendação e creators, percentual superior ao de anúncios tradicionais. A confiança deixa de estar apenas na marca e passa a ser compartilhada com comunidades, afiliados e produtores de conteúdo.

Nesse contexto, a construção de comunidade se consolida como ativo estratégico. Marcas que criam narrativas, causas e experiências tendem a gerar maior recorrência e ticket médio. "As pessoas compram pertencimento, não só produto. Quando isso acontece dentro da rede social, a recompra se torna natural", afirma Sabrina.

A integração entre físico e digital também ganha relevância. Lojas, eventos e experiências presenciais passam a alimentar o conteúdo online, enquanto as redes sustentam escala e conversão. "O físico virou mídia. Ele gera história, prova social e conteúdo que circula no digital", diz.

Para 2026, a avaliação é que redes sociais deixam definitivamente de ser meio e passam a ser o próprio ambiente onde o consumo acontece. "Quem entende isso constrói vantagem competitiva. Quem insiste em tratar rede como vitrine vai competir com custo maior e menos controle", afirma a empresária.

### Cinco caminhos para transformar redes sociais em ambientes de consumo

- Integrar conteúdo, descoberta e compra no mesmo fluxo**  
Eliminar etapas externas aumenta a conversão. Quanto menos cliques entre interesse e pagamento, maior a eficiência da venda.
- Construir confiança por meio de comunidade e recomendação**  
Creators, afiliados e clientes reais funcionam como extensões da marca. A prova social passa a ser o principal gatilho de decisão.
- Operar com previsibilidade de oferta e entrega**  
Algoritmos priorizam marcas que sustentam demanda. Estoque, logística e atendimento influenciam diretamente no alcance e distribuição.
- Usar dados e automação para estimular recompra**  
CRM, WhatsApp e inteligência artificial permitem ativar a base existente, aumentando ticket médio e recorrência sem depender apenas de mídia paga.
- Tratar a rede como infraestrutura de negócio**  
Lives, afiliados, pagamento, atendimento e tráfego coexistem no mesmo ecossistema. "Quem trata rede social como infraestrutura constrói margem e previsibilidade", afirma Sabrina.

### Como pequenos investidores podem surfar o boom do agro brasileiro, e por onde começar

Setor que já movimenta trilhões cria portas de entrada acessíveis para quem quer diversificar investimentos com tecnologia e impacto. ▶▶▶

### Emissor Nacional de Notas Fiscais exige atenção das empresas

Portal Único promete simplificar a emissão de notas fiscais no Brasil, mas demanda adaptação tecnológica e estratégica dos negócios. ▶▶▶

### Planejar ao invés de financiar

Com o aumento do custo de vida e a busca por formas mais conscientes de realizar projetos pessoais, um modelo de crédito ainda pouco explorado pelo grande público começa a ganhar destaque no planejamento financeiro das famílias: o consórcio de serviços. ▶▶▶

### Pare de procurar o "novo profissional de marketing"

Todo início de ano vem com o mesmo impulso: listas, previsões, resoluções e uma vontade quase automática de entender o que é preciso aprender, corrigir ou se tornar nos próximos meses. No marketing, esse movimento costuma cair na mesma pergunta: afinal, quem é o novo profissional da área? Talvez o problema não seja a pergunta, mas a pressa em respondê-la. Quanto mais o mercado fica complexo, maior é a busca por modelos, como perfis ideais, competências obrigatórias e mapas do que temos ou não que aprender. ▶▶▶

Para informações sobre o

**MERCADO FINANCEIRO**

faça a leitura do QR Code com seu celular



### Negócios em Pauta

Reprodução: UFPI

#### Manual de Libras para Ciências: A Célula e o Corpo Humano



Reprodução da capa do material disponível na internet

### Manual de libras para ciências: a célula e o corpo humano

O manual é de extrema importância não só para os surdos, mas também para os profissionais da educação, como os professores, os intérpretes e os instrutores de libras. Vale lembrar que este manual também vai privilegiar outras áreas do conhecimento, tais como Medicina, Enfermagem, Psicologia, etc. Áreas que também encontram carência de material sobre o assunto e que têm histórico de dificuldade em realizar atendimento à pessoa com surdez. Baixe gratuitamente no link ([https://www.ufpi.br/arquivos\\_download/arquivos/EBOOK\\_-\\_MANUAL\\_DE\\_LIBRAS\\_PARA\\_CIENCIA\\_-\\_A\\_C%3%ABLULA\\_E\\_O\\_CORPO\\_HUMANO20200727155142.pdf](https://www.ufpi.br/arquivos_download/arquivos/EBOOK_-_MANUAL_DE_LIBRAS_PARA_CIENCIA_-_A_C%3%ABLULA_E_O_CORPO_HUMANO20200727155142.pdf)) ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

### News@TI

Dus Hamanaka Mandell



### Multiverso Experience investe R\$ 12 milhões na nova sede fixa em São Paulo

@ A Multiverso Experience, referência em exposições imersivas no Brasil, dá um passo estratégico em sua trajetória de crescimento ao investir cerca de R\$ 12 milhões na implantação de sua primeira sede fixa em São Paulo. O espaço, localizado na Avenida Francisco Matarazzo, na região da Água Branca, marca a transição da empresa para um modelo de operação permanente, verticalizado e com foco em diversificação de receitas. Com aproximadamente 4.800 m<sup>2</sup>, distribuídos em quatro andares, o prédio foi alugado com contrato de 10 anos, e será transformado em um grande hub de entretenimento, reunindo exposições imersivas, experiências em realidade virtual, jogos interativos, eventos corporativos, áreas de alimentação, rooftop com bar e espaços de varejo. A previsão de inauguração é para o primeiro trimestre de 2026, podendo ocorrer até março, a depender do cronograma das obras. ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

### Automóveis

Via Digital Motors

Por Lucia Camargo Nunes

▶▶▶ [Leia na página 4](#)

