

A transformação estratégica do marketing agora é guiada pela experiência do cliente

Durante décadas, o marketing foi o principal responsável por atrair, engajar e converter consumidores. Grandes campanhas, investimentos robustos em mídia e estratégias criativas eram suficientes para construir marcas fortes e impulsionar vendas. Mas esse modelo está, rapidamente, perdendo força

Nicola Sanchez (*)

Hoje, em mercados cada vez mais competitivos e saturados, não é o discurso da marca que define sua relevância, mas sim a experiência real que ela entrega ao cliente.

O consumidor mudou. Mais informado, mais exigente e com múltiplas opções à disposição, ele já não toma decisões com base apenas em promessas publicitárias. A escolha passa por aquilo que ele vivencia em cada ponto de contato com a empresa: no atendimento, na jornada digital, na resolução de problemas e, principalmente, na consistência dessa experiência ao longo do tempo.

Nesse contexto, a experiência do cliente (CX) deixa de ser um complemento e assume o papel de protagonista. Mais do que uma tendência, trata-se de uma mudança estrutural na forma como empresas crescem e se posicionam no mercado.

Se antes o marketing era responsável por gerar percepção de valor, hoje é a experiência que valida (ou destrói) essa promessa. Uma campanha pode atrair



um cliente pela primeira vez, mas é a interação com a marca que determina se ele volta, recomenda ou a abandona.

Isso é evidente, sobretudo, em setores como o varejo e telecom, em que produtos e preços são, muitas vezes, similares entre concorrentes. O verdadeiro diferencial competitivo passa a ser a capacidade de oferecer uma jornada fluida, eficiente e personalizada, reduzindo atritos e aumentando a percepção de valor em cada interação.

Quem entendeu o jogo já mudou a estratégia. Em vez de concentrar esforços exclusivamente na aquisição, as empresas passam a investir na construção

de jornadas inteligentes, integradas e orientadas por dados. A tecnologia, especialmente a inteligência artificial (IA), tem papel central nesse processo, permitindo escalar atendimento, antecipar necessidades e entregar experiências mais relevantes e personalizadas em tempo real.

No entanto, há um ponto crítico que ainda é subestimado por muitas organizações: CX não é um projeto, nem uma área isolada. É cultura.

Não basta implementar ferramentas ou criar iniciativas pontuais voltadas à experiência do cliente. É necessário incorporar essa lógica em toda a organização, do atendimento ao backoffice,

da tecnologia à estratégia. Cada decisão, processo ou interação deve ser pensada a partir do impacto que gera na percepção do cliente.

Empresas que tratam CX como prioridade estrutural colhem resultados consistentes: maior retenção, aumento de lifetime value, redução de custos operacionais e, principalmente, crescimento sustentável. O marketing não desapareceu; ele evoluiu. Deixou de ser centrado em campanhas e passou a ser distribuído ao longo de toda a jornada do cliente. Cada interação se torna um ponto de comunicação. Cada experiência, uma mensagem.

No fim, a pergunta que define o sucesso de uma marca já não é mais “o que estamos comunicando?”, mas sim “o que o cliente está vivenciando?”.

E, nesse novo cenário, quem entrega a melhor experiência não apenas conquista clientes, mas constrói relações duradouras e difíceis de replicar.

(*) É CEO e fundador da Matrix Go, empresa brasileira especializada em soluções tecnológicas para atendimento digital, relacionamento e engajamento com clientes.



Publicidade Legal



ECOGEN RIO SOLUÇÕES ENERGÉTICAS S.A. - CNPJ/MF nº 73.688.855/0001-20									
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS - PARA OS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2025 E DE 2024									
(Valores expressos em milhares de reais - R\$, exceto quando indicado de outra forma)									
AVISO: As demonstrações financeiras apresentadas a seguir são resumidas e não devem ser consideradas isoladamente para a tomada de decisão. O entendimento da situação financeira e patrimonial da Companhia demanda a leitura das demonstrações financeiras completas auditadas, elaborada na forma da legislação societária e da regulamentação contábil aplicável, que estão disponível no seguinte endereço eletrônico: https://jornalempresasenegocios.com.br/publicidade_legal/ e na sede da empresa.									
BALANÇOS PATRIMONIAIS									
ATIVO	Nota	2025	2024	PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	Nota	2025	2024		
Circulante				Circulante					
Caixa e equivalentes de caixa	6	18.621	6.595	Fornecedores	11	9.282	7.630		
Contas a receber de clientes	7	13.561	13.395	Impostos e contribuições a recolher	12	5.332	4.771		
Estoques	9	12.097	9.873	Salários, provisões e encargos sociais		739	799		
Impostos a recuperar	8	2.386	3.884	Outras contas a pagar		208	8		
Outros créditos		942	2.200	Total do passivo circulante		15.561	13.202		
Total do ativo circulante		47.607	35.947	Não circulante					
Não circulante				Impostos e contribuições a recolher	12	642	724		
Contas a receber de clientes	7	9.058	9.924	Provisão para riscos	14	17.057	15.257		
Impostos a recuperar	8	990	2.090	Total do passivo não circulante		17.699	15.981		
Impostos diferidos	21	3.256	3.647	Patrimônio líquido					
Outros ativos	14	16.941	15.257	Capital social	15 a)	81.750	81.750		
Imobilizado	10	37.143	42.175	Prejuízos Acumulados	15 b)	(15)	(1.893)		
Total do ativo não circulante		67.388	73.093	Total do patrimônio líquido		81.735	79.857		
Total do ativo		114.995	109.040	Total do passivo e do patrimônio líquido		114.995	109.040		
DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO									
	Nota	2025	2024		Nota	2025	2024		
Receita operacional	16	103.545	85.175	Fluxo de caixa das atividades operacionais					
Custo dos produtos vendidos e serviços prestados	17	(103.534)	(91.080)	Lucro (Prejuízo) líquido do exercício		1.878	(4.915)		
Lucro (prejuízo) bruto		11	(5.905)	Ajustes para reconciliar o lucro (prejuízo) do exercício com o caixa líquido gerado pelas atividades operacionais:					
Despesas operacionais				Depreciação	10.3.b	10.042	9.441		
Despesas administrativas e gerais	18	(1.586)	(1.434)	Despesa de juros/encargos sobre empréstimos	20	-	5		
Outras receitas (despesas) operacionais	19	5.352	(2.027)	Perda na venda/baixa do imobilizado	19	238	3.547		
Resultado financeiro		3.766	(3.461)	Imposto de renda e contribuição social diferidos	22	391	(1.973)		
Despesas financeiras	20	(259)	(276)	(Aumento) redução nos ativos operacionais:					
Receitas financeiras	20	132	2.754	Contas a receber de clientes		700	251		
Lucro/prejuízo operacional e antes do imposto de renda e da contribuição social		3.650	(6.888)	Estoques		(2.224)	(1.690)		
Imposto de renda e contribuição social				Outros créditos		1.257	298		
Corrente	21	(1.381)	-	Impostos a recuperar		2.598	(926)		
Diferidos	21	(391)	1.973	Aumento (redução) nos passivos operacionais:					
Lucro/prejuízo líquido do exercício		1.878	(4.915)	Fornecedores		1.770	1.174		
Lucro (prejuízo) por ação - R\$		0,04	(0,11)	Impostos e contribuições a recolher		1.710	644		
DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO ABRANGENTE									
		2025	2024						
Lucro/prejuízo líquido do exercício		1.878	(4.915)	Salários e encargos a pagar		(54)	(34)		
Item que será posteriormente reconhecido no resultado:		-	-	Outras contas a pagar		316	180		
Outros resultados abrangentes do exercício		-	-	Caixa gerado pelas atividades operacionais		18.622	6.070		
Resultado abrangente total do exercício		1.878	(4.915)	Imposto de renda e contribuição social pagos		(1.230)	(285)		
DEMONSTRAÇÕES DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO									
Saldos em 31 de dezembro de 2023		81.750	698	Fluxo de caixa das atividades de investimento		17.392	5.781		
Prejuízo do exercício		-	-	Aquisições de ativo imobilizado e intangível	10	(5.366)	(9.829)		
Dividendos não distribuídos	15 c)	-	-	Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento		(5.366)	(9.829)		
Absorção da reserva legal pelo prejuízo do exercício		-	(698)	Fluxo de caixa das atividades de financiamento					
Saldos em 31 de dezembro de 2024		81.750	-	Empréstimos pagos (principal)	12	-	(22)		
Lucro do exercício		-	-	Caixa líquido aplicado nas atividades de financiamento					
Saldos em 31 de dezembro de 2025		81.750	-	Atividades de financiamento					
				Aumento (redução) do saldo de caixa e equivalentes de caixa		12.026	(4.070)		
				Saldo no início do exercício		6.595	10.665		
				Saldo no fim do exercício		18.621	6.595		
				Aumento (redução) do saldo de caixa e equivalentes de caixa		12.026	(4.070)		
A DIRETORIA									
Camila Anjos									
Contadora - CRC 1SP 298676/O-0									

(*) CFO na Actionline.

O paradoxo da invisibilidade e o futuro das telecomunicações

Carlos Cunha (*)

Conectividade sustenta a economia digital mesmo longe dos holofotes

Existe uma transformação silenciosa em curso no setor de telecomunicações. Nunca dependemos tanto de conectividade e, paradoxalmente, nunca prestamos tão pouca atenção a ela. A infraestrutura que sustenta a economia digital passou a operar de forma tão integrada à rotina das pessoas e das empresas que deixou de ser percebida como inovação para se tornar apenas uma expectativa básica de funcionamento.

Esse movimento acontece em um cenário de crescimento contínuo da conectividade no país. Dados da Anatel mostram que o Brasil encerrou 2025 com 53,9 milhões de acessos de banda larga fixa, alta de 2,7% em relação ao ano anterior. A fibra óptica já representa cerca de 79% das conexões no país, consolidando-se como principal tecnologia de acesso à internet no mercado brasileiro.

O tema ganha ainda mais relevância no dia Mundial das Telecomunicações, celebrado em 17 de maio, em um momento em que praticamente toda a economia digital depende de redes cada vez mais robustas, estáveis e escaláveis. Streaming, bancos digitais, plataformas de mobilidade, marketplaces, inteligência artificial generativa e serviços em nuvem compartilham hoje uma característica comum: todos dependem diretamente da infraestrutura de conectividade para existir.

Ainda assim, os holofotes da inovação migraram para outro lugar. Hoje, a percepção de avanço tecnológico está muito mais associada às plataformas digitais e às aplicações baseadas em IA do que às estruturas que tornam essas experiências possíveis. As telecoms passaram a ocupar uma posição

mais silenciosa dentro da transformação digital, funcionando como uma camada operacional invisível que só ganha atenção quando apresenta falhas.

Essa mudança altera profundamente a dinâmica do setor. O relatório The Mobile Economy Latin America 2026, da GSMA, projeta que o tráfego de dados móveis na América Latina deve triplicar até 2030, refletindo o avanço do consumo de vídeo, aplicações digitais e novas demandas associadas à inteligência artificial. Ele aponta também, o crescimento contínuo da dependência regional sobre redes móveis e infraestrutura de conectividade.

Ao mesmo tempo, a rápida evolução da IA torna as operações mais complexas. O estudo The CEO Study 2026, do IBM Institute for Business Value, aponta que executivos esperam que, 48% das decisões operacionais sejam tomadas por inteligência artificial até 2030. O levantamento mostra como esse avanço amplia a necessidade de infraestrutura robusta de conectividade, processamento e disponibilidade contínua de dados.

Na prática, isso exige uma redefinição do próprio papel das telecoms. O futuro do setor tende a estar menos associado à ideia tradicional de operadora e mais conectado ao posicionamento como infraestrutura crítica da economia digital. Isso inclui segurança cibernética, gestão inteligente de dados, serviços corporativos, suporte à IA e integração de ecossistemas digitais complexos.

A transformação mais importante das telecomunicações talvez não seja tecnológica, mas simbólica. E talvez esse seja justamente o maior indicativo de sua relevância atual. As infraestruturas mais indispensáveis raramente são aquelas que permanecem em evidência.

FEIPLAR & FEIPUR 2026

Neste ano, será realizada a décima terceira edição da FEIPLAR & FEIPUR – Feira e Congresso Internacionais de Materiais Avançados, que compreende os composites, poliuretano, compostos termoplásticos, plásticos de engenharia, nanotecnologia/grafeno, materiais híbridos e elastômeros. O evento acontecerá no São Paulo Expo em São Paulo, SP, Brasil, de 25 a 27 de agosto de 2026.

Cerca de 18 mil visitantes de mais de 30 países são esperados para a edição desse ano. Em 2024, última edição da feira, 17.890 visitantes, profissionais de toda a América Latina visitaram o evento. Para apresentar novas tecnologias para todos esses visitantes, mais de 300 empresas expositoras participarão do evento, vindas de diversos países como China, Estados Unidos, Alemanha, Itália, Inglaterra, Turquia, França, Japão, entre outros.

No decorrer do evento, serão apresentados nos eventos simultâneos, que compreendem os congressos internacionais, os painéis setoriais, as rodadas de negócios, o fórum da construção civil e as demonstrações técnicas. Confira o cronograma preliminar.

Dia 25 de agosto de 2026

1. Congresso SAMPE Brasil
2. Painel Soluções em adesivação
3. Painel Revestimentos
4. Painel Isolamento Térmico
5. Fórum Construção Civil: materiais & benefícios
6. Painel Náutico & Naval
7. Congresso Plásticos de Engenharia & Compostos Termoplásticos
8. Painel Grafeno e outros materiais nanotecnológicos
9. Painel Médico-hospitalar
10. Painel Economia Circular & Sustentabilidade
11. Rodadas de negócios (Segurança em brinquedos, espumas técnicas, materiais híbridos, alimentos & bebidas e cidades inteligentes)

Dia 26 de agosto de 2026

1. Painel Construção Civil & Infraestrutura
2. Painel Agronegócios
3. Painel Automotivo
4. Painel Blindagem & Segurança
5. Painel Mineração
6. Painel Calçadista
7. Painel Epóxi
8. Congresso Int. de Poliuretano
9. Painel Equipamentos, moldes e ferramentas
10. Painel Esporte & Lazer
11. Rodadas de negócios (Ferroviário, não-tecidos, isolamento acústico e duas rodas)
12. Prêmio Excelência

Dia 27 de agosto de 2026

1. Painel Aeroespacial
2. Desafio Acadêmico SAMPE
3. Painel Espumas Flexíveis
4. Painel Energias, Eletrônica & Telecom
5. Painel Impressão 3D
6. Congresso Int. de Composites
7. Painel Corrosão & outros ambientes agressivos
8. Painel Artesanato
9. Rodadas de negócios (polímeros em baterias, embalagens e helicópteros)

Cerca de 180 palestras, e sessões técnicas e mercadológicas ministradas nos Congressos Internacionais, Painéis Setoriais, Demonstrações Técnicas, treinamentos e rodadas de negócios devem reunir um público superior a 3.800 profissionais.



PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <http://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/AB3B-8210-D9CA-2B12> ou vá até o site <http://assinaturas.certisign.com.br> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: AB3B-8210-D9CA-2B12



Hash do Documento

22300CBDC2B1E78F99AF6B07BA0667023A83C08F8FFC3732C3BA759F91B106FD

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 18/05/2026 é(ão) :

- ☒ Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 18/05/2026 19:36 UTC-03:00
- Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

Evidências

Geolocation: Location not shared by user.

IP: 172.16.4.2

AC: AC Certisign RFB G5

