

# Falha na experiência do cliente trava fidelização e pressiona o lucro

Consumidor testa novas marcas com mais frequência e pressiona empresas que não estruturam relacionamento além da venda

O aumento nas vendas registrado por empresas brasileiras não tem sido acompanhado pelo retorno dos clientes. A combinação entre maior concorrência, facilidade de troca e comportamento mais volátil do consumidor tem encurtado ciclos de compra e ampliado um problema que impacta diretamente a receita: vender deixou de ser o principal desafio, enquanto reter se tornou o ponto crítico.



retenção cria um efeito financeiro silencioso. “Quando a empresa cresce baseada apenas em aquisição, ela entra em um ciclo caro. Precisa investir cada vez mais para substituir clientes que não voltam. Isso compromete margem e previsibilidade”, diz.

Dados da PwC mostram que mais de 70% dos consumidores consideram a experiência um fator decisivo na compra, mas menos da metade avalia que as empresas conseguem entregar isso de forma consistente. A lacuna ajuda a explicar por que clientes compram, mas não permanecem.

Para Bethel Lombardi, especialista em encantamento e experiência do cliente e criador do método EPL, Encantar para Lucrar, o problema está menos no produto e mais na construção da relação. “A empresa acredita que fez o suficiente quando atende bem. Só que atendimento correto não cria memória. O cliente esquece rápido e, quando surge outra opção, ele troca”, afirma.

O comportamento ganhou força nos últimos anos. Levantamento da McKinsey indica que mais de 60% dos consumidores passaram a testar novas marcas com maior frequência, mantendo o hábito mesmo após a normalização do consumo. Isso reduz o peso da fidelidade tradicional e aumenta a pressão sobre cada interação.

Na avaliação do especialista, o crescimento sem

Estudo da Bain & Company reforça o impacto direto desse cenário: aumentar a retenção em apenas 5% pode elevar o lucro entre 25% e 95%. O dado evidencia que fidelização não é apenas uma questão de relacionamento, mas de resultado.

“O erro está em tratar experiência como algo subjetivo. Na prática, ela é um ativo financeiro. Quando bem estruturada, reduz custo de aquisição, aumenta recorrência e protege margem”, afirma.

Sem diferenciação clara, muitas empresas acabam recorrendo a descontos para sustentar vendas. A estratégia resolve o curto prazo, mas enfraquece a percepção de valor. “Se a experiência não marca, o preço vira o único critério. E competir por preço é o caminho mais rápido para perder rentabilidade”, diz.

diferença está na execução. Detalhe bem feito é o que fica na memória do cliente”, afirma.

## Criar momentos de surpresa ao longo da jornada

Pequenas ações inesperadas aumentam o impacto da experiência. Isso pode acontecer na entrega, no suporte ou no pós-venda. O objetivo é quebrar a previsibilidade e gerar conexão emocional.

## Estruturar o pós-venda como etapa estratégica

Grande parte das empresas encerra o relacionamento após a venda. Esse é um dos principais pontos de perda de retenção. Manter contato e acompanhar o cliente aumenta a probabilidade de recompra.

## Treinar equipe para gerar conexão, não apenas resolver demandas

A experiência é construída no contato humano. Investir em capacitação para desenvolver escuta ativa e personalização melhora a percepção do cliente e fortalece o vínculo.

Na prática, empresas que estruturam esses elementos reduzem a dependência de aquisição constante e aumentam o valor gerado por cliente ao longo do tempo. “O coração do cliente é um lugar extraordinário de se morar. Mas poucas empresas constroem presença ali de forma intencional”, afirma.

A mudança exige consistência e método. Em um ambiente em que o consumidor experimenta mais, compara mais e troca mais rápido, a experiência deixa de ser um diferencial e passa a ser o principal fator de sustentação do crescimento.

A mudança passa por estruturar a jornada do cliente de forma intencional, criando pontos de contato que vão além da entrega básica e gerem lembrança.

## O especialista aponta cinco caminhos para transformar experiência em fidelização

Antes de ampliar investimento em aquisição, empresas precisam reorganizar a forma como se relacionam com quem já comprou. A seguir, o especialista aponta cinco movimentos práticos que impactam diretamente a recorrência.

### Mapear a jornada real do cliente

O primeiro passo é entender onde a experiência perde força. Isso envolve analisar toda a trajetória, do primeiro contato ao pós-venda, identificando falhas e momentos que não geram lembrança. Sem esse diagnóstico, melhorias tendem a ser superficiais.

### Padronizar a experiência, não apenas o atendimento

Processos garantem consistência, mas não necessariamente percepção de valor. É preciso estruturar padrões que transmitam cuidado e atenção aos detalhes em cada interação. “A

# A Lei do Bem reduz o IR da empresa em até 34%. Sua empresa já está usando?

Anne Ruppel (\*)

Uma pesquisa da Fiesp revelou que 63% das empresas afirmam investir em inovação, mas 83% delas não utilizam nenhum incentivo fiscal disponível para essa finalidade. Esse paradoxo tem um custo direto, e um nome: Lei do Bem, o principal instrumento fiscal de incentivo à inovação no Brasil.

Em 2025, comemorando duas décadas de existência, a lei bateu seu maior recorde: mais de 4.200 empresas direcionaram R\$51,6 bilhões para inovação em 14 mil projetos, gerando R\$12 bilhões em renúncia fiscal, segundo o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações. Mesmo assim, esse universo ainda é pequeno diante do total de empresas que poderiam se beneficiar. O mecanismo, criado pela Lei nº 11.196/2005, permite que empresas tributadas pelo Lucro Real deduzam do imposto de renda e da contribuição social de 60% até 100%, atendendo requisitos específicos, dos gastos com pesquisa e desenvolvimento. Na prática, isso representa entre 20,4% e 34% de economia sobre cada real investido em inovação.

O que impede a adesão, na maior parte dos casos, não é burocracia nem falta de recursos. É uma percepção equivocada sobre o que a lei exige. Muitos gestores acreditam que apenas empresas com grandes estruturas dedicadas exclusivamente à pesquisa poderiam se qualificar. A lei não funciona assim. Para a Lei do Bem, inovação tecnológica é qualquer esforço que resulte em melhoria de qualidade, produtividade ou competitividade da empresa, seja um novo produto, um processo reformulado ou um serviço aprimorado. Uma linha de produção ajustada para

superar uma limitação técnica, um sistema interno desenvolvido para resolver um problema sem solução pronta no mercado, um produto com características ainda inexistentes no portfólio da empresa: tudo isso pode ser elegível.

Para acessar o benefício, a empresa precisa estar no regime de Lucro Real, ter apurado lucro no exercício e estar em dia com o fisco. O que surpreende, porém, é onde muitas empresas tropeçam: segundo o próprio Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações, projetos tecnicamente elegíveis são reprovados com frequência porque o formulário anual não descreve com clareza o que há de novo no projeto, qual o risco envolvido ou como o desenvolvimento foi conduzido. Em outras palavras, a empresa fez o que precisava, mas não soube contar.

Há ainda um problema menos visível: empresas que já utilizam a Lei do Bem, mas não mapearam adequadamente todos os seus gastos elegíveis, capturam apenas uma fração do benefício ao qual teriam direito. Projetos mal descritos, gastos não vinculados e atividades elegíveis não reconhecidas como tais são perdas silenciosas que se repetem ano após ano, sem que o balanço aponte onde o dinheiro ficou.

A pergunta certa não é “minha empresa inova o suficiente?”. É: sua empresa enfrenta desafios técnicos para melhorar seus produtos, processos ou serviços? Se a resposta for sim, existe uma probabilidade real de que haja economia tributária legítima sendo ignorada exercício após exercício.

(\*) Advogada e especialista em Lei do Bem e, sócia do escritório Schneider, Starke & Ruppel Advogados.

# Vai aumentar a mistura de etanol na gasolina

O ministro de Minas e Energia, Alexandre Silveira, anunciou que submeterá ao Conselho Nacional de Política Energética (CNPE) uma proposta para elevar a mistura de etanol anidro na gasolina dos atuais 30% para até 32% (E32). A medida atende a uma demanda do setor de biocombustíveis e deve ser avaliada nos próximos 15 dias. “Sabemos que podemos ir até E35, mas os estudos técnicos necessários para se avançar na mistura nos permitem ir até o E32. Foi uma reivindicação trazida hoje pelo setor”, disse Silveira.

De acordo com o ministro, a iniciativa faz parte da agenda de descarbonização e fortalecimento da segurança energética do país, impulsionada pela Lei Combustível do Futuro, que incentiva a produção e uso de combustíveis sustentáveis. Ele destacou que o aumento da mistura reduzirá a dependência externa do país, estimando uma economia de 450 milhões de litros de gasolina importada.

Representantes da indústria de biocombustíveis que participaram do encontro classificaram a reunião como muito produtiva e reforçaram o papel do etanol na segurança energética do país e na redução de preços ao consumidor (ABR).

**INTREPID PARTICIPAÇÕES S.A.**  
CNPJ/MF nº 42.295.495/0001-73 - NIRE 35.300.570.723

**ATA DE ASSEMBLEIA GERAL ORDINÁRIA E EXTRAORDINÁRIA REALIZADA EM 30 DE ABRIL DE 2025**

**1. DATA, HORA E LOCAL:** Realizada em 30 de abril de 2025, às 9 horas, na nova sede social da Intrepid Participações S.A. (“Companhia”), localizada na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, na Avenida das Nações Unidas, 14.171, 8º andar, Torre Marble, Condomínio Rochavér Corporate Towers, Vila Gertrudes, CEP 04794-000. **2. CONVOCAÇÃO E PRESEÇA:** As formalidades de convocação foram dispensadas nos termos do artigo 124, §4º, da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, conforme alterada (“Lei das Sociedades por Ações”), pois os acionistas que detêm a totalidade das ações da Companhia estão presentes, conforme assinaturas constantes do livro de presença dos acionistas da Companhia. Os administradores disponibilizaram à sócia, no prazo legal, as contas dos administradores e as demonstrações financeiras da Sociedade, contendo seu balanço patrimonial e resultado econômico, referentes ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024. **3. MESA:** Presidente: Sr. Yan Xiaobin; Secretário: Sr. Yuan Wenzheng. **4. ORDEM DO DIA:** Deliberar em Assembleia Geral Ordinária (i) leitura, discussão e votação sobre as contas dos administradores e as demonstrações financeiras referentes aos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2024; e em Assembleia Geral Extraordinária (ii) alteração do endereço da sede da Sociedade. **5. DELIBERAÇÃO:** Os acionistas discutiram as matérias constantes no ordem do dia e, por unanimidade de votos, e sem quaisquer ressalvas ou restrições: Em Assembleia Geral Ordinária: 1.1. aprovam as contas dos administradores e as demonstrações financeiras da Sociedade relativas ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024, que serão arquivadas na sede da Companhia e anexadas à ata desta assembleia; 1.2. reconhecem que não haverá distribuição de dividendos, pois não houve lucro no exercício de 2024; Em Assembleia Geral Extraordinária: 1.3. alteram o endereço da sede da Sociedade, que passa a ser Município de São Paulo, Estado de São Paulo, na Avenida das Nações Unidas, 14.171, 8º andar, conjunto 802, Torre Marble, Condomínio Rochavér Corporate Towers, Vila Gertrudes, CEP 04794-000; 1.4. alteram o caput do artigo 2º do estatuto social da Companhia, o qual passa a vigorar com a seguinte redação: “Artigo 2º - A Companhia tem sede e foro na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, na Avenida das Nações Unidas, 14.171, 8º andar, conjunto 802, Torre Marble, Condomínio Rochavér Corporate Towers, Vila Gertrudes, CEP 04794-000.” 1.5. decidem reformar e consolidar o estatuto social da Companhia nos termos do Anexo I, o qual foi lido, aprovado e assinado por todos os presentes; 1.6. autorizam os administradores da Companhia, observadas as disposições legais e o disposto no Estatuto Social da Companhia, a praticar todos e quaisquer atos necessários ao cumprimento das deliberações acima. **6. ENCERRAMENTO:** Não havendo nada mais a tratar, o presidente declarou a Assembleia Geral encerrada e suspendeu os trabalhos pelo tempo necessário para a lavratura desta ata, na forma de sumário, conforme autorizado pelo artigo 130, § 1º da Lei nº 6.404/76. A ata foi lida, aprovada e assinada por todos os presentes. **7. ASSINATURAS:** Presidente: Sr. Yan Xiaobin; Secretário: Sr. Yuan Wenzheng; Acionistas: PowerChina Low-Carbon Energy (Singapore) Pte. Ltd., representada conforme seu contrato social; e Powerchina International Group Limited., representada conforme contrato social. Esta ata é cópia fiel da via lavrada em livro próprio. São Paulo, 30 de abril de 2025. **Mesa:** Yan Xiaobin - Presidente, Yuan Wenzheng - Secretário. **Acionistas:** PowerChina Low-Carbon Energy (Singapore) Pte. Ltd. Por: Yuan Wenzheng - Cargo: Signatário Autorizado; Powerchina International Group Limited - Por: Yuan Wenzheng - Cargo: Signatário Autorizado. A Integridade da Ata encontra-se disponível no site: [https://jornalempresasnegocios.com.br/publicidade\\_legal/juceesp\\_nº\\_254.486/25-3\\_em\\_22/07/2025](https://jornalempresasnegocios.com.br/publicidade_legal/juceesp_nº_254.486/25-3_em_22/07/2025). Aloizio Epifanio Soares Junior - Secretário Geral.

**Cinpal Cia. Industrial de Peças para Automóveis**  
CNPJ 49.656.192/0001-88 - NIRE 35.300.039.092

**Aviso aos Acionistas**

Comunicamos aos senhores acionistas da **Cinpal Cia. Industrial de Peças para Automóveis** (“Companhia”) que se encontram disponíveis, na sede social da Companhia, situada na Cidade de Taboão da Serra, Estado de São Paulo, na Avenida Paulo Ayres, nº 240, CEP 06767-220, bem como por meio eletrônico, mediante solicitação expressa, os documentos a que se refere o art. 133 da Lei nº 6.404/76. Taboão da Serra, 05 de junho de 2026. Giancarlo Arduini. Presidente do Conselho de Administração.

Empresas & Negócios

Publicidade Legal

**TRANSPARÊNCIA**

A TRANSPARÊNCIA GERA CONFIANÇA AOS LEITORES. POR ISSO, AS PUBLICAÇÕES LEGAIS NOS JORNAIS SÃO ESSENCIAIS PARA A SEGURANÇA JURÍDICA. FINAL, O JORNAL É LEGAL.

cenp ANJ ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNALIS ADJORIBR JORNALIS DO INTERIOR

## 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/887A-5C85-1159-1276> 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: 887A-5C85-1159-1276



### Hash do Documento

2E0DB76788180C3ADFA33BA1766B6D56CFA5C26D0B8D20AE4DF665BF2F09DEFE

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 10/06/2026 é(são) :

- Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 10/06/2026 19:44 UTC-03:00  
**Tipo:** Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

### Evidências

**Geolocation:** Location not shared by user.

**IP:** 172.16.4.17

**AC:** AC Certisign RFB G5

