

Dia dos Namorados e Copa do Mundo devem movimentar setor de bares e restaurantes

Com aumento esperado no fluxo de clientes em datas comemorativas e jogos do Brasil, setor de food service deve reforçar planejamento operacional, gestão de estoque e integração entre canais

Junho pode ser um dos meses mais movimentados do ano para bares e restaurantes. O Dia dos Namorados, celebrado em 12 de junho, tradicionalmente impulsiona reservas para jantares comemorativos, enquanto os jogos da Copa do Mundo tendem a elevar o fluxo em bares e estabelecimentos que transmitem as partidas em TVs e telões. Neste ano, segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), 82% dos negócios já esperam lucrar no Dia dos Namorados mais do que na mesma data do ano passado.

Diante do aumento esperado na demanda, especialistas alertam que o preparo pode ser decisivo para transformar o movimento em faturamento sustentável e evitar perdas por falhas na operação. O desafio não está apenas em atrair público, mas em conseguir atender com eficiência em períodos de pico.

Para Élica Queiroz, CEO da Altec, foodtech brasileira especializada em software de gestão para bares e restaurantes, junho concentra dois comportamentos distintos de consumo que exigem preparação atenta



dos empresários. “O Dia dos Namorados costuma exigir uma operação mais voltada para experiência, reservas e previsibilidade. Já os jogos movimentam um fluxo intenso, com alta rotatividade, pedidos simultâneos e consumo acelerado. São dinâmicas diferentes, mas que têm algo em comum: operações despreparadas perdem vendas, margem e reputação”, afirma.

Entre os principais pontos de atenção para o período, a executiva destaca o planejamento de demanda. Analisar o histórico de vendas, ajustar escalas, revisar o cardápio e organizar compras com antecedência reduzem riscos de ruptura de estoque, desperdício e custos

emergenciais. “Quando o estabelecimento entende o perfil do público esperado em cada ocasião, consegue se preparar melhor para atender sem sobrecarregar a equipe ou comprometer a experiência”, explica.

Outro fator importante é a integração entre salão, delivery, retirada e reservas. Em dias de maior movimento, falhas de comunicação entre canais podem gerar atrasos, pedidos duplicados, inconsistências financeiras e perda de controle operacional. “O problema muitas vezes não está no volume de clientes, mas na falta de visibilidade da operação em tempo real. Quando os sistemas não conversam entre si, os gargalos aparecem justamente

no momento de maior faturamento”, diz Élica.

A especialista também ressalta a importância de monitorar indicadores como CMV, tempo médio de atendimento e desempenho de vendas durante o serviço. Segundo ela, pequenos desvios operacionais tendem a ganhar escala em períodos de alta demanda. “Eventos como esses ampliam tanto as oportunidades quanto os erros. Um atraso na cozinha, um item indisponível ou um fechamento de caixa inconsistente impactam diretamente a margem e a percepção do cliente”, pontua.

Além da eficiência operacional, junho representa uma oportunidade para fidelização. Experiências positivas em datas em que o fluxo de pessoas aumenta melhoram as chances de recompra e fortalecem a relação do consumidor com o estabelecimento. “O cliente que tem uma boa experiência em momentos especiais tende a voltar em outras ocasiões. Por isso, o foco não deve ser apenas vender mais no dia, mas construir recorrência e reputação no longo prazo”, finaliza a CEO da Altec.

Quando a liderança falha, o EBITDA sente

Durante muito tempo, o mercado corporativo acreditou que resultado sustentável era construído apenas com estratégia, tecnologia e metas agressivas

Mas existe uma realidade que começa a aparecer de forma cada vez mais clara nos resultados das empresas: liderança ruim custa caro. Líderes emocionalmente despreparados aumentam conflitos, elevam turnover, reduzem engajamento e comprometem produtividade. Quando a gestão falha, o impacto chega diretamente ao negócio.

Talvez por isso as soft skills tenham deixado de ser competências complementares para se tornarem um ativo estratégico. Em muitos casos, já valem mais do que o conhecimento técnico isolado. Afinal, tecnologia se aprende, ferramentas mudam e processos são automatizados. A capacidade de conduzir pessoas em cenários complexos, porém, continua sendo um diferencial decisivo para sustentar performance no longo prazo.

A inteligência emocional, por exemplo, se tornou uma competência essencial para a sobrevivência das lideranças modernas. E não se trata de romantização corporativa, mas de impacto financeiro real. Líderes despreparados emocionalmente criam ambientes inseguros, desgastam relações e reduzem a capacidade dos times de performar com consistência.

Existe uma diferença importante entre alta exigência por resultado e gestão baseada em pressão constante. Ainda assim, muitas lideranças continuam associando tensão contínua à alta performance. O custo dessa confusão é alto: exaustão contínua reduz criatividade, piora a colaboração, compromete inovação e aumenta erros operacionais. Em outras palavras, ambientes emocionalmente frágeis dificilmente sustentam alta performance por muito tempo. Em muitos casos, líderes acabam normalizando dinâmicas emocionalmente insustentáveis sem entender que a alta performance não nasce da pressão constante, mas da clareza, previsibilidade e maturidade da liderança.

Uma comunicação desalinhada aumenta retrabalho, gera atrasos e amplia falhas

operacionais. Ambientes pouco colaborativos reduzem velocidade de execução. Dificuldade em lidar com conflitos compromete produtividade e engajamento. Tudo isso pode e deve ser medido. É exatamente aí que o RH assume papel estratégico: quando comportamento humano é conectado a indicadores de negócio, soft skills deixam de ser discurso motivacional e passam a ser vantagem competitiva.

Organizações mais maduras têm investido fortemente no desenvolvimento de lideranças emocionalmente equilibradas. Isso acontece menos por imagem institucional e mais pela compreensão de que resultados sustentáveis dependem diretamente da qualidade das decisões humanas tomadas diariamente.

Alógica é simples: equipes emocionalmente seguras performam melhor. Líderes preparados desenvolvem talentos com mais consistência. Ambientes saudáveis inovam mais rápido. E profissionais que encontram clareza, apoio e direção permanecem por mais tempo. Soft skills são o novo EBITDA porque passaram a influenciar diretamente retenção, produtividade, eficiência operacional, velocidade de execução e crescimento sustentável.

As empresas cada vez mais serão lideradas pelos profissionais mais adaptáveis: aqueles capazes de aprender rápido, lidar com pressão sem destruir pessoas, sustentar relações inteligentes e conduzir times em cenários de incerteza. O mercado já começou a perceber isso. A pergunta é se as lideranças perceberam também.

Existe uma realidade cada vez mais difícil de esconder: líderes tecnicamente brilhantes conseguem gerar resultado no curto prazo, mas raramente sustentam crescimento saudável no longo prazo quando falham na gestão humana. No fim, o mercado pode admirar esses líderes, mas são as lideranças emocionalmente inteligentes que sustentam crescimento, inovação e resultado de forma consistente. Porque, cada vez mais, cultura, comportamento e saúde emocional também aparecem no balanço.

(Fonte: Karina Neves é Gerente de Recursos Humanos da Direcional Engenharia e Membro do Comitê de Middle Management da ABRH-MG.)

Gestão financeira ganha protagonismo nas escolas privadas com reforma tributária

Tributação antecipada de matrículas e nova regulamentação exige maior rigor na segregação de receitas e deve acelerar organização das instituições.

A regulamentação da Lei Complementar 214/25, que institui o novo modelo de tributação sobre o consumo no Brasil, deve provocar uma mudança estrutural na gestão financeira das escolas privadas. Com a entrada do Imposto sobre Bens e Serviços (IBS) e da Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS), práticas tradicionais do setor passam a gerar impactos diretos no fluxo de caixa das instituições.

Um dos principais pontos de atenção é a tributação de valores recebidos antecipadamente, como matrículas. Outro desafio relevante é a exigência de segregação entre as receitas. A venda conjunta de mensalidades

com materiais didáticos, uniformes e atividades extracurriculares, comum no setor, passa a demandar maior rigor contábil, já que diferentes itens devem ter tratamentos tributários distintos.

A possibilidade de financiar dívidas tributárias, aliviando em alguns casos o fluxo de caixa, também deixa de existir com o “split payment”, mecanismo novo onde o imposto será separado já no pagamento e enviado diretamente ao governo, ficando apenas o líquido com a empresa. Por isso, a gestão financeira se tornará ainda mais essencial para as empresas.

Nesse cenário, infraestruturas tecnológicas que já promovem a organização financeira ganham relevância estratégica. O isaac, maior plataforma de soluções financeiras para o setor educacional, vêm ajudando as escolas no seu crescimento e, com o isaac

Loja, pode centralizar toda a jornada financeira escolar em um único ambiente digital.

Ao viabilizar a venda digital integrada de produtos e serviços pontuais, como livros, uniformes, passeios, entre outras taxas, a solução permite que a instituição centralize a gestão da receita de mensalidades de forma totalmente independente das chamadas “outras receitas”. A digitalização elimina de vez os controles paralelos, planilhas manuais e cobranças informais, garantindo a separação contábil exata que os novos tributos exigem.

“O isaac já nasceu com a proposta de organizar e integrar toda a gestão financeira das instituições. Com a reforma, esse tipo de estrutura deixa de ser diferencial e passa a ser essencial para garantir eficiência e conformidade”, afirma Gleidson Oliveira, Diretor de Controladoria e Finops do isaac.

CX como conversão de vendas: varejo movimentou R\$ 532 bilhões em 2025

Personalização e a redução de fricção na jornada de compra garantem a fidelidade de 78% dos brasileiros.

O varejo brasileiro movimentou R\$ 532 bilhões em 2025 impulsionado por algo que não aparece em nenhuma gôndola: a experiência de compra. O número, levantado pelo IPC Maps, coloca a Customer Experience (CX) onde ela sempre deveria ter estado nas planilhas das grandes redes, não na coluna de custo operacional, mas na de

geração de receita. O problema é que a maioria das empresas ainda não percebeu a diferença. A Coaktion, ecossistema global de Customer Experience e Transformação Digital, está na vanguarda dessa transformação, integrando tecnologia e humanização para elevar o padrão do setor.

A importância do CX no varejo nacional reside na capacidade de personalização. Em um país de dimensões continentais e diversidade cultural extrema,

“tratar bem” deixou de ser cortesia para se tornar uma métrica de eficiência operacional. Estima-se que o varejo impulsionado diretamente por estratégias de experiência de compra tenha movimentado cerca de R\$ 532 bilhões em 2025, segundo levantamento anual IPC Maps.

Para Bruno Stuchi, CEO da Coaktion, o varejo brasileiro atravessa um momento de amadurecimento onde a tecnologia deve servir ao propó-

sito da conexão humana. “O varejo brasileiro ainda trata CX como pós-venda — e essa é exatamente a razão pela qual tantas marcas crescem em faturamento e encolhem em base de clientes fiéis. Quando o atendimento só aparece depois que algo deu errado, ele deixou de ser estratégia para ser apagador de incêndio. O que separa as marcas que dominam o varejo nos próximos cinco anos não é o produto nem o preço, é quem consegue antecipar a necessidade antes

do cliente perceber que tem uma”, afirma Stuchi.

O executivo ainda ressalta que o futuro do setor está na antecipação: “A próxima batalha do varejo não vai ser travada no preço nem no produto, mas nos dados de comportamento que as marcas já têm e não sabem usar. Em dois anos, as empresas que não tiverem uma camada de CX proativa integrada à operação vão sentir o churn antes de entender a causa. E aí será tarde. O mercado não espera o diagnóstico”.