

83% das PMEs não sabem como os clientes avaliam a experiência de compra

Negócios tendem a identificar problemas só quando os afetam

A maioria das pequenas e médias empresas brasileiras ainda toma decisões sobre seus clientes sem acompanhar indicadores básicos de satisfação. Segundo levantamento feito pela JM Consultoria, 83% dos negócios não realizam pesquisas nem monitoram indicadores de pós-venda. Realizada entre 2021 e 2025 junto a 333 empresas, a pesquisa ouviu companhias com faturamento entre R\$ 1 milhão e R\$ 60 milhões/ano e equipes de 10 a 300 colaboradores.

“O dado chama atenção porque o acompanhamento da experiência do cliente influencia diretamente a retenção, a recompra e a reputação das empresas”, diz Rafael Martins, diretor comercial da JM Consultoria, acrescentando que a origem do problema está na forma como muitas empresas enxergam essa etapa. “Grande parte dos empresários acredita que o cliente vai reclamar naturalmente quando algo der errado ou que a proximidade do dia



a dia já é suficiente para entender sua percepção sobre a empresa. Além disso, também é comum existir um receio de receber críticas e descobrir problemas que precisarão ser corrigidos, mas não fazer a pergunta não significa que esses problemas não existam”.

Na opinião do especialista, queda nas vendas, redução da recompra e aumento das manifestações negativas costumam ser alguns dos primeiros sinais percebidos pelas empresas, sendo justamente a ausência de monitoramento um dos prin-

cipais responsáveis para que as falhas sejam identificadas apenas quando já afetam os resultados. “O maior risco é descobrir tarde demais que existe uma insatisfação. Quando o problema aparece nos indicadores financeiros ou nas redes sociais, muitas vezes a confiança do cliente já foi afetada. Recuperar essa relação costuma exigir mais esforço do que agir preventivamente”, recomenda.

Risco maior

Ao contrário do que muitos empreendedores imaginam, entretanto, os maiores sinais de alerta nem sempre apa-

recem por meio de reclamações formais. Segundo o executivo, existe um grupo de consumidores que costuma passar despercebido pelas empresas e que representa uma das principais ameaças para o crescimento do negócio.

Isso porque clientes satisfeitos geralmente voltam a comprar e recomendam a empresa para outras pessoas. Já aqueles que enfrentam experiências muito negativas, costumam procurar canais de atendimento para registrar reclamações e buscar uma solução. Entre esses dois grupos está o consumidor que não teve uma experiência ruim o suficiente para reclamar, mas também não encontrou motivos para retornar. “Esse é o cliente que mais deve preocupar. Ele não reclama porque não quer perder tempo, mas também não volta a comprar. Esse comportamento passa despercebido e o negócio perde a oportunidade de entender o que de fato aconteceu”, explica.

O emprego como motor do crescimento econômico

Karla Monielly Belchior (*)

Os números mais recentes do mercado de trabalho brasileiro revelam que a economia segue uma trajetória de fortalecimento. A taxa de desemprego de 5,6% no trimestre encerrado em maio, a menor desde o início da série histórica da PNAD Contínua, do IBGE, em 2012, demonstra que o país vive um momento de maior dinamismo econômico. Mais do que estatística, esse indicador representa milhões de brasileiros encontrando oportunidades, recuperando renda e contribuindo para o fortalecimento da atividade produtiva.

No Estado do Rio de Janeiro, o cenário se confirma: mais de 42 mil empregos com carteira assinada criados nos cinco primeiros meses do ano, com destaque para o setor de Serviços, um dos responsáveis pela geração de vagas. O desempenho coloca o Rio entre os estados que mais criam empregos e evidencia que investir no atendimento da população continua sendo uma estratégia consistente para impulsionar o desenvolvimento.

Embora fatores macroeconômicos influenciem esse desempenho, existe um elemento indispensável para esse resultado: a confiança das empresas. É o empresário que decide ampliar uma unidade, abrir novas frentes de atuação, contratar colaboradores, investir em tecnologia e desenvolver soluções para atender às demandas da sociedade. Sem essa disposição para investir, os números dificilmente se transformariam em oportunidades concretas para milhares de famílias.

No Grupo OAF Assistencial, acompanhamos esse movimento de forma próxima. Nossa estratégia de crescimento é baseada na expansão responsável das operações, na ampliação dos serviços e na valorização permanente das pessoas que fazem parte da empresa. À medida que novas unidades são fortalecidas e novos projetos são implementados, surgem oportunidades para profissionais de diferen-

tes áreas, reforçando nosso compromisso com a geração de empregos e o desenvolvimento regional.

Entendemos que investir em pessoas é uma decisão estratégica. Empresas sustentáveis são construídas por equipes qualificadas, motivadas e preparadas para oferecer atendimento de excelência. Por isso, além da contratação de novos colaboradores, investimos continuamente na capacitação profissional, no desenvolvimento de lideranças e na criação de um ambiente que estimule o crescimento individual e coletivo.

A geração de empregos produz efeitos que vão além dos indicadores econômicos. Cada vaga criada representa renda circulando no comércio, maior capacidade de consumo das famílias, fortalecimento da arrecadação, estímulo ao empreendedorismo e mais perspectivas para toda a comunidade. É um ciclo virtuoso que beneficia empresas, trabalhadores e a sociedade.

O desafio agora é preservar esse ambiente favorável. Para isso, será fundamental manter condições que estimulem os investimentos, incentivem a inovação e ofereçam segurança para que o setor produtivo continue em expansão. O crescimento sustentável depende da confiança, da responsabilidade e da capacidade de enxergar o desenvolvimento como um compromisso coletivo.

Acreditamos que empresas têm um papel decisivo na construção desse futuro. Ao investir, contratar e desenvolver pessoas, contribuimos não apenas para o fortalecimento dos nossos negócios, mas também para uma economia mais sólida, competitiva e preparada para gerar oportunidades. O emprego continua sendo um dos principais motores do crescimento econômico, e investir em pessoas seguirá sendo o caminho mais seguro para promover prosperidade e desenvolvimento sustentável.

(*) Karla Monielly Belchior é CEO do Grupo OAF Assistencial.

Vale é a marca brasileira de mineração mais valiosa

A Vale reforçou sua posição como a marca brasileira de mineração mais valiosa, com seu valor aumentando 9% para US\$ 2,7 bilhões em 2026, de acordo com um novo relatório da Brand Finance, a principal consultoria de avaliação de marcas do mundo.

Esse crescimento é impulsionado pelo aumento da produção da Vale em minerais-chave, particularmente minério de ferro, que alcançou 336 milhões de toneladas no exercício fiscal de 2025, fortalecendo seu papel como um fornecedor global líder para a indústria do aço. Refletindo esse impulso, a marca subiu para a sétima posição globalmente, acima da 11ª posição em 2025.

A Vale também está classificada entre as dez marcas mais

fortes de Mineração, Metais e Minerais em 2026, alcançando uma pontuação de 72,9 em 100 no Índice de Força de Marca (BSI) e uma classificação AA. A pesquisa da Brand Finance indica que essa força é sustentada por forte familiaridade e compreensão em seu mercado doméstico.

Mais abaixo no ranking, a Gerdau retornou na 49ª posição, com um valor de marca de US\$ 540 milhões, um aumento de 16% em relação a 2025. A marca também está classificada entre as 20 mais fortes do setor, registrando uma pontuação BSI de 61,7 em 100 e uma classificação A+. A Arcelor-Mittal (valor de marca de US\$ 4,7 bilhões) mantém sua posição como a marca de aço mais valiosa globalmente.

Viapol apresenta segunda fase da Maquete Digital

A Viapol, uma das principais empresas brasileiras especializadas em soluções para a construção civil, esteve na 27ª edição da Construsul 2026, feira internacional da Construção, semana passada, no Centro de Eventos FIERGS, em Porto Alegre (RS). Na oportunidade, apresentou a Maquete Digital com funcionalidades mais completas, voltada para engenheiros, arquitetos, projetistas, especificadores, equipes comerciais e demais profissionais da cadeia da construção, com destaque para o segmento de impermeabilização. Mais moderna, intuitiva e interativa, a plataforma foi ampliada para oferecer uma experiência mais completa na visualização de sistemas e soluções construtivas.

A plataforma, inspirada em jogos como The Sims, representa avanço em seu conteúdo técnico, pois ela permitirá que os usuários entrem em um prédio residencial ou comercial virtualmente e comecem a explorar cerca de 70 possíveis áreas de aplicação, do subsolo à cobertura. Dessa forma, a maquete vai reunir mais de 120 novas áreas de aplicação e 250 soluções, permitindo que os usuários explorem de forma prática e detalhada as tecnologias e sistemas desenvolvidos pela Viapol para os mais variados desafios da construção civil.



Frete/Pisos

Foi sancionada a lei que torna permanentes as regras de fiscalização da Política Nacional de Pisos Mínimos do Transporte Rodoviário de Cargas. A norma incorpora dispositivos que estavam previstos na Medida Provisória nº 1.343/2026 e fortalece os mecanismos de controle sobre o pagamento do frete aos transportadores. No texto, a principal mudança é a consolidação do Código Identificador da Operação de Transporte (CIOT) como instrumento oficial de fiscalização. O documento continuará sendo obrigatório nas operações de transporte rodoviário de cargas e deverá registrar informações como o valor contratado do frete, permitindo verificar se o pagamento respeita o piso mínimo estabelecido pela legislação. Por esta lei, o pagamento do frete deverá ocorrer em prazo máximo de 30 dias úteis. Quem desrespeitar estará sujeito a multas de até R\$ 1 milhão.

Enoturismo

Neste próximo dia 13, São Paulo recebe o I Fórum de Enoturismo e Gastronomia das Américas, iniciativa da Revista Adega, realizada em colaboração com a ONU Turismo. O encontro reunirá representantes de dez países, ministros, secretários de Turismo, dirigentes de organismos internacionais, investidores, produtores, empresários e especialistas para discutir o desenvolvimento do enoturismo e do turismo gastronômico no continente. Participarão algumas das principais vinícolas e grupos da América do Sul, como Miolo, Salton, Casa Perini, UVVA, Guaspari, Catena Zapata, Zuccardi, El Enemigo, Terrazas de los Andes, Conchay Toro, Santa Rita, Emiliana Organic, Casas del Bosque, Bodega Garzón e Viña Edén, Bouza.

RFID/Roupas

A Sensormatic Solutions, portfólio global de soluções para o varejo da Johnson Controls, agora conta com duas alternativas discretas de etiquetagem por radiofrequência (RFID) para roupas e acessórios voltadas a marcas e varejistas que buscam informações aprofundadas sem comprometer a aparência e o contato com as peças. Suas novas etiquetas RFID, de costura e de marca, podem ser costuradas diretamente nas peças de vestuário sem alterar o caimento, a funcionalidade ou a identidade visual da marca. Essa abordagem pode prolongar a vida útil dos investimentos em RFID, ajudando a comprovar a autenticidade, impedir furtos e reduzir atritos. “Essas soluções de etiquetagem transformam a inteligência de inventário em proteção abrangente da marca”, afirma Tony D’Onofrio, presidente da Sensormatic Solutions.

Smartphones/fusão

O Grupo Pitzi, empresa nacional especializada na gestão de proteção e aluguel de smartphones com atuação em mais de 100 redes varejistas, e a Renov, especializada em soluções de trade-in com tecnologia proprietária baseada em inteligência artificial, acabam de concluir uma fusão que irá movimentar o mercado nacional de eletrônicos. A operação une duas empresas complementares, expandindo as vendas do Grupo para R\$ 280 milhões em 2026. Proposta é capturar oportunidades em um mercado que reúne 257 milhões de smartphones ativos e aproximadamente 40 milhões de aparelhos novos e outros 40 milhões de aparelhos usados, comercializados anualmente no Brasil.



Recuperação/Vegetação

Órgãos da administração pública, organizações da sociedade civil e sociedades cooperativas já podem cadastrar propostas no “Programa ReVerdeAr”, do Ibama. A iniciativa credencia projetos de recuperação de vegetação nativa nos biomas Caatinga, Cerrado, Mata Atlântica, Pampa e Pantanal para serem financiados por entidades e empresas atuadas por crimes ambientais. Importante: as propostas devem conter diagnóstico ambiental e prever a recuperação de uma área mínima de 100 hectares e máxima de 300 hectares, além de agregar ações de educação ambiental. O custo para execução não poderá ultrapassar R\$ 62 mil por hectare. <https://www.gov.br/ibama/pt-br/assuntos/notas/2026/orientacoes-sobre-o-edital-de-chamamento-publico-no-22-2026-2013-credenciamento-de-projetos-para-recuperacao-de-vegetacao-nativa>

Riscos Psicossociais

Repetitividade das tarefas lidera indicadores de riscos psicossociais em bares e restaurantes. O dado é proveniente de ferramenta do Conexão Abrasel que monitora riscos psicossociais em negócios de alimentação fora do lar. Oficializada em agosto de 2024, a inclusão expressa dos riscos psicossociais na Norma Regulamentadora nº 1 (NR-1) exige atenção. A fiscalização da norma passou a vigorar em maio deste ano e, para apoiar os empreendedores do setor nesse processo, a Abrasel disponibilizou ferramenta gratuita de mapeamento de riscos psicossociais no setor. “Alguns fatores podem impactar a forma como as pessoas se sentem em relação ao seu trabalho. Ver sentido e propósito na tarefa gera um retorno positivo, enquanto atividades repetitivas e mecânicas tendem a provocar o efeito contrário”, diz Paulo Jelihovschi, líder de Gentes e Jornadas da Abrasel.

Conferência Ethos

Entre os dias 18, 19 e 20 de agosto, São Paulo recebe a Conferência Ethos. Realizado desde 1999 pelo Instituto Ethos, organização pioneira e referência em responsabilidade empresarial e integridade socioambiental, o evento é um marco na agenda de desenvolvimento sustentável do Brasil e chega à sua 27ª edição, reunindo lideranças para discutir os principais desafios sociais, ambientais, tecnológicos e econômicos que impactam os negócios e a sociedade. A Conferência Ethos consolidou-se como uma plataforma de construção coletiva, troca de experiências e apresentação de soluções para fortalecer o papel das empresas na construção de uma sociedade mais justa, ética e sustentável. <https://www.conferenciaethos.org/>

Bem na Foto

O Dia dos Pais já passou (domingo, 9), mas a promoção do Madrid Open Mall (de S. José dos Campos) e Motoshi aceita inscrições até o dia 19 deste mês. A campanha “Histórias que Movem” convida o público a compartilhar lembranças marcantes e vai premiar o vencedor com uma Scooter Elétrica avaliada em R\$5 mil. A proposta é simples: compartilhar uma fotografia e responder à pergunta “Qual foi o momento com seu pai que mais marcou a sua vida?”. Mais do que disputar um prêmio, os participantes serão convidados a revisitar histórias de amor, ensinamentos, superação e conexões que atravessam gerações. Para participar, basta seguir os perfis oficiais do @madridopenmall e @motoshi.official, curtir a publicação oficial da campanha, marcar um amigo nos comentários e preencher o formulário, enviando uma foto e sua história.