



Quando o risco marítimo chega à bomba de combustível

Larry Carvalho (*)

A crise simultânea no Estreito de Ormuz e no Mar Vermelho revela que a economia global passou a depender menos da produção de petróleo e cada vez mais da capacidade de transportá-lo com segurança.

Durante décadas, a segurança energética foi analisada sob uma lógica relativamente simples: quanto maior a oferta de petróleo, menor a probabilidade de uma crise. O cenário atual no Oriente Médio demonstra que essa premissa já não explica, sozinha, o funcionamento do mercado global.

Hoje, o principal fator de risco deixou de ser apenas a produção. A verdadeira vulnerabilidade está na logística que conecta produtores e consumidores. Petróleo disponível não significa petróleo entregue. Entre um poço e uma refinaria existe uma cadeia formada por navios, seguradoras, armadores, bancos, contratos, rotas marítimas e decisões que passam a ser reavaliadas sempre que a percepção de risco aumenta.

É exatamente isso que acontece com a combinação entre a instabilidade no Estreito de Ormuz e os ataques promovidos pelos Houthis no Mar Vermelho. Pela primeira vez em muitos anos, duas das principais artérias do comércio mundial de energia passaram a sofrer pressão simultânea.

O Estreito de Ormuz concentra uma parcela significativa das exportações de petróleo e gás do Golfo Pérsico e não possui alternativas capazes de absorver integralmente esse fluxo. O ponto central, porém, é que ele não precisa ser oficialmente bloqueado para produzir efeitos econômicos. Basta que armadores, seguradoras e operadores logísticos entendam que o risco deixou de ser aceitável.

O mercado marítimo reage muito antes da diplomacia. Diante da incerteza, navios aguardam instruções, alteram rotas ou simplesmente deixam de operar na região. Ao mesmo tempo, seguradoras elevam prêmios, restringem coberturas e incorporam custos que rapidamente se espalham por toda a cadeia global.

Mesmo quando há sinais de distensão política, a normalização operacional leva muito mais tempo. Um cessar-fogo pode ser anunciado em poucas horas. Reconstruir a confiança necessária para deslocar um petroleiro carregado com milhões de barris é um processo infinitamente mais lento.

O custo invisível que chega à economia

Na tentativa de reduzir a dependência de Ormuz, a Arábia Saudita ampliou o uso de oleodutos até sua costa no Mar Vermelho. A solução parecia lógica, até que os Houthis passaram a mirar justamente essa rota alternativa. Quando até os caminhos de contingência se tornam inseguros, o problema deixa de

(*) Advogado especialista em logística, direito marítimo e comércio exterior.

ser regional e passa a afetar toda a arquitetura logística do comércio internacional.

No transporte marítimo, a percepção de risco vale quase tanto quanto o risco efetivamente materializado. Um único ataque pode alterar dezenas de viagens, elevar o seguro em milhões de dólares por operação e tornar financeiramente inviáveis rotas que permanecem abertas do ponto de vista físico.

A conta também não termina no seguro. Rotas mais longas aumentam consumo de combustível, reduzem a disponibilidade de embarcações, pressionam os fretes e elevam custos em diversos segmentos do transporte marítimo. Cada navio que demora semanas adicionais para concluir uma viagem reduz, na prática, a capacidade mundial de movimentação de cargas.

É nesse momento que o Brasil entra na equação.

Embora seja um grande produtor de petróleo, o país continua dependente da importação de derivados, especialmente diesel, e participa de um mercado em que preços são definidos globalmente. Se petróleo, frete, seguro e câmbio sobem simultaneamente, o impacto alcança rapidamente o transporte rodoviário, a indústria, o agronegócio e, por consequência, o consumidor.

Mais do que uma eventual escassez de combustível, o risco é a formação de uma nova onda de inflação impulsionada pelos custos logísticos. Afinal, praticamente toda atividade econômica depende de transporte.

Existe ainda um componente frequentemente ignorado: as expectativas. Empresas antecipam compras, seguradoras revisam exposições, bancos restringem financiamentos e armadores tornam-se mais seletivos. O custo da incerteza aparece antes mesmo da falta de produtos.

A principal lição dessa crise é que segurança energética e segurança marítima tornaram-se conceitos inseparáveis. Diversificar fornecedores de petróleo já não basta. Será cada vez mais necessário fortalecer rotas, ampliar a capacidade de refino, investir em infraestrutura logística e reduzir vulnerabilidades que, até pouco tempo, eram vistas apenas como questões operacionais.

O Brasil está distante de Ormuz e de Bab el-Mandeb no mapa. Mas participa de um mercado em que o preço da energia, do transporte, do seguro e do financiamento é formado globalmente. Em um mundo cada vez mais conectado, a guerra já não altera apenas fronteiras. Ela redefine rotas. E são essas rotas que, no fim da cadeia, ajudam a determinar quanto o consumidor brasileiro pagará na bomba de combustível.

Como o Open Gateway reduz o custo por aquisição de clientes?

Reduzir o Custo de Aquisição de Clientes (CAC) é um dos resultados mais promissores de qualquer empresa, o qual pode ser conquistado através da otimização de campanhas, melhora da segmentação de mídia ou aumento da taxa de conversão de landing pages, por exemplo

Werique Franca (*)

Embora essas iniciativas continuem relevantes, um fator passou a ganhar espaço na estratégia das empresas, viabilizando essa conquista: o Open Gateway.

Muito além de um novo conjunto de APIs, ele representa uma forma de aproximar aplicações digitais da infraestrutura das operadoras de telecomunicações. Dessa forma, ao invés de tratar a rede apenas como um meio de transporte de dados, as empresas passam a acessar capacidades que, antes, estavam restritas às operadoras, como verificação de número de telefone, validação da troca de SIM Card, confirmação da qualidade da conexão e autenticação baseada na própria rede móvel.

O resultado é uma mudança importante na relação entre as partes: processos que, antes, dependiam de etapas adicionais de validação, passam a acontecer de forma transparente para o usuário, aumentando sua confiança e credibilidade com a marca. Isso, além de reduzir um dos maiores inimigos da conversão: o atrito.

É comum, por exemplo, encontrar jornadas onde o cliente precisa informar um código recebido por SMS, responder perguntas de segurança ou repetir informações apenas para comprovar sua identidade. Cada etapa adicionada representa uma nova oportunidade de abandono. Mas, com APIs como Number Verification,

por exemplo, uma empresa consegue confirmar que aquele dispositivo realmente pertence ao número informado, sem exigir nenhuma ação adicional do usuário. O processo se torna praticamente invisível.

Quanto mais difícil fica identificar se um usuário é legítimo, maior será o investimento necessário para validar cadastros, combater fraudes e recuperar abandonos de jornada. Esse custo quase nunca aparece isolado nas planilhas de marketing, mas impacta diretamente o CAC. Nesse sentido, ter menos etapas que encurtem a jornada eleva as chances de conversão daquele potencial cliente.

Ainda, de todos esses benefícios, talvez o maior impacto esteja na redução das fraudes. Setores como bancos, fintechs, seguradoras, varejo, marketplaces e concessionárias convivem, diariamente, com tentativas de criação de contas falsas, tomada de identidade e golpes envolvendo troca indevida de chips telefônicos. Além do prejuízo financeiro,

marketing frequentemente desperdiçam investimento tentando adquirir usuários inexistentes, cadastros duplicados ou números inválidos. Quanto mais cedo essas inconsistências são identificadas, menor o desperdício de mídia e maior a eficiência das campanhas. Aqui, o Open Gateway deixa de ser apenas uma tecnologia de autenticação, e passa a atuar como uma camada de inteligência para toda a jornada digital.

Isso muda também a forma como empresas pensam na inovação. Ao invés de desenvolverem soluções isoladas para cada problema de segurança, identidade ou conectividade, torna-se possível consumir essas capacidades como serviços padronizados, disponíveis para qualquer aplicação que deseje utilizá-las. Esse é, justamente, um dos principais objetivos do Open Gateway: transformar funcionalidades complexas das redes móveis em APIs abertas, interoperáveis e escaláveis.

Nos próximos anos, a discussão deixará de ser “quem utiliza Open Gateway” para se tornar “quais jornadas ainda não utilizam Open Gateway”. Porque, no fim, reduzir o CAC nunca foi apenas gastar menos em mídia, sempre foi eliminar tudo aquilo que impede um cliente legítimo de concluir sua jornada. E é exatamente nesse ponto que essa iniciativa pode se tornar uma das mais relevantes para aquisição digital na próxima década.

(*) Product & Business Manager na Pontaltech.

Empresas de saúde apostam no ESG

Diversas empresas do setor de saúde vêm ampliando investimentos em práticas ESG, impulsionadas por exigências de investidores, cadeias globais de fornecimento e regulamentações internacionais. A bioMérieux Brasil, por exemplo, acaba de conquistar a certificação ESG do IBDN, reconhecimento que valida sua estratégia de responsabilidade socioambiental e governança alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU (ODS).

Em um cenário no qual investidores, clientes, parceiros e a própria sociedade valorizam organizações comprometidas com práticas ESG, conquistar uma certificação independente representa um importante diferencial competitivo. Para a bioMérieux Brasil, a conquista representa mais do que um reconhecimento institucional. “Ela evidencia o comprometimento de seus colaboradores em trans-

