

# Dia dos Pais: saiba como vender com mais segurança no físico e no digital

Data é oportunidade de destaque para o varejo no início do segundo semestre e para isso, é preciso se prevenir para garantir a segurança nas transações comerciais

O Dia dos Pais é uma das principais datas comemorativas do varejo no segundo semestre e representa uma oportunidade importante para lojistas ampliarem as vendas, fortalecerem o relacionamento com os consumidores e movimentarem diferentes segmentos do comércio. Em meio ao aumento no fluxo de compras, tanto em lojas físicas quanto nos canais digitais, a segurança nas transações se torna um fator essencial para garantir uma boa experiência ao cliente e proteger o negócio contra fraudes e prejuízos.

De acordo com a Abecs (Associação Brasileira das Empresas de Cartão de Crédito e Serviços), o Dia dos Pais deve movimentar R\$ 9 bilhões no comércio neste ano. A Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), por sua vez, estima que cerca de 104 milhões de brasileiros pretendem comprar presentes para a data em 2026. Esse cenário de oportunidade para o varejo exige que os empreendedores, tanto de lojas físicas quanto online, redobrem a atenção para garantir transações seguras e evitar prejuízos que vão além do valor de uma venda. Segundo o Mapa da Fraude da Serasa Experian, apenas no digital, foram mais de 700 mil tentativas de fraude no primeiro semestre deste ano.



Diante desse cenário, a Getnet, fintech líder em soluções de pagamento na América Latina e na Península Ibérica, reuniu uma série de orientações de segurança para ajudar os lojistas a proteger seus negócios e vender com mais segurança para aproveitar a temporada de vendas, tanto no físico como no digital. “É importante que o empreendedor foque em proporcionar a melhor experiência para seus clientes, sem se preocupar com golpes. A segurança é essencial para construir uma relação de confiança e fidelizar o cliente”, afirma Alexandre Oliveira, head de Riscos e Prevenção a Fraudes da Getnet.

Dicas para lojas físicas: **Atenção ao Pix na maquininha:** sempre verifique no extrato ou no aplicativo do seu banco se o valor da transação via Pix realmente

foi creditado em sua conta antes de liberar o produto. Não confie apenas no comprovante apresentado pelo cliente, pois ele pode ser falso.

**Cuidado com o golpe da troca de maquininha:** fique atento para que, em um momento de distração, o seu equipamento não seja trocado por um aparelho do golpista, que passaria a receber os valores das suas vendas.

**Desconfie de visitas técnicas inesperadas:** instrua sua equipe a não entregar equipamentos para supostos técnicos que aparecerem na loja sem um agendamento prévio ou um contato oficial da empresa de pagamentos.

Dicas para o e-commerce: **Monitore atividades suspeitas:** fique de olho em comportamentos atípicos, como um mesmo cliente

fazendo várias compras com cartões diferentes em um curto espaço de tempo, ou um volume grande de pedidos para o mesmo endereço de entrega.

**Proteja os dados dos seus clientes:** utilize plataformas de e-commerce seguras e invista em certificados de segurança (SSL) para proteger as informações de pagamento e os dados pessoais dos consumidores.

**Cuidado com o Chargeback no Link de Pagamento:** para evitar contestações, confirme se a identidade do comprador é a mesma do portador do cartão antes de enviar o produto. Em caso de contestação e chargeback, o lojista precisará ter provas de que a venda foi realizada para o dono do cartão. Descreva detalhadamente os itens na fatura, guarde os comprovantes de envio e monitore transações com comportamento suspeito.

“Datas comemorativas como o Dia dos Pais trazem grandes oportunidades para o varejo, mas também exigem atenção redobrada dos empreendedores. Com processos seguros, orientação às equipes e soluções de pagamento confiáveis, é possível reduzir riscos, proteger o negócio e oferecer uma experiência de compra mais tranquila para o consumidor”, conclui Alexandre Oliveira.



Negócios & Carreira

Fabiana Monteiro (\*)

## Liderar também é renunciar

*Da maternidade ao comando da operação latino-americana do MUFG, Juliane Yung descobriu que as decisões mais importantes da carreira moldam a forma de liderar*

Juliane Yung nasceu em São Paulo, em 1980, filha do sino-americano Benjamin e da brasileira Maria Helena. Cresceu em uma família dividida entre duas visões: a mãe acreditava que os filhos deveriam permanecer em casa até o casamento, enquanto o pai defendia a independência desde cedo. Foi ele quem despertou seu pensamento estratégico ao incentivá-la a jogar xadrez na infância.

Estudou no Colégio Bandeirantes e sonhava cursar Engenharia. Após não ser aprovada na USP, ingressou em Administração de Empresas na Fundação Getúlio Vargas (FGV), entre 1998 e 2001, e posteriormente concluiu um MBA em Finanças pela Business School São Paulo.

Ainda na graduação iniciou a carreira no mercado financeiro. Após passagens por uma consultoria da família e pela Andersen Consulting, entrou como trainee no ABN AMRO em 2000. Atuou em análise de crédito e gestão de riscos até seguir para o BankBoston, onde se tornou analista de crédito sênior. Em 2006, migrou para a área comercial no ING e, em 2008, foi promovida a vice-presidente. No mesmo ano, casou-se com Fábio.

Em 2010 nasceu Laís. Pressionada pelo ambiente corporativo, Juliane retornou ao trabalho antes do fim da licença-maternidade, decisão da qual hoje se arrepende.

### O passo que parecia um retrocesso

Um ano depois, recebeu o convite para deixar o ING e ingressar no MUFG. A mudança parecia um passo atrás: o banco era menor no Brasil e ela assumiria menos responsabilidades.

Durante nove meses refletiu sobre a proposta. Como também planejava ampliar a família, negociou a garantia de receber o bônus do primeiro ano mesmo em caso de gravidez. Em 2012 ingressou no MUFG como diretora, convencida de que algumas escolhas devem ser avaliadas pelo potencial de longo prazo, e não apenas pelos ganhos imediatos.

Arthur nasceu em 2013 e, dois anos depois, Juliane foi promovida a Managing Director, confirmando que a decisão aparentemente arriscada havia sido determinante para sua carreira.

### Quando a liderança ganhou outro significado



Juliane Yung.

Em 2017, uma gravidez de gêmeos mudou novamente sua vida. Após perder um dos bebês, recebeu a notícia de que o outro poderia nascer com um problema cardíaco. Léo veio ao mundo em agosto e precisou passar por cirurgia logo após o nascimento. Dessa vez, Juliane decidiu se desconectar totalmente do trabalho para acompanhar a recuperação do filho.

Durante a licença, surgiu um novo desafio: assumir a liderança do Corporate & Investment Banking do MUFG no Brasil. Com o apoio do marido, da família e da equipe médica, aceitou o convite e retornou em janeiro de 2018.

Ela faz questão de diferenciar esse retorno daquele vivido após o nascimento da primeira filha. Em 2010 voltou por medo de perder espaço; em 2018 retornou porque acreditava estar pronta e porque a decisão também fazia sentido para sua identidade profissional. A experiência ampliou sua empatia e reforçou sua convicção de que liderança exige compreender as circunstâncias antes de julgar escolhas.

### Liderança sem fronteiras

Em julho de 2023, Juliane foi promovida a Head of Latin America Corporate & Investment Banking do MUFG, passando a liderar as operações da instituição na América Latina. A nova função ampliou sua atuação para diferentes países e culturas. Em 2024, mudou-se temporariamente com a família para os Estados Unidos, experiência que fortaleceu sua capacidade de adaptar a liderança sem abrir mão dos próprios valores.

Para Juliane, a inteligência artificial transformará o mercado financeiro, mas jamais substituirá discernimento, ética, responsabilidade e capacidade de julgamento. Acredita que líderes eficazes não precisam ter todas as respostas, mas saber ouvir, formar equipes complementares e tomar decisões consistentes.

Entre os livros que mais a inspiraram está Outlive, de Peter Attia, pela ideia de que resultados duradouros são consequência de escolhas feitas com disciplina ao longo do tempo.

Ao olhar para trás, Juliane percebe que as decisões que mais impulsionaram sua carreira nunca foram as mais confortáveis. Foi assim ao trocar o ING pelo MUFG, ao retornar ao trabalho durante a recuperação do filho e ao assumir uma liderança internacional.

Os cargos mudaram. Os desafios também.

Mas a forma de decidir permaneceu a mesma.

Porque, no fim, liderar também é renunciar.

(\*) - Chairman, CEO da Editora Global Partners – Affiliated to Institute of Coaching at McLean Hospital, associate Harvard Medical School – (ICPA).  
Conselheira de empresas.

## Indústria 4.0: impactos da integração logística no segmento

Visibilidade de ponta a ponta, otimização de processos e aprimoramento da experiência do cliente são alguns dos citados pela nstech.

Segundo dados da Confederação Nacional da Indústria (CNI), 69% das indústrias no Brasil utilizam ao menos uma tecnologia. De acordo com uma pesquisa da McKinsey & Company, a digitalização no setor pode reduzir cerca de 15 a 30% dos custos, além de aumentar, nessa mesma proporção, a produtividade do dia a dia. Ainda segundo o levantamento, o uso de tecnologia pode reduzir o tempo parado das máquinas em 30 a 50%.

“Na Indústria 4.0, a conexão inteligente entre pessoas, processos e tecnologia redefine a cadeia de suprimentos. Nesse momento, a integração logística representa uma mudança de paradigma fundamental para as grandes companhias: a transição de um modelo tradicional, linear e fragmentado para redes colaborativas, inteligentes e orientadas por dados, transformando a logística de um mero centro de custos em um vetor estratégico de crescimento e vantagem competitiva”, afirma Jade Satomi, Diretora de Indústria na nstech, maior ecossistema de software para supply chain da América Latina e uma das cinco principais empresas SaaS do Brasil.

Pensando nisso, a especialista destacou três impactos da integração

logística e da maior digitalização no segmento. São eles:

### 1. Visibilidade de ponta a ponta:

“A integração de sistemas por meio de Torres de Controle permite monitorar as operações em tempo real, prever falhas e tomar decisões preditivas. Em vez de atuar de forma reativa e olhando apenas pelo retrovisor, o uso intensivo de Inteligência Artificial e dados estratégicos permite que a empresa orquestre seus processos do início ao fim”, completa a especialista.

### 2. Otimização e redução de custos:

Como consequência da integração de dados e da maior visibilidade que a Torre de Controle traz às operações, uma pesquisa da Accenture ressaltava a diminuição dos custos logísticos entre 3% e 5% e aumento de eficiência do trabalho de 10% a 20% com o uso das tecnologias. Com ecossistemas integrados, as empresas podem eliminar processos manuais e reduzir o retrabalho, garantindo melhor ocupação do transporte e menos desperdícios e perdas na operação.

### 3. Aprimoramento da experiência do cliente:

De acordo com uma pesquisa do Zoom, 85% dos compradores se dizem fiéis à marca quando avaliam que o atendimento é aprimorado com

frequência. Ainda segundo o levantamento, 87% considera a rapidez e eficácia como estratégicas para a fidelização. Nessa linha, soluções conectadas chegam para unificar os canais de venda, proporcionando opções de entrega flexíveis, rastreamento contínuo e maior agilidade. “Toda essa eficiência se traduz diretamente em um nível mais alto de serviço, resultando em maiores taxas de conversão, fidelização de clientes e na redução de carrinhos abandonados no e-commerce”, analisa a profissional.

### Integração como base para crescimento escalável

Como resposta a esse cenário de crescente complexidade e fragmentação da logística, a tese da nstech está fundamentada na integração de todo o ecossistema. Nesse contexto, a companhia investe na Transportation Network System (TNS), uma categoria de rede logística integrada que conecta, de forma fluida e inteligente, empresas e diferentes elos da cadeia por meio de uma única plataforma.

“Lançada em 2025, a TNS promove uma nova abordagem ao setor logístico e, consequentemente, a todos os outros que se relacionam com ele, como a indústria. Nosso objetivo, como companhia, é romper com a fragmentação operacional e, assim, trazer mais dinâmica e otimização para toda a cadeia”, finaliza Jade.