

Quatro dicas para o empreendedor digitalizar o seu negócio

Digitalizar um negócio atualmente já não é mais uma escolha. Pesquisas comprovam que mesmo quando o usuário efetua sua compra no estabelecimento físico, estudos de preço e opinião sobre determinado produto ou serviço na maioria dos casos acontecem antes, em meios digitais

Diante desse cenário, pessoas que buscam sucesso na implementação ou crescimento de sua presença digital devem sobretudo escolher bons parceiros para que a jornada da digitalização seja feita da melhor maneira possível, evitando erros ao longo do percurso. Para auxiliar nesta trajetória, Lívia Lampert, gerente de marketing e produtos na KingHost, empresa de hospedagem de sites e soluções digitais elaborou quatro recomendações para empresas que pretendem se digitalizar.

1) Como saber se meu negócio está pronto para se digitalizar? - Passar por um processo de digitalização de um ou mais aspectos do negócio pode tanto beneficiar clientes quanto colaboradores, assim como abrir oportunidades de crescimento para o negócio, em qualquer segmento, que o analógico não permitiria. Estar preparado para se digitalizar é mais amplo do que simplesmente contar com recursos tecnológicos (hardware e software). É necessário desenvolver habilidades de gestão, chamadas “soft skills”, tais como uma visão de transformação, uma mentalidade orientada à mudança e capacidade colaborativa.



Estar preparado para se digitalizar é mais amplo do que simplesmente contar com recursos tecnológicos.

2) Erros que devem ser evitados - O principal a se evitar é tentar fazer tudo sozinho. Dependendo da maturidade do negócio, o empreendedor pode ainda ser parte do dia a dia do negócio, executando diversas atividades, por ser muitas vezes o maior especialista no serviço ou produto do negócio. Na digitalização, porém, é importante escolher bons parceiros nessa jornada. Para apoiar uma organização na digitalização, especialistas em tecnologia darão ao empreendedor o apoio nas decisões sobre as melhores escolhas de compra de tecnologia e capacidade, conforme a necessidade de cada negócio, além de indicar fornecido-

res que tenham uma reputação reconhecida como prestador de cada serviço. Outro aspecto que o empreendedor deve evitar é negligenciar a importância de investir em segurança da informação. Muitas empresas acabam deixando para investir em segurança apenas após um episódio de ameaça ou prejuízo de fato ocorrido por uma vulnerabilidade. No processo de digitalização, o empreendedor deve investir na implantação de uma cultura de segurança em todos os níveis da sua empresa.

3) Prepare seus colaboradores - A preparação dos colaboradores é essencial para obter maior sucesso no pro-

cesso de digitalização de uma empresa. Capacitação em assuntos como Agilidade podem apoiar a formação de uma mentalidade orientada à mudança e maior colaboração entre pessoas. Outro assunto muito pertinente a desenvolver, se trata da experiência do cliente, uma vez que conhecer as necessidades e aquilo que o cliente vê como valor pode fortemente apoiar a introdução das ferramentas digitais.

4) O ambiente digital está em constante evolução - O digital é um ambiente essencialmente dinâmico, no qual tanto forças internas quanto externas levarão todo negócio a buscar constantemente atualizações. Por isso a digitalização deve ser entendida como um processo incremental, e não como um projeto finito. Pode ser que um sistema que foi implantado requeira atualizações pois novas características ou funcionalidades foram adicionadas, ou porque uma vulnerabilidade ou erro foi reconhecido e corrigido. - Fonte e outras informações: (https://www.king.host/).

Marcas deixam os clientes frustrados por não responderem

Os consumidores estão sendo ignorados involuntariamente pelas empresas, é o que mostra o novo estudo encomendado pela Sinch, com quase 3 mil consumidores de 15 países. O estudo descobriu que 89% dos entrevistados têm intenção de iniciar conversas e responder mensagens das empresas, através de múltiplos canais móveis e sociais. No entanto, mais da metade (53%) apontou ter sentido frustração ao descobrir que não era possível responder a uma mensagem móvel enviada por uma empresa - por exemplo para fazer uma pergunta, receber uma atualização ou completar uma ação, como agendar um encontro.

• Respostas atrasadas significam insatisfação - Mesmo as marcas que implantaram alguma comunicação bidirecional estão lutando para atender às expectativas dos consumidores, aponta o relatório. Quando perguntado quanto tempo normalmente leva para obter uma resposta de uma marca nas mídias sociais, quase uma em cada quatro pessoas respondeu um dia ou mais. A maioria dos entrevistados disse que seria menos provável comprar de uma marca, devido a esses intervalos de espera pouco razoáveis. O dimensionamento de mensagens bidirecionais, através de canais móveis para entregar o imediato que os clientes esperam, exige maior atenção e ferramentas que podem vir de forma eficiente por meio de uma plataforma CPaaS superior.

• IA em equipe? - O estudo descobriu que 70% das pessoas interagiram com um chatbot alimentado por IA

pelo menos uma vez - mas o que acontece quando um atendente humano precisa intervir? 95% dos entrevistados manifestaram o desejo de ser imediatamente direcionados para um agente nessas situações - um forte contraste com os 35% das empresas que atualmente permitem isso, de acordo com um recente white paper da IDC. O estudo amplifica o desequilíbrio entre o desejo dos consumidores por interações mais íntimas com marcas e as limitações da atual realidade com as mensagens unidirecionais - que não podem ser respondidas. “Nossa pesquisa mostra que os clientes estão prontos para levar suas relações com as marcas ao próximo nível, com mensagens bidirecionais através de canais que lhes dão a liberdade de moldar a conversa de acordo com suas necessidades”, comenta Jonathan Bean, CMO da Sinch. Entretanto, como muitas marcas ainda não estão equipadas para proporcionar essa experiência de conversa aprimorada, os clientes estão sendo ignorados involuntariamente, o que pode levá-los a abandonar completamente um negócio. A ativação de mensagens omnichannel bidirecionais é uma maneira substancial de impulsionar a experiência do cliente e criar relações mais leais e satisfatórias com os consumidores. O estudo online contou com quase 3 mil consumidores em 15 países e foi conduzido pela Ravn Research em outubro de 2021. - Fonte e outras informações: (https://www.sinch.com/).

Foodtechs e a revolução na mesa

Para contemplar exigências cada vez maiores dos consumidores, os agentes que integram toda a cadeia alimentar, desde a produção até a mesa do consumidor, contam com número maior de aliados. Entre eles, as foodtechs – empresas e projetos que utilizam tecnologias de ponta para transformar a indústria agroalimentar em um setor mais moderno e em consonância com as novas tendências tecnológicas, como big data e internet das coisas (IoT). “As foodtechs são consideradas startups focadas para fora da porteira no mundo agro. Elas são muito importantes para o desenvolvimento do setor, pois estão mais próximas do consumidor e conseguem entender melhor as tendências e exigências do mercado”, explica Felipe Camargo, consultor sênior de Digital Date & Analytics do Centro de Excelência em Agronegócios da EY. “Com as foodtechs vieram as inovações tecnológicas, que são responsáveis pelos novos hábitos da população, que tem buscado praticidade, qualidade de vida e dos produtos”, completa Camargo, destacando que há um “boom” no mercado de proteínas alternativas (carnes elaboradas a partir de vegetais, por exemplo) e fermentadas, lojas de produtos frescos e market place de comidas prontas e saudáveis. Nos últimos dez anos, mais de US\$ 1 bilhão foram investidos em foodtechs no país, segundo relatório elaborado pela plataforma Distrito. Atualmente, pelo menos

335 startups nacionais estão em operação no setor, divididas em diversas categorias, tais como: superfoods, delivery e logística, cozinha inteligente & restaurante tech e serviços de apps. A maior parte das foodtechs se concentra no setor de superfoods: uso de tecnologia para a criação de novas categorias de alimentos e bebidas, por vezes associadas ao uso de matéria-prima alternativa para se chegar a um novo produto para a indústria de alimentos. Nessa área se classificam, por exemplo, as recentes empresas que desenvolvem carnes vegetais. Camargo destaca a importância cada vez maior das foodtechs com dados sobre a alimentação da população mundial, nos próximos anos. De acordo com a FAO, até 2050 a população do planeta chegará a 9,6 bilhões de pessoas, que consumirão cerca de 30 bilhões de refeições por dia. Para suprir essa demanda, a produção mundial de alimentos deve crescer 70%, o que representa um gigantesco impacto ambiental e social. “Apesar das grandes quantidades de características positivas, podemos também notar desafios da sustentabilidade alimentar que causam grandes impactos ao setor”, diz Camargo, citando questões como: alto consumo de energia nas produções, combate ao desperdício de alimentos e degradação dos ecossistemas, empobrecimento do solo e comprometimento dos recursos hídricos. - Fonte: Agência EY.

INSTITUTO DO CÂNCER ARNALDO VIEIRA DE CARVALHO									
CNPJ 60.945.854/0001-72									
Demonstrações Contábeis									
Balancos Patrimoniais Encerrados em 31/12/2021 e 31/12/2020 - (valores expressos em reais)									
Ativo	31/12/2021	31/12/2020	Passivo	31/12/2021	31/12/2020	Demonstração dos Resultados para os Exercícios Findos em 31/12/2021 e 31/12/2020 - (valores expressos em reais)			
		(Reclassificado)			(Reclassificado)		31/12/2021	31/12/2020	
Circulante			Circulante			Receitas	96.279.169	97.675.069	(Reclassificado)
Caixa e equivalentes de Caixa			Fornecedores	3.199.802	3.958.083	Receita SUS (Dr. Arnaldo)	71.650.043	67.914.128	
- com restrição	11.054.583	11.254.662	Empréstimos e Financiamentos CP	1.330.362	2.225.286	Secretaria de Estado da Saúde	24.629.126	29.760.941	
Caixa e equivalentes de Caixa			Parcelamento de Tributos CP	1.749.012	1.453.108	(Despesas)			
- sem restrição	4.366.157	6.163.516	Impostos e Contribuições	7.070.182	5.155.743	Recursos Humanos	(27.637.929)	(25.855.851)	
Contas a Receber	5.493.594	5.712.162	Impostos e Contribuições	7.070.182	5.155.743	Honorários Médicos	(25.921.269)	(25.709.114)	
Subvenções a Receber	3.937.013	4.174.613	Obrigações Trabalhistas	12.440.322	12.889.848	Medicamentos e Materiais	(20.788.226)	(18.244.840)	
Outros Créditos	814.005	1.223.412	Contas a pagar	1.931.239	3.439.341	Despesas Administrativas e Gerais	(10.516.697)	(9.474.425)	
Estoques	1.927.043	1.609.898	Repasse SUS	7.638.897	7.772.455	Despesas Tributárias	(212.877)	(343.366)	
Total do Circulante	27.592.395	30.138.262	Subvenções a Realizar	11.117.964	11.646.827	Unidades Avançadas de Atendimento	(19.377.895)	(22.976.169)	
Não Circulante			Total Circulante	46.477.790	48.540.690	Depreciação	(1.085.913)	(990.763)	
Realizável a Longo Prazo	150.000	667.809	Não Circulante			Resultado Financeiro	(4.092.267)	(2.523.700)	
Investimentos	150.000	667.809	Empréstimos e Financiamentos LP	13.636.289	12.308.638	Receitas com Trabalho Voluntário	262.082	327.445	
Imobilizado	36.309.689	35.288.050	Parcelamento de Tributos LP	6.696.017	4.398.182	Despesa Trabalho Voluntário	(262.082)	(327.445)	
Bens sem restrição	39.576.029	38.802.636	Receitas Diferidas	4.288.505	3.844.564	Receita com Isenções Usufruídas	6.411.592	6.063.628	
(-) Depreciação Acumulada			Provisão para Contingência	9.211.654	6.240.713	Despesas com Isenções Usufruídas	(6.411.592)	(6.063.628)	
sem Restrição	(7.554.844)	(7.359.151)	Total Não Circulante	33.832.465	26.792.098	Superávit/Déficit Operacional	(109.633.074)	(106.118.229)	
Bens com Restrição	8.235.321	6.923.805	Patrimônio Líquido/			Receitas com Subvenções e Doações	(13.353.905)	(8.443.160)	
(-) Depreciação Acumulada	(3.946.816)	(3.079.241)	Passivo a Descoberto			Fundo Nacional da Saúde			
Total Não Circulante	36.459.689	35.955.859	Patrimônio Social	(14.783.759)	(11.599.527)	- Ministério da Saúde	598.287	730.735	
Total do Ativo	64.052.085	66.094.121	Reserva de Reavaliação	-	60.765	Secretaria Municipal da Saúde	5.384.446	3.715.906	
			Superávit/Déficit do Exercício	(1.474.401)	2.300.095	Secretaria Estadual da Saúde	3.095.228	2.066.380	
			Total Patrimônio Líquido/			Receitas com			
			Passivo a Descoberto			Campanhas e Doações	2.257.427	3.529.358	
			Patrimônio Social	(14.783.759)	(11.599.527)		11.335.387	10.042.379	
			Reserva de Reavaliação	-	60.765	Outras Receitas			
			Superávit/Déficit do Exercício	(1.474.401)	2.300.095	Desconto de Fornecedores	25.098	8.205	
			Total Patrimônio Líquido/			Notas Fiscais Paulistas	150.599	236.660	
			Passivo a Descoberto			Pesquisa Clínica	225.457	322.978	
			Total Passivo + Patrimônio	(16.258.160)	(9.238.667)	Receitas Diversas	142.962	133.034	
			Líquido/Passivo a Descoberto	64.052.085	66.094.121		544.116	700.876	
						Resultado do Exercício	(1.474.401)	2.300.095	

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE DESPORTOS
Edital de Convocação
Assembleia Geral da Associação Portuguesa de Desportos
Pelo presente edital, o Sr. Francisco Alberto Martins Touças, na qualidade de Presidente da Assembleia Geral da Associação Portuguesa de Desportos, **Convoca** os senhores sócios fundadores, remidos, patrimoniais, contribuintes, contribuintes benfeitores, grande-benfeitores, com no mínimo 18 (dezoito) anos de idade e com mais de 2 (dois) anos no quadro social, no pleno go

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Portal de Assinaturas Certisign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://www.portaldeassinaturas.com.br/Verificar/F0C6-7AE7-11D4-7AE6> ou vá até o site <https://www.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: F0C6-7AE7-11D4-7AE6



Hash do Documento

01F4DE29057610307D70DB32ECBE32A6F7C857A72C0AE2FCBB050F630DD7B05A

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 03/06/2022 é(são) :

☒ Jornal Empresas & Negócios Ltda - 008.007.358-11 em 03/06/2022 20:05 UTC-03:00

Tipo: Assinatura Eletrônica

Identificação: Autenticação de conta

Evidências

Client Timestamp Fri Jun 03 2022 20:05:26 GMT-0300 (Horário Padrão de Brasília)

Geolocation Latitude: -23.5032156 Longitude: -46.7030629 Accuracy: 12.466

IP 189.79.68.114

Hash Evidências:

3BB6EBEBBA2B5D4F7E530A62B1D5A4BAD12BDAEC1AB5CD75D6CAD9D5ADCE4231



LEIA O QR CODE ABAIXO E ACESSE A PUBLICAÇÃO EM NOSSO PORTAL



https://jornalempresasenegocios.com.br/publicidade_legal/zaraplast-s-a/

