

Diário da Serra

O DIA-A-DIA DA NOTÍCIA

JORNAL DIÁRIO DA SERRA
Propriedade da **AJOTA**
ASSOCIAÇÃO JORNALÍSTICA DE TANGARÁ DA SERRA
CNPJ: 29.464.235/0001-16
ISSN 22386467

REDAÇÃO
DIREÇÃO DE JORNALISMO
Fabiola Tormes Homsí (DRT-MT 1302)

CONTATO
ds@diariodaserra.com.br

Envie Pautas, Fotos Sugestões e Vídeos
para o **whatsapp** do **DIÁRIO DA SERRA**
(65) 3326-4724 

www.diariodaserra.com.br
www.ds.jor.br



DEPARTAMENTO COMERCIAL

PUBLICIDADE ASSINATURA
PUBLICIDADE LEGAL
Associação Jornalística de Tangará da Serra - AJOTA
SERVIÇOS GRÁFICOS
E. Tormes e Cia. LTDA
CNPJ: 14.048.123/0001-07
CONTATO: adm@diariodaserra.com.br
Fone: (65) 3326-4724

ENDEREÇO: Av. Tancredo Neves - 1247 W - Parque
Mansões - 78302-028 Tangará da Serra-MT
Fundado em 11 de novembro de 1996
Edição online desde 06 de setembro de 1997

TIRAGEM:1 MIL EXEMPLARES

CIRCULAÇÃO: Tangará da Serra, Nova Olímpia, Barra do Bugres, Porto Estrela, Campo Novo do Parecis, Sapezal, Denise, Arenápolis, Nortelândia e Santo Afonso.

CENTRAL DO ASSINANTE:   /jornalds
(65) 3326-4724 

CURTAS//

VISITA

O diretor-geral do Senar Central, Daniel Carrara, esteve em Tangará da Serra nesta semana, acompanhado pelo presidente do Sistema Famato, Vilmondes Tomain e pelo superintendente do Senar-MT, Marcelo Lupatini. Juntos, eles acompanharam o progresso da obra do Centro de Excelência em Grãos, Fibras e Oleaginosas.

CENTRO DE EXCELÊNCIA

Previsto para inaugurar em maio de 2025, o Centro de Excelência é uma unidade de ensino do Senar, organizado por cadeia produtiva, que forma uma rede integrada de ensino para disseminar o conhecimento em todo o país e contribuir com a competitividade e o desenvolvimento do setor agropecuário brasileiro.

FORMAÇÃO TÉCNICA

O carro-chefe da unidade será o Curso Técnico em Agricultura, com especialização em grãos, fibras e oleaginosas. Também serão ofertados cursos da Rede e-Tec, de formação inicial continuada e os cursos superiores da Faculdade CNA. Serão oito blocos independentes, modulares e funções específicas.

ARTIGO//

Tendências de Compras para 2025 A Influência da IA e as Experiências Personalizadas

O cenário de compras esta sendo transformado pela tecnologia, especialmente pela inteligência artificial e pela demanda por experiências personalizadas. À medida que as empresas buscam se destacar em um mercado cada vez mais competitivo, entender como esses fatores moldarão o comportamento do consumidor se torna essencial. As experiências personalizadas têm se tornado uma prioridade nas estratégias de marketing. Consumidores em todo mundo afirmam que estão mais propensos a comprar de uma marca que oferece experiências personalizadas do que as genéricas. Essa tendência se reflete na criação de campanhas de marketing que se adaptam às preferências individuais, criando uma conexão mais significativa entre a marca e o consumidor. A personalização não se limita apenas à comunicação. Com a ajuda da IA, as empresas estão utilizando dados comportamentais para oferecer recomendações de produtos sob medida. A inteligência artificial está redefinindo o processo de tomada de decisão dos consumidores. Ao analisar grandes volumes de dados, a IA pode prever tendências de compra e sugerir produtos com base no comportamento do usuário. Um estudo da Harvard Business Review mostrou que as recomendações alimentadas por IA podem aumentar as taxas de conversão em até 300%. Essa capacidade de antecipar as necessidades dos consumidores torna

a IA uma ferramenta poderosa para influenciar as decisões de compra. Além disso, a IA facilita a automação do atendimento ao cliente. Os chatbots, por exemplo, estão se tornando cada vez mais sofisticados, proporcionando suporte em tempo real e respostas rápidas às perguntas dos consumidores. Essa interação instantânea melhora a satisfação do cliente e pode influenciar positivamente a decisão de compra. As compras por voz estão em ascensão e devem se tornar uma das principais tendências até 2025. De acordo com a Statista, o mercado de assistentes de voz deve atingir US\$ 19,5 bilhões em 2025. O uso de dispositivos como Amazon Echo e Google Home está facilitando uma nova forma de interagir com as marcas, permitindo que os consumidores realizem compras apenas com comandos de voz. Essa comodidade reflete a necessidade crescente de conveniência no processo de compra. A realidade aumentada e a realidade virtual também desempenharão um papel significativo nas experiências de compra. Estudos da *Gartner* indicam que até 2025, 75% das organizações de varejo usarão AR ou VR para aprimorar a experiência do cliente. A AR permite que os consumidores visualizem produtos em seu ambiente antes de comprar, enquanto a VR pode criar experiências imersivas que ajudam os clientes a se conectarem emocionalmente com a marca. Embora a personalização ofereça muitos benefícios, também levanta questões éticas relacionadas ao uso de dados. À medida que as empresas coletam mais informações sobre seus consumidores, a transparência se torna crucial. As marcas que priorizam a privacidade e a transparência em suas práticas de coleta de dados não só respeitam as preocupações dos consumidores, mas também constroem uma base de confiança que pode resultar em maior lealdade. Outra tendência emergente é a crescente preocupação com a

sustentabilidade. À medida que os consumidores se tornam mais conscientes dos impactos ambientais de suas compras, as marcas que adotam práticas sustentáveis e oferecem produtos ecológicos ganham destaque. Apesar da crescente influência da IA e da automação, a conexão humana ainda é um aspecto crucial das experiências de compra. Os consumidores valorizam interações autênticas e relacionamentos com as marcas. Uma pesquisa da Salesforce revelou que 68% dos consumidores acreditam que a conexão emocional com uma marca é fundamental para sua fidelidade. Portanto, enquanto as empresas investem em tecnologia, não devem esquecer a importância do toque humano. As tendências de compras para 2025 refletem um equilíbrio entre tecnologia e personalização. A inteligência artificial está mudando a forma como as empresas se conectam com os consumidores, enquanto a demanda por experiências personalizadas está se tornando a norma. As empresas que abraçarem essas mudanças e priorizarem a transparência, a sustentabilidade e a conexão humana estarão melhor posicionadas para prosperar em um futuro cada vez mais digital. Investir em tecnologia e experiências personalizadas não é apenas uma estratégia de marketing, mas uma necessidade para as marcas que desejam se destacar no mercado. A capacidade de compreender e antecipar as necessidades dos consumidores será a chave para o sucesso, moldando o futuro das compras de maneira significativa e impactante.

Maria Augusta Ribeiro especialista em Netnografia e Comportamento Digital @gutabelicosa



INAUGURAÇÃO DA PRAÇA IDO EGON DRIEMEYER MARCA INÍCIO DO NATAL DE LUZ SICREDI

A Cooperativa Sicredi inaugurou a Praça Ido Egon Driemeyer, localizada junto ao espaço da Agência Rio Preto. A praça, que homenageia o primeiro presidente da cooperativa Sicredi, Ido Egon Driemeyer, segue decorada com luzes encantadoras e conta com vários cenários para fotos.

Durante a cerimônia, o presidente Antonio Geraldo Wrobel, a diretora de Operações Elisangela Dalmolin e representando a comunidade o presidente da Acits Rodrigo Andrade se uniram ao homenageado para descerrar a placa, simbolizando a importância desse momento histórico.

Com a cerimônia de descerramento da placa, a Praça Ido Egon Driemeyer se tornou um local encantador, com uma decoração especial de Natal. Além disso, a praça conta com vários cenários temáticos, perfeitos para tirar fotos e registrar momentos especiais. Os visitantes podem se divertir explorando os diferentes espaços decorados, que proporcionam belas paisagens para as fotografias.



FOTO: DIVULGAÇÃO

O ato foi realizado junto ao lançamento do 12º Natal de Luz Sicredi, que contou com diversas atrações, como brinquedos infláveis, pula-pula, algodão doce, pipoca e doces. Os alunos das escolas beneficiadas pelo Programa A União Faz a Vida se divertiram e aproveitaram as atividades oferecidas. Entidades apoiadas pelo Fundo Social, como o Projeto Recicla Verdinho e o Rotary Club também estiveram presentes, fortalecendo o compromisso da Sicredi Sudoeste em promover o desenvolvimento da comunidade. O evento também contou com o sorteio de brindes para os presentes, proporcionando momentos de emoção e alegria para todos.