

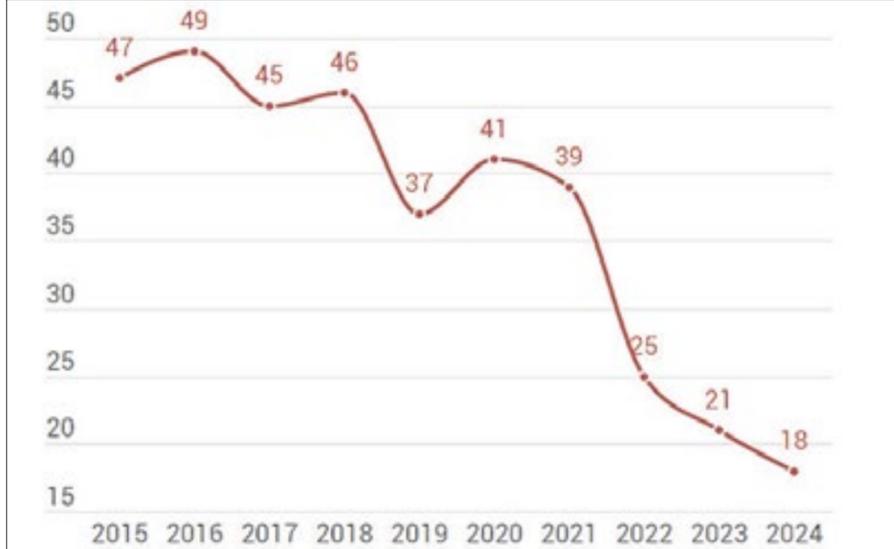
Número de vítimas de latrocínios cai 28% no Piauí

Foram 18 casos registrados no ano, uma redução de 28%

O Piauí encerrou o ano de 2024 com o menor número de vítimas de latrocínio desde 2015. Foram 18 casos registrados, representando uma redução de 28% em relação a 2022, quando ocorreram 25 crimes do tipo. Em 2015, o número foi mais do que o dobro: 47 ocorrências, segundo dados da Secretaria da Segurança Pública do Piauí (SSP-PI).

A queda nos índices é atribuída a um conjunto de medidas estratégicas das forças de segurança, com foco no combate aos roubos. O gerente de análise criminal e estatística da SSP-PI, João Marcelo Brasileiro de Aguiar, destacou a relação entre a redução dos roubos e a diminuição dos latrocínios. "Em 2024, tivemos uma redução de 39,8% no número de roubos em comparação a 2022, alcançando o menor índice desde 2015. Isso demonstra que as ações integradas estão funcionando", afirmou.

O número de roubos caiu pela metade em menos de uma década. Em 2015, o Piauí registrou 24.957 roubos. Em 2024, foram contabilizados 12.424 casos.



A queda nos índices reflete um esforço das forças de segurança

Projeto de recuperação

Entre as iniciativas que contribuíram para a redução dos roubos está o projeto de recuperação de celulares, desenvolvido pela Superintendência de Operações Integradas (SOI) da SSP-PI. Desde a implementação do programa, os roubos de celulares diminuíram 41% em 2024, comparados a 2022. Além disso, mais de 10 mil aparelhos foram recuperados.

O secretário da Segurança Pública do Estado, Chico Lucas, destacou a eficiência do projeto, que se tornou referência nacional. "Esse projeto simples, mas altamente eficiente, impacta diretamente a vida das pessoas. O roubo de celulares é um dos crimes mais comuns e, muitas vezes, está relacionado a crimes graves, como o latrocínio. Recuperar esses aparelhos protege vidas e aumenta a sensação de segurança", afirmou.

Segurança e integração

Especialistas apontam que o sucesso das medidas adotadas no Piauí se deve à integração entre as forças de segurança, a análise estratégica de dados criminais e o uso de tecnologias para monitoramento e recuperação de bens. O trabalho coordenado entre a Polícia Militar, a Polícia Civil e a SSP-PI tem sido fundamental para consolidar os resultados alcançados.

Alagoas firme no combate à violência

Alagoas segue firme no combate à violência com atuação integrada das forças policiais. As ações conjuntas trouxeram, em 2024, mais um resultado positivo para o estado, com a diminuição de mais da metade da taxa de Mortes Violentas Intencionais (MVI) desde o início da série histórica, em 2012.

Segundo dados do Núcleo

de Estatística e Análise Criminal da Secretaria da Segurança Pública (Neac/SSP), no ano passado foram registrados 1.055 casos. O quantitativo é 53,05% menor do que o número registrado em 2013, o ano mais violento da série histórica, quando foram contabilizados 2.247 crimes. A redução também é significativa em relação a 2012, primeiro ano de divul-

gação da série, que registrou 2.187 casos.

A pretensão do Governo de Alagoas é continuar reduzindo mais e mais o número de mortes violentas no estado e atingir novas marcas inéditas. Por isso o governador Paulo Dantas já deixou claro que a segurança pública é uma prioridade do governo estadual e que os investimentos continuarão sendo

feitos nessa área.

Somente em relação ao mês de dezembro de 2024, Alagoas obteve o segundo menor índice de mortes violentas desde 2012, com 91 casos. No comparativo com o mesmo mês do ano mais violento (2013), quando foram registrados 228 crimes, a redução foi de 60,1%. Em relação a dezembro de 2023 (95), a variação foi de menos 4,21%.

CORREIO OPINIÃO

Setor de varejo passa por transformações que incluem soluções omnichannel e "atacarejos"

Por Rafael Gouveia*

Nos últimos anos, o setor de varejo brasileiro passou por uma transformação significativa, sobretudo o mercado B2C que teve de se adaptar e desenvolver com a pandemia, estabelecendo um novo normal. Isso gerou um volume absurdo de vendas direcionadas diretamente entre empresa e consumidor final. Temos como agentes ativos nesse novo momento, os famigerados 'atacarejos' e a adoção de soluções omnichannel. Garanto que essas tendências não apenas mudaram a maneira como os consumidores compram, mas também redefiniram as estratégias de negócio das empresas de varejo.

A começar, os 'atacarejos', uma combinação de atacado e varejo, têm se destacado como uma das principais forças no setor de varejo. Esse formato oferece preços competitivos e um modelo de autoatendimento que atrai tanto consumidores finais quanto pequenos comerciantes. Segundo a Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores (ABAD), o segmento de atacarejo cresceu 15% em 2022, superando outras modalidades de varejo tradicional.

De acordo com a pesquisa Transformação Digital 2024 da SBVC (Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo), os investimentos em transformação digital das empresas são destinados principalmente em áreas voltadas para os clientes. Entre as empresas entrevistadas, 48% planejam investir mais em 2024 do que no ano anterior. As principais áreas de investimento incluem e-commerce (69%), CRM (69%) e omnicanalidade (65%). Elas se mostram essenciais para a transformação digital e superam outros pilares importantes como marketing (58%), dados (62%), Inteligência Artificial (42%) e infraestrutura (54%).

Vale registrar que esse crescimento é impulsionado por vários fatores. Primeiro, os consumidores estão cada vez mais conscientes do valor e buscam economizar em suas compras, fazendo o movimento de pesquisa online em detrimento de lojas físicas. Em segundo lugar, a praticidade de fazer compras em grande volume a preços mais baixos atrai pequenos comerciantes que buscam reabastecer seus estoques. Por fim, a expansão geográfica dos atacarejos, com novas lojas sendo abertas em áreas urbanas e rurais, aumenta o acesso a esses serviços.

Paralelamente ao crescimento dos atacarejos, as soluções omnichannel têm ganhado destaque no setor de varejo. A omnicanalidade integra diferentes canais de vendas e comunicação, proporcionando uma experiência de compra fluida e unifi-

cada para os consumidores. Com a pandemia de COVID-19 acelerando a digitalização, muitas empresas adotaram rapidamente estratégias omnichannel para atender às demandas dos consumidores que buscam conveniência e segurança.

Dados da Ebit|Nielsen indicam que o e-commerce brasileiro cresceu 27% em 2021, com a omnicanalidade desempenhando um papel crucial nesse aumento. As empresas que adotaram soluções omnichannel, como a integração de lojas físicas com plataformas online, click-and-collect e atendimento via redes sociais, observaram um aumento significativo nas vendas e na satisfação do cliente.

É importante destacar o que torna essa transformação ainda mais interessante é a convergência entre os atacarejos e as soluções omnichannel. Muitas redes de atacarejo estão investindo em tecnologias digitais para melhorar a experiência de compra. Por exemplo, plataformas de e-commerce específicas para atacado permitem que pequenos comerciantes façam pedidos online e retirem os produtos na loja, economizando tempo e otimizando o processo de reabastecimento.

Além disso, a implementação de programas de fidelidade e aplicativos móveis facilita o acesso a promoções e descontos exclusivos, incentivando uma fidelização do cliente. Essas iniciativas não só aumentam a conveniência para os consumidores, mas também proporcionam às empresas dados valiosos sobre os hábitos de compra, permitindo uma personalização maior e uma gestão de estoque mais eficiente.

Por outro lado, apesar desses benefícios, a implementação de estratégias omnichannel e a expansão dos atacarejos apresentam desafios importantes. A integração de sistemas de TI, a gestão eficiente de logística e a necessidade de treinamento de funcionários são alguns dos obstáculos que as empresas precisam estar bem atentas. Além disso, a competição acirrada exige inovação constante para manter a relevância no mercado.

No entanto, evidentemente as oportunidades geradas superam esses desafios. Empresas que conseguem oferecer uma experiência de compra unificada e conveniente, somado a preços competitivos, estão bem posicionadas para capturar uma fatia maior do mercado. A combinação de atacarejo e omnicanalidade não apenas atende às necessidades dos consumidores modernos, mas também impulsiona a eficiência operacional e a lucratividade.

*Fundador e CEO da Neppo

Vila Galé
HOTELS

PARA OS SEUS SONHOS, OS MELHORES destinos
PARA VOCÊ, A MAIOR REDE DE RESORTS DO BRASIL.

Nos resorts all inclusive da Vila Galé a alegria dura o ano inteiro.
Viva momentos inesquecíveis com muito conforto e diversão.

RESERVE AÍ!

WWW.VILAGALE.COM • BRASIL.RESERVAS@VILAGALE.COM • +55 (71) 4040-4999