

ESTREITAR A RELAÇÃO COM OS CLIENTES

COMO MELHORAR A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE PELO WHATSAPP?

Leia na página 8

WICHAYADA_SUWANNACHUNs_Images_CANVA

Economia prateada vai duplicar em 20 anos

Até 2034, o consumo da faixa da população com mais de 50 anos deve chegar a 35% do consumo total anual no Brasil.

Um público que cresce a passos largos, que se organiza pra viver mais e melhor e que vai exigir serviços cada vez mais coerentes e de qualidade. A Söderhem, criada para viabilizar projetos de moradia de sênior living, chega para abraçar essa fatia e mudar os contornos desse mercado no Brasil.

Com parcerias já firmadas e sendo sondada por fundos e por empresas sólidas do setor, a Söderhem nasce de um sonho e de uma visão: “queremos um mundo em que envelhecer seja sinônimo de qualidade e de convivência, e sabemos que existe uma lacuna nesse universo aqui no Brasil. É exatamente esse espaço, entre a qualidade na moradia e a possibilidade de construir comunidades, que viemos preencher”, enfatiza Daline Hällbom.

Daline, 17 anos de projetos no mercado imobiliário mundial, e a sócia Beatriz Pons, arquiteta radicada na Suécia há 13 anos, estão moldando uma nova forma de viver nos 60+, que une a arquitetura e qualidade das construções nórdicas com o calor que só o brasileiro sabe promover. “A ideia é atingir um público A+, que tem condições de viver bem, consome bons serviços e ainda quer ter experiência, não ser considerado velho e, com isso, perder a chama pela vida”, explica Beatriz.

Por isso, os projetos que ela assina têm, além de unidades maiores e adaptadas para atender às necessidades básicas de quem está na melhor idade, áreas verdes e externas que possibilitam bate-papos,



“Queremos um mundo em que envelhecer seja sinônimo de qualidade e de convivência, e sabemos que existe uma lacuna nesse universo aqui no Brasil. É exatamente esse espaço, entre a qualidade na moradia e a possibilidade de construir comunidades, que viemos preencher”

jogos, atividades ao ar livre e conhecer gente nova, da mesma faixa etária e com os mesmos gostos. “É quase uma fraternidade para quem já sabe o que quer e que espera mais da vida mesmo tendo vivido muito”, lembra Daline.

O combo vai ter, além de qualidade na construção e serviços de primeira, possibilidade de parcerias com marcas e empresas que possam promover passeios, atividades físicas e intelectuais. “O envelhecimento populacional é a maior mudança demográfica do século. Quem não se adaptar, ficará para trás”, enfatiza Hällbom.

As duas chegam em uma boa fase e em um mercado que está em plena ex-

pansão: segundo o Data8, a economia prateada no Brasil deverá duplicar em vinte anos. Estamos falando de um consumo anual na faixa de R\$ 1,6 trilhão em 2024, que pode chegar a R\$ 3,8 trilhões em 2044.

O primeiro projeto deve ser lançado em 2026 e já conta com uma incorporadora consolidada, mas precisa da escolha do fundo de investimento e de um aporte de cerca de R\$16 milhões para a compra do terreno, “que é um achado” confirma Daline. “A estimativa é que tenhamos a primeira entrega em cerca de 4 anos, mas podemos viabilizar mais de um projeto ao mesmo tempo, já que temos estudos fora de Florianópolis, também”, finaliza Beatriz.

Negócios em Pauta



Plataforma de ensino gratuita vai capacitar corretores de imóveis em todo o Brasil

A Phacz Empreendimentos, eleita pelo ranking Intec, em 2024 e 2025, uma das 100 maiores incorporadoras do país, acaba de anunciar a criação da Uniphacz, uma plataforma de ensino digital voltada a corretores de imóveis certificados. Com aporte inicial de R\$ 200 mil, a nova rede entrou no ar, por aplicativo, na última semana. A meta da construtora com matriz em Porto Belo, SC, é capacitar mil profissionais nos primeiros três meses de atividades e chegar a cinco mil corretores formados no período de até três anos. A plataforma de ensino digital terá cursos 100% online. “O mercado imobiliário brasileiro está em plena expansão, com alta de 15,7% nas vendas de imóveis residenciais no primeiro trimestre de 2025, com 102.485 unidades comercializadas, segundo a Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC)”, explica Esdras Constantino, diretor comercial e de marketing da Phacz Empreendimentos (<https://www.phacz.com.br/>). [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI



Curso de liderança para profissionais de chão de fábrica

@ Voltado a gerentes, supervisores, encarregados, líderes informais e profissionais que atuam na tomada de decisão na área industrial, a ABIMAQ (Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos) realiza em sua sede, localizada na Av. Jabaquara, 2925 - São Paulo/SP, o curso Técnicas de Liderança para Profissionais de Chão de Fábrica. Ministrado no dia 31 de julho (quinta-feira), pelo administrador de empresas e diretor da TCA - Tozzini Consultores Associados, Fábio Tozzini, o curso mostrará e ajudará os líderes em seu papel fundamental no gerenciamento das pessoas, de modo a incentivar o crescimento e a preservação da harmonia e o bem-estar da equipe (<https://abimaq.org.br/cursos/1280/tecnicas-de-lideranca-para-profissionais-de-chao-de-fabrica>). [Leia a coluna completa na página 2](#)

Ética e Integridade

A liderança como alicerce da ética empresarial

Denise Debiasi

Leia na página 6

Cultura Organizacional é alicerce para as redes de franquias

Compreendida como o conjunto de valores, crenças, práticas e comportamentos compartilhados dentro de uma empresa, a cultura organizacional tem papel fundamental no cenário empresarial na atualidade. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Excesso de canais aumenta o estresse e derruba a produtividade

Falta de integração entre canais e setores contribui para burnout, desengajamento e decisões lentas — e pode custar milhões ao negócio. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Empreender em tempos de tarifaço

De acordo com dados atualizados do Mapa de Empresas do Governo Federal, o Brasil registrou em junho de 2025 a abertura de 386 mil novos negócios, sendo que 73% deles foram formalizados em menos de 24 horas. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Foi promovido e está infeliz? Cinco motivos que explicam esse sentimento

Ser promovido sempre foi visto como sinônimo de sucesso. Um reconhecimento esperado, um crachá mais pesado, um salário mais robusto. Mas, nos bastidores do mundo corporativo, cresce o número de profissionais que trocam a comemoração por um silêncio incômodo. A promoção, que deveria ser motivo de orgulho, tem se mostrado para muitos uma armadilha emocional disfarçada de avanço. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular

OPINIÃO

O papel das edtechs na democratização do acesso à educação

Diogo Aguilar (*)

As edtechs, empresas de tecnologia voltadas para a área da educação, têm transformado por completo os métodos de aprendizagem, combinando inovação com práticas pedagógicas, a fim de superar barreiras financeiras, geográficas e sociais.

Não à toa, empresas voltadas a esse segmento buscam promover a democratização do acesso ao conhecimento, especialmente em regiões e comunidades historicamente marginalizadas.

Para se ter uma ideia, de acordo com o estudo Report EdTech2024, realizado pela Distrito, solução para gerar resultados através de novas tecnologias, o Brasil é o principal mercado de startups de educação na América Latina. Atualmente, o país concentra quase 70% do total de edtechs da região, além de quase 80% do volume de investimentos. Nos últimos 10 anos, esse mercado movimentou mais de US\$475 milhões em território nacional.

A expansão das edtechs se dá, principalmente, pelo fácil acesso ao conhecimento. Nesse aspecto, o ensino a distância (EAD) tem sido um grande aliado, pois ele democratiza os conteúdos de qualidade para estudantes em diferentes níveis e em qualquer parte do mundo. Além disso, existem ferramentas que funcionam no modo offline ou em baixa conectividade, possibilitando a educação a comunidades sem acesso regular à internet.

A acessibilidade financeira também é um ponto de destaque. Isso porque muitas edtechs oferecem materiais gratuitos, como cursos, exercícios e simulados, eliminando o custo de livros e materiais físicos. Há, também, modelos de assinatura, ou seja, programas de ensino de baixo custo, tornando a educação de alta qualidade acessível a mais pessoas. No universo corporativo, por exemplo, a oferta de pacotes de ensino como benefício, como o aprendizado de idioma, tem se popularizado, de modo que mais organizações aderem a essa iniciativa.

Por se tratar de um modelo de negócio que utiliza recursos tecnológicos como grande pilar, a implementação de tecnologias como inteligência artificial permite que o processo de aprendizagem seja personalizado. Nesse sentido, o uso de IA pelas edtechs envolve questões como a aplicação de sistemas computacionais, que

podem executar tarefas que normalmente requerem inteligência humana, além de aprendizagem, resolução de problemas e tomada de decisão.

Quando falamos de educação básica, a inteligência artificial tem o potencial de transformar a sala de aula ao oferecer aprendizado personalizado, adaptando o ritmo e o conteúdo de acordo com as necessidades de cada aluno, especialmente no ensino de idiomas. No entanto, o professor continua sendo a peça-chave, e a tecnologia deve atuar como uma aliada, não como uma substituta. Para isso, é essencial capacitar continuamente os docentes, garantindo que saibam integrar as ferramentas digitais em suas práticas pedagógicas e utilizem os dados gerados pela IA para identificar lacunas no aprendizado. Assim, conseguem ajustar suas abordagens e promover atividades interativas e dinâmicas, enriquecendo o processo de ensino. Com plataformas inteligentes, os professores podem acompanhar de forma precisa o progresso individual dos alunos e focar em áreas críticas, como pronúncia ou compreensão de texto.

É possível, sobretudo, adaptar o conteúdo ao ritmo e estilo de aprendizado de cada aluno, aumentando a eficiência do ensino, e tornar o aprendizado mais interativo e didático, atraindo estudantes de diferentes idades e contextos. De acordo com o Market.us, plataforma para todas as necessidades de pesquisa de mercado, o tamanho do mercado global de IA nas edtechs deve chegar a US\$ 92,09 bilhões até 2033, partindo de US\$3,65 bilhões em 2023, com uma taxa de crescimento anual de 38,1%.

Por fim, mesmo diante de tantos benefícios com a expansão das edtechs, ainda existem alguns pontos de atenção, como o cuidado com a formação de professores dentro dessas plataformas de ensino. Isso porque, para que essas instituições alcancem seu potencial máximo, é essencial um treinamento contínuo para que os educadores estejam sempre aptos.

A desigualdade no acesso à tecnologia também é outro ponto crítico, especialmente em países de terceiro mundo como o Brasil, visto que muitas comunidades ainda enfrentam falta de conectividade e equipamentos adequados. Para tanto, é fundamental que governos, empresas e a sociedade civil como um todo colaborem para ampliar e democratizar uma educação de qualidade.

(*) Fundador e Diretor Executivo da Fluencypass.

CEO da Nvidia diz que IA trará grandes benefícios e problemas

Recentemente, a Nvidia se tornou a primeira empresa da história a atingir o valor de mercado de US\$ 4 trilhões. Um número colossal, próximo ao do PIB da Alemanha, cerca de US\$ 4,5 trilhões e quase o dobro do PIB brasileiro, cerca de US\$ 2,18 trilhões.

Vivaldo José Breternitz (*)

Enquanto Wall Street comemora, o resto do mundo pergunta: o que isso significa? Segundo Jensen Huang, CEO Nvidia, não se trata apenas de números na bolsa. O que está em jogo, afirma, é uma reconfiguração profunda da sociedade.

A razão por trás da importância da Nvidia é direta: a empresa fabrica os “cérebros” da inteligência artificial. Seus chips avançados — as GPUs — são os motores por trás de sistemas como o ChatGPT e dos modelos mais sofisticados desenvolvidos por gigantes como Google e Microsoft. Pode-se dizer que, em meio à corrida global pelo ouro da IA, a Nvidia é quem vende as pás e picaretas - e isso a tornou a empresa mais poderosa do planeta.

Em entrevista à CNN, Huang falou sobre como a era da IA, impulsionada por seus chips, afetará a vida das pessoas comuns, e não dourou a pílula. “Todos os empregos serão afetados. Alguns serão perdidos”, afirmou. Parte das funções desaparecerá, outras serão transformadas. A esperança, segundo ele, é que a produtividade aumente a tal ponto que a sociedade se torne mais rica como um todo, apesar das dores trazidas pelo processo.

O impacto será significativo. Uma pesquisa do Fórum Econômico Mundial revelou que 41% dos empregadores pretendem reduzir sua força de trabalho até 2030 por conta da IA. Na própria Nvidia, o uso da tecnologia não é apenas incentivado — é obrigatório.

Huang defende que o futuro da IA depende da capacidade dos Estados Unidos de voltarem a produzir. Surpreendentemente, endossou os esforços da era Trump para reindustrializar o país, dizendo que esses esforços são uma necessidade econômica. “A paixão, o talento, a habilidade de fabricar coisas têm valor. Elas sustentam uma sociedade estável, com carreiras dignas”, afirmou.



Para ele, trazer a produção de volta àquele país fortalece a segurança nacional, reduz a dependência de fabricantes estrangeiros como a taiwanesa TSMC e abre empregos bem pagos para pessoas sem formação superior. É um raro ponto de convergência entre o Vale do Silício e o movimento “America First” de Trump.

Em sua previsão mais otimista, Huang aposta que a IA revolucionará a medicina, acelerando a descoberta de remédios e ajudando cientistas a curar doenças. “Com o tempo, teremos assistentes virtuais que atuarão como pesquisadores e cientistas”, disse.

E não é só na medicina: segundo Huang, robôs físicos inteligentes, chamados por ele de modelos VLA, de visão-linguagem-ação, devem se tornar comuns entre três e cinco anos a contar de agora. Eles serão capazes de enxergar, compreender comandos e agir no mundo real.

Mas Huang não ignorou os riscos. Questionado sobre casos como o do chatbot Grok, de Elon Musk, que divulgou conteúdo antissemita, ele reconheceu: “Alguns danos acontecerão”. Ainda assim, pediu

paciência: ferramentas de segurança estão melhorando, e muitos modelos já utilizam outras IAs para checar suas respostas.

Seu recado final é claro: a IA trará benefícios imensos, embora o processo seja turbulento e dolorido.

Porém, o que Huang não disse também fala alto: todas as transformações que ele descreve passam pela Nvidia. A empresa fabrica os chips, dita o ritmo e, agora, com US\$ 4 trilhões, tem o poder de moldar a era da IA a seu favor.

É um roteiro conhecido. As big techs prometem utopias, controlam a infraestrutura e decidem quem terá acesso - e a que custo. De centros de distribuição da Amazon aos algoritmos do Facebook, o padrão se repete: consolidação, disrupção e controle.

Huang admite: haverá danos. E a história mostra que, quando empresas prometem consertar o mundo com tecnologia, os prejuízos quase sempre recaem sobre os mesmos de sempre.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor e consultor – vjnitz@gmail.com.

E-Xport Meeting 2025 destaca papel do e-commerce na internacionalização das empresas brasileiras

De 29 a 31 de julho, em São Paulo, a ApexBrasil realiza a 6ª edição do E-Xport Meeting, principal evento da Agência voltado à internacionalização de empresas brasileiras por meio do comércio eletrônico. A iniciativa acontece dentro do Fórum E-commerce Brasil 2025, o maior encontro de e-commerce da América Latina, no Distrito Anhembi.

Com o tema “Exportações via e-commerce: competitividade global e utilização de IA nos negócios digitais”, o evento reunirá especialistas internacionais, plataformas digitais, empresas exportadoras e lideranças estratégicas para debater os impactos da inteligência artificial nos modelos de negócios voltados ao mercado externo. A programação contará com palestras técnicas, oficinas práticas, estudos de caso e conexões com marketplaces internacionais, e a expectativa é de reunir mais de 400 participantes ao longo dos três dias de atividades.

“O e-commerce é uma ferramenta valiosa para empresas brasileiras conquistarem o mundo. Ele pode facilitar o acesso a novos mercados, reduzir custos, permitir uma escalabilidade eficiente e oferece uma série de ferramentas de marketing e análise de dados. Com a estratégia correta, o e-commerce pode ser um verdadeiro motor de crescimento internacional das empresas”, destaca Ana Paula Repezza, diretora de Negócios da ApexBrasil.



Reuniões de negócios inéditas

A novidade desta edição é a realização, pela primeira vez, de uma rodada do Exporta Mais Brasil dedicada exclusivamente ao comércio eletrônico, em parceria com o Fórum E-commerce Brasil. Nos dias 30 e 31 de julho, a ação promoverá reuniões de negócios presenciais entre 66 empresas brasileiras dos setores de moda, cosméticos e soluções tecnológicas para e-commerce e sete compradores internacionais, oriundos dos Emirados Árabes, México, Portugal, Reino Unido, Rússia e Singapura.

A seleção das empresas brasileiras seguiu critérios de inclusão regional e diversidade, priorizando negócios liderados por mulheres, pessoas negras ou pardas, e sediados nas regiões Norte, Nordeste e Distrito Federal.

Além da programação técnica e das rodadas de negócios, a ApexBrasil também contará com um estande institucional no evento, oferecendo palestras e atendimento especializado para empresas que desejam explorar o mercado internacional por meio do digital.

“Com a expertise da APEX, vamos oferecer ao ecossistema digital suporte concreto para que mais empresas do comércio online possam ganhar escala global. Não se trata apenas de vender fora, é entregar excelência internacionalmente,” afirma Bruno Pati, CEO do Ecommerce Brasil.

Mercado em expansão

O comércio eletrônico segue em ritmo de crescimento no Brasil e no mundo. Em 2024, o e-commerce global movimentou cerca de US\$ 11 trilhões, com expectativa de crescimento médio de 10,7% ao ano até 2029, segundo dados da Euromonitor International. No Brasil, o faturamento do setor foi de R\$ 204,3 bilhões em 2024, segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), com projeção de chegar a R\$ 234,9 bilhões em 2025 e R\$ 289 bilhões até 2029.

News @TI

CLM apoia a formação de jovens talentos em TI

@CLM, distribuidor latino-americano de valor agregado com foco em segurança da informação, proteção de dados, cloud e infraestrutura para data centers, anuncia seu apoio à Pulse Mais, organização que transforma a realidade de jovens de baixa renda por meio da educação e da inserção no mercado de TI. A parceria busca fortalecer programas que desenvolvem habilidades essenciais para o trabalho em tecnologia e geram oportunidades de emprego digno. Alinhada ao propósito da CLM, a iniciativa amplia o alcance de ações sociais da companhia, contribuindo para um ecossistema mais sustentável, diverso e conectado com o futuro. Para Eduardo Moura, CEO da Pulse Mais, a parceria nasceu de uma construção de relacionamento baseada em confiança. “A parceria com a CLM nasceu com pessoas que acreditaram no nosso impacto. Vai além de posicionamento de marca: é sobre acreditar e se comprometer com a transformação dos nossos jovens”, afirma Moura (<https://pulsemais.org.br/>).

<div><div>Empresas & Negócios</div><div>José Hamilton Mancuso (1936/2017)</div></div>	<div><div>Laurinda Machado Lobato (1941-2021)</div><div>Responsável: Lilian Mancuso</div></div>
<div><div>Editorias</div><div><p><i>Economia/Política:</i> J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); <i>Ciência/Tecnologia:</i> Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); <i>Livros:</i> Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br);</p><p><i>Comercial:</i> comercial@netjen.com.br</p><p><i>Publicidade Legal:</i> lilian@netjen.com.br</p></div></div>	<div><div><p><i>Webmaster/TI:</i> Fabio Nader; <i>Editoração Eletrônica:</i> Ricardo Souza.</p><p><i>Revisão:</i> Maria Cecília Camargo; <i>Serviço informativo:</i> Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.</p><p>Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.</p></div><div><div>Jornal Empresas & Negócios Ltda</div><div>Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP.: 04128-080</div><div>Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: netjen@netjen.com.br</div><div>Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90</div><div>JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)</div><div>Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.</div></div></div>
<div><div>Colaboradores:</div><div>Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro.</div></div>	<div><div>ISSN</div><div>2595-8410</div></div>

INSS: 1,1 milhão de aposentados serão ressarcidos até amanhã

Balanço divulgado pelo Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) contabiliza que, na primeira semana de ressarcimento pelos descontos indevidos feitos por entidades associativas a aposentados e pensionistas, 533 mil beneficiários já foram contemplados com o depósito em suas contas bancárias

“E a gente já tem programado o pagamento, até amanhã (30), de um total de 1,147 milhão de aposentados e pensionistas que foram vítimas desse golpe”, disse o presidente do INSS, Gilberto Waller.

De acordo com o INSS, até o final da tarde de sexta-feira (25), foram contabilizadas 1,248 milhão de adesões, de um total de 2,295 milhões pessoas aptas a fazer o acordo proposto pelo governo federal para antecipar o reembolso. “Nossa ideia é que esses 2,295 milhões de aposentados e pensionistas façam adesão de maneira imediata para poder receber rapidamente esse valor”, disse o presidente do instituto.

Este número pode subir, segundo Gilberto Waller.



533 mil beneficiários já foram contemplados com o depósito em suas contas bancárias.

“Até sexta-feira, 4,8 milhões de pessoas ainda não haviam reconhecido o desconto, para dar início ao processo com 15 dias úteis previstos para a instituição [que fez a cobrança supostamente indevida] responder”, disse. A adesão ao acordo pode ser feita até o dia 14 de novembro. Vale ressaltar que os reembolsos

serão feitos na conta em que o benefício é pago, por ordem de adesão.

Ou seja, quem aderir primeiro, recebe primeiro. “Não queremos deixar nenhuma aposentado para trás. Por isso estamos aumentando a forma de comunicação por por vários meios: pelo aplicativo do meu INSS; por avisos

nas instituições financeiras. O banco já avisa no seu extrato sobre a possibilidade de você pode aderir, a esse 1,1 milhão que ainda que não aderiu”, detalhou.

Além disso, o governo federal usará também mensagens de WhatsApp. Ele, no entanto alerta que essas mensagens enviadas ao celular não terão link relativo à contestação. “Dirá apenas que você está apto a fazer essa adesão ao acordo para receber o dinheiro de maneira rápida, integral e corrigida pelo IPCA”, explicou, alertando que se o aposentado ou pensionista receber mensagem link deve ignorá-la, pois trata-se de golpe. “A adesão não será pelo Whatsapp. Será apenas pelo aplicativo do INSS ou em agências dos Correios”, complementou (ABr).

Mercado financeiro reduz previsão da inflação para 5,09%

A previsão do mercado financeiro para o IPCA – considerada a inflação oficial do país – passou de 5,1% para 5,09% este ano. É a nona redução seguida na estimativa, publicada no Boletim Focus de ontem (28). A pesquisa é divulgada semanalmente pelo Banco Central (BC) com a expectativa de instituições financeiras para os principais indicadores econômicos. Para 2026, a projeção da inflação foi reduzida de 4,45% para 4,44%. Para 2027 e 2028, as previsões são de 4% e 3,8%, respectivamente.

A estimativa para 2025 está acima do teto da meta de inflação que deve ser perseguida pelo BC. Definida

pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), a meta é de 3%, com intervalo de tolerância de 1,5 ponto percentual para cima ou para baixo. Ou seja, o limite inferior é 1,5% e o superior 4,5%.

Para alcançar a meta de inflação, o Banco Central usa como principal instrumento a taxa básica de juros, a Selic, definida em 15% ao ano pelo Comitê de Política Monetária (Copom). Apesar do recuo recente da inflação, as incertezas em relação à economia fizeram o colegiado elevar os juros em 0,25 ponto percentual na última reunião, no mês passado, sendo o sétimo aumento seguido da Selic

em um ciclo de contração na política monetária.

A estimativa das instituições financeiras para o crescimento da economia brasileira este ano permaneceu em 2,23%. Puxada pela agropecuária no primeiro trimestre de 2025, a economia brasileira cresceu 1,4%, de acordo com o IBGE. Em 2024, o PIB fechou com alta de 3,4%. O resultado representa o quarto ano seguido de crescimento, sendo a maior expansão desde 2021 quando o PIB alcançou 4,8%. A previsão da cotação do dólar está em R\$ 5,60 para o fim deste ano. No fim de 2026, estima-se que a moeda norte-americana fique em R\$ 5,70 (ABr).

IA não torna as pessoas burras desde que seja bem usada

Renato Asse (*)

A cada nova onda tecnológica, reaparecem as profecias do fim do pensamento humano. Com a inteligência artificial, não foi diferente. Desde que ferramentas como o ChatGPT se tornaram populares, vozes alarmadas se apressaram em decretar: “usar IA deixa as pessoas burras”.

A frase circula com força nas redes, embalada por manchetes que priorizam o susto ao invés da análise. Mas repetir esse tipo de alerta, sem aprofundamento, diz mais sobre nossa resistência à mudança do que sobre a tecnologia em si. O estudo mais citado para sustentar esse argumento foi conduzido pelo MIT, que mediu a atividade cerebral de participantes enquanto realizavam tarefas de escrita, com e sem o apoio de IA generativa.

De fato, os que usaram o ChatGPT de forma totalmente passiva, apenas copiando ou aceitando as sugestões da ferramenta, apresentaram menor conectividade cerebral, especialmente nas faixas alfa e beta, ligadas ao engajamento cognitivo. O resultado foi previsível: menos esforço mental, maior propensão ao esquecimento e textos com baixo grau de originalidade.

O que passou batido em boa parte das interpretações, no entanto, foi a segunda metade da pesquisa.

Participantes que começaram escrevendo sozinhos e só depois recorreram à IA para revisar, complementar ou melhorar seus textos apresentaram justamente o oposto: maior ativação cerebral, especialmente nas áreas ligadas à memória e à atenção. Esse grupo demonstrou mais envolvimento com o conteúdo, produziu ideias mais criativas e utilizou a tecnologia como uma extensão do próprio pensamento, não como um atalho.

A diferença está no modo de uso. A IA não é mágica, mas também não é vilã. Quando tratada como parceira de raciocínio, e não como substituta do esforço, ela pode ampliar, e muito, a capacidade humana de pensar, criar e resolver problemas. Um copiloto criativo, como algumas plataformas bem definem: ela auxilia, sugere, provoca, mas não dirige sozinho. Quem lidera o processo continua sendo o usuário.

Essa visão não é exclusiva dos pesquisadores do MIT. Um levantamento da Universidade de Stanford indicou que equipes que usaram IA generativa para resolver tarefas complexas tiveram um salto de até 40% na produtividade e registraram avanços significativos em criatividade e tomada de decisão. O diferencial estava, mais uma vez, na abordagem: usar a IA para expandir ideias, e não para delegar o raciocínio por completo.

A tentação de responsabilizar a tecnologia por nossos próprios atalhos é antiga.

A IA não nos deixa mais burros por si só, ela apenas evidencia quem já desistiu de pensar. Quem confia cegamente na resposta pronta, sem refletir, acaba aceitando o mínimo. Mas quem encara a inteligência artificial como um novo espaço para testar hipóteses, reescrever ideias e aprender com o processo encontra nela uma ferramenta potente, talvez a mais poderosa já desenvolvida para o pensamento humano. No fim das contas, a IA pode, sim, ser usada de forma rasa e improdutiva.

Mas culpar a ferramenta é como criticar um lápis por um texto mal escrito. A responsabilidade segue com quem segura o lápis ou, neste caso, o teclado.

(*) - É fundador da Comunidade Sem Codar.



NEGÓCIOS em **PAUTA**

lobato@netjen.com.br

A – Recorde no Turismo

O Turismo nacional bateu recorde em maio, faturando mais de R\$ 17 bilhões. De acordo com o levantamento produzido pela FecomercioSP, com base nos dados do IBGE, o setor acumula R\$ 90,4 bilhões entre janeiro e maio, o valor mais alto já registrado na série histórica, iniciada em 2012. Esse número representa um aumento de 7% na comparação anual. Segundo a FecomercioSP, o resultado do mês revela um crescimento sólido e disseminado do Turismo, já que apresentou uma tendência positiva para a maioria dos Estados e em todas as regiões do país. Esse desempenho reafirma o setor como um importante vetor de desenvolvimento econômico e crescimento nacional.

B – Lucro do FGTS

Uma pesquisa da fintech meutudo revela que o lucro do FGTS pode representar um reforço no orçamento. Segundo o levantamento, 65% dos que esperam receber o valor em 2025 afirmaram que a prioridade será quitar dívidas. As mais citadas foram cartão de crédito, empréstimos e contas em atraso. O estudo também aponta que 51% dos entrevistados nunca ouviram falar sobre o lucro do FGTS. E mesmo entre os que conhecem o benefício, 39% ainda não sabem como sacar o dinheiro. “O dado reforça o papel social que o lucro do FGTS pode cumprir. Quando o trabalhador tem um saldo significativo, esse rendimento pode representar um alívio financeiro real, especialmente em momentos de aperto”, destaca Márcio Feitoza, CEO da meutudo.

C – Aeroporto de Foz

Mais de 1 milhão de passageiros movimentaram o Aeroporto Internacional de Foz do Iguaçu no primeiro semestre de 2025. Foram 1.078.667 em mais de 9 mil operações de embarque e desembarque, consolidando um aumento de 11% na movimentação em relação ao mesmo período de 2024, quando 971.295 passageiros passaram pelo terminal entre janeiro e junho. A movimentação em 2025 aproxima o Aeroporto da Terra das Cataratas dos números pré-pandemia e mostra recuperação de fôlego, impulsionada pelas obras realizadas no terminal, e entregues em janeiro pela Motiva. Dentre as melhorias estão a nova área de check-in, com 36 balcões; a ampliação da sala de embarque doméstico em 700 m²; e os três novos pátios, com capacidade para até 13 aeronaves simultaneamente.

D – Indústria do Tabaco

Um levantamento realizado junto às empresas associadas ao SindTabaco e ao Sindicato da Indústria do Tabaco no Estado da Bahia, atualizou os números de empregos gerados pelas indústrias do setor. Na Região Sul – Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná – são 30.472 empregos, enquanto no Nordeste – onde há produção de tabaco na Bahia, em Sergipe e Alagoas – são 13.640 postos de trabalho, totalizando 44.112 no Brasil. O número resulta da soma de 15.758 empregados efetivos, 22.790 trabalhadores temporários contratados na safra, 3.523 terceirizados fixos nas empresas e 2.041 transportadores. Os dados foram coletados entre as associadas das duas entidades, sem contabilizar os postos de trabalho de empresas não associadas nem os empregos indiretos gerados pelo setor.

E – Oportunidade

A Cogna Educação, maior empresa de serviços educacionais dos 2 aos 100 anos no Brasil, está com 90 vagas de trabalho abertas nos times comerciais de suas Instituições de Ensino Superior. As posições estão presentes em estados como Bahia, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo. Os profissionais selecionados terão a missão de impulsionar as vendas de nossos cursos de graduação, pós-graduação, técnicos e profissionalizantes, atuando ativamente em campo, visitando empresas, escolas e parceiros estratégicos. Mais informações: (https://cogna.gupy.io/).

F – Mais de 60 Anos

A Luck Receptivo, uma das maiores empresas de receptivo turístico do Brasil, está lançando uma campanha pioneira no setor: a Campanha 60+, voltada exclusivamente para profissionais com mais de 60 anos. O objetivo é atrair profissionais experientes para integrar a equipe de transporte da empresa, com atuação nas principais capitais do Nordeste. A ação reforça um compromisso da Luck com a inclusão etária, o respeito à trajetória profissional e à qualidade no atendimento ao turista. Os currículos podem ser enviados diretamente pelo site (https://grupoluck.jobs.recruit.ai/).

G – Setor Moveleiro

Faltando uma semana para a abertura oficial, a Fimma Brasil 2025 já movimentou todo o setor moveleiro do país e projeta gerar R\$ 1,74

bilhão em negócios. Considerada uma das cinco maiores feiras do mundo da cadeia produtiva de madeira e móveis, a Fimma ocorre de 04 a 07 de agosto, no Parque de Eventos de Bento Gonçalves (RS). Em sua 17ª edição, reunirá mais de 300 marcas nacionais e internacionais, com soluções como máquinas, matérias-primas, ferramentas, iluminação, tecnologia, tecidos, serviços e todos os outros segmentos que atendem às demandas de indústrias moveleiras, marcenarias, arquitetos e designers que trabalham com mobiliário. Saiba mais (https://fimma.com.br/).

H – Dermocosméticos

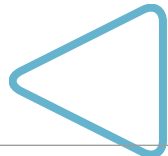
A Rock Encantech, referência em soluções para engajamento de clientes na América Latina, divulgou um levantamento focado no comportamento de consumo de dermocosméticos no canal farma entre janeiro e maio de 2025. Com base na análise nacional de 800 mil transações realizadas por 600 mil shoppers, a pesquisa foi feita a partir das tendências por faixa etária, inclusive mostrando o aumento constante da procura por esses produtos pelo público mais jovem. Os consumidores de até 19 anos, por exemplo, concentram mais de 56% do consumo na categoria Dermo Rosto, com itens de limpeza e tratamento facial (29,45%). Em seguida, as prioridades são hidratação (19,13%), protetor solar (11,99%), clareadores (4,46%) e antiacneicos (3,11%).

I – Rede de Dados

A Autoridade Portuária de Santos (APS) concluiu a modernização da rede de dados e vigilância na área da Alemoa, margem direita do Porto de Santos, classificada como de risco no complexo portuário por movimentar grânéis líquidos inflamáveis. Com investimento superior a R\$ 3 milhões, as obras substituíram a comunicação via rádio por cerca de 3 km de fibra óptica, além de ampliar o número de câmeras de monitoramento de 12 para 32. A fibra óptica confere maior estabilidade e segurança de dados na transmissão de informações em tempo real. Já as câmeras, certificadas para áreas de risco e resistentes a explosões, ampliam a cobertura e a eficiência do monitoramento, com resolução e tecnologia superiores aos modelos antigos.

J – Filtros Industriais

A 3ª edição do Seminário Brasileiro de Filtros que acontecerá, de forma presencial e gratuita, no dia 08 de outubro de 2025, em Santo André-SP, promovido pela Abrafiltros - Associação Brasileira de Filtros Automotivos, Industriais e para Estações de Tratamento de Água, Efluentes e Reúso, contará com quatro painéis sobre o segmento de filtração. Um deles é dedicado ao cenário econômico, tema importante para dar diretrizes que ajudam as empresas se planejarem. Os interessados em participar do evento, presencial e gratuito, devem efetuar a inscrição no link: (https://doity.com.br/3-seminario-brasileiro-de-filtros).



Por que a liquidez se tornou o novo símbolo de segurança patrimonial da elite brasileira

Nos últimos anos, o cenário econômico brasileiro tem exigido mudanças profundas na forma como o patrimônio é gerido, inclusive entre a classe alta

Daniel Gava (*)

Com a escalada das taxas de juros, inflação persistente e a crescente seletividade do crédito, um novo critério passou a dominar o planejamento: a liquidez. Em vez da antiga lógica de valorização patrimonial baseada no acúmulo de bens físicos, como imóveis, o foco agora passou a estar atrelado à capacidade de transformar ativos em caixa de forma rápida e eficiente. Ter acesso imediato a recursos líquidos passou a significar poder, autonomia e resiliência em um ambiente onde as oportunidades e riscos aparecem com velocidade inédita.

Toda essa mudança se dá diante de um cenário ímpar. A taxa Selic voltou aos patamares históricos de 14,75% ao ano (níveis que não víamos desde 2006), enquanto a inflação se mantém acima de 5,5% em 12 meses. Essa combinação volátil criou um ambiente onde o crédito se tornou mais caro e escasso. O resultado é a queda do apetite por endividamento de alto valor, mesmo entre os

mais ricos, que passaram a revisar suas carteiras com atenção ao custo de oportunidade de manter capital imobilizado.

Nesse contexto, imóveis residenciais de alto padrão, tradicionalmente vistos como símbolos de solidez, passaram a ser reavaliados em suas carteiras. Embora ainda representem cerca de 35% do portfólio patrimonial da elite brasileira, muitos perceberam que é possível obter maiores retornos alocando recursos em outras frentes, sobretudo renda fixa ou crédito privado. O rendimento nominal de dois dígitos e a ausência de volatilidade tornaram essas aplicações pra lá de atrativas em comparação à rentabilidade limitada da locação residencial.

Mais do que isso, o imóvel, por sua natureza ilíquida, dificulta a resposta rápida a situações críticas. Estourados certos gatilhos, sejam eles eventos sucessórios, oportunidades de investimentos ou crises cambiais, muitas famílias são forçadas a vender rapidamente ou buscar capital emergen-



AndreyPopov_CANVA

cial. Nesse cenário, o tempo de saída torna-se um novo gargalo, já que, segundo a Abrainc, a venda de imóveis tende a levar cerca de 12 a 16 meses, inviabilizando o acesso ao capital imediato.

Uma prova dessa mudança de mentalidade pode ser notada ao acompanharmos de perto as movimentações e práticas dos family offices, que passaram de 80 em 2020 para 146 em 2023 no território brasileiro. Com a conjuntura atual, muitas dessas estruturas passaram a recorrer a operações como sale-leaseback ou fundos imobiliários de giro rápido, transformando ativos de “tijolo” em capital líquido sem abrir mão do usufruto. É o retrato de uma nova

era em que o patrimônio é visto e moldado como algo móvel, flexível e com adaptabilidade.

Vamos entender esse raciocínio na ponta do lápis: enquanto R\$1 milhão aplicado a CDI rende pouco mais de R\$147 mil por ano, o mesmo valor atrelado a um imóvel gera apenas um aluguel implícito de menor resultado e um potencial de valorização de longo prazo. Quando o custo do dinheiro beira 15% ao ano, como é o que temos hoje, para quem precisa de capital, o patrimônio imobilizado passa a representar risco, e não mais segurança.

Por outro lado, pessoas com patrimônio imobilizado que precisam recorrer

a modalidades tradicionais de crédito estão enfrentando dissabores amargos dado que as taxas de crédito pessoas física e jurídica dispararam, com produtos tradicionais operando com custos entre 30% a 70% ao ano, o que torna desafiador qualquer operação neste multiplicador de capital. A própria alta nas retomadas de imóveis pelos bancos, que vem crescendo basicamente 10% ao ano nesta década, só reforça essa visão. Um ativo mal posicionado pode virar passivo rapidamente.

Ao contrário da visão de outrora, liquidez não é mais sinônimo de fragilidade ou capital ocioso. Passou a ser compreendido que dinheiro líquido representa agilidade, resiliência e capacidade

Em vez da antiga lógica de valorização patrimonial baseada no acúmulo de bens físicos, como imóveis, o foco agora passou a estar atrelado à capacidade de transformar ativos em caixa de forma rápida e eficiente

de reação. Ter caixa se tornou sinônimo de poder de negociação, seja para renegociar dívidas em condições mais vantajosas, ou para capturar ativos descontados em mercados estressados.

Além disso, o movimento também está relacionado à autonomia. Ter capital líquido representa liberdade e poder de escolha. Se antes a segurança estava em “ver e tocar” os bens acumulados, hoje está na liberdade de realocar recursos conforme o ambiente exige, sem a burocracia e o custo de liquidação forçada.

Em síntese, a liquidez tornou-se, para a elite brasileira, uma espécie de escudo de proteção patrimonial e ferramenta de crescimento. Quase que simultaneamente, o imóvel deixou de ser um fim em si mesmo e passou a ser visto como meio para destravar valor, ampliar horizontes e atravessar os ciclos econômicos com planejamento e inteligência financeira. Em tempos de juros altos, o capital líquido é um luxo silencioso.

(*) Fundador e CEO da Rooftop.

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

3º Subdistrito - Penha de França Dr. Mario Luiz Migotto - Oficial Interino

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **MARCUS BUCHHEISTER**, profissão: aeronauta, estado civil: divorciado, naturalidade: Niterói, RJ, data-nascimento: 06/11/1970, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Rolf Gunther Buchheister e de Darcilla Buchheister. A pretendente: **LIDIANE MATOS SANTANA**, profissão: autônoma, estado civil: solteira, naturalidade: Itabuna, BA, data-nascimento: 22/09/1979, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Cosme Santana e de Maria Helena Matos de Santana.

O pretendente: **KAUÊ GAMA MACEDO**, profissão: fundidor, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 30/07/2001, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Marcelo Macedo e de Josiane Gama Macedo. A pretendente: **LETÍCIA BRAZ SILVA**, profissão: contadora, estado civil: solteira, naturalidade: Santo André, SP, data-nascimento: 14/11/1999, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de José Antonio da Silva e de Natalina Aparecida Braz.

O pretendente: **MARCO ADRIANO SOARES**, profissão: funcionário público municipal, estado civil: divorciado, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 03/09/1967, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Fatima Suely Soares. A pretendente: **LUCIANE MARIA RIBEIRO**, profissão: auxiliar de exames, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 28/01/1980, residente e domiciliada na Vila Matilde, São Paulo, SP, filha de Antonio Gomes Ribeiro e de Delmira Maria Ribeiro.

O pretendente: **ERIK MARTINS DOS SANTOS**, profissão: técnico de elétrica, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 15/08/1997, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Cascio Caetano dos Santos e de Maria do Socorro Martins Brito. A pretendente: **ANDRESSA RODRIGUES TURELLA**, profissão: fiscal financeira, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 12/08/1997, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Marco Antonio Turella e de Mirian Rodrigues Turella.

O pretendente: **KAWAN CAPARROIS DA SILVA**, profissão: estagiário, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 24/03/2001, residente e domiciliado em Ermelino Matarazzo, São Paulo, SP, filho de Rogério Mendes da Silva e de Luana Aparecida de Almeida Caparros. A pretendente: **BEATRIZ DIAS DANTAS**, profissão: analista contábil, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 12/03/2002, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Emilio Dantas da Silva e de Sonia Regina Dias Dantas da Silva.

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

33º Subdistrito - Alto da Mooca ILZETE VERDERAMO MARQUES - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **RODRIGO GOMES DE ALMEIDA**, estado civil solteiro, filho de Geraldo da Conceição de Almeida e de Cleusa Gomes de Oliveira Almeida, residente e domiciliado na Vila Prudente, nesta Capital - São Paulo - SP. A pretendente: **SAHAR HANI KASMAS**, estado civil solteira, filha de Hani Mohamad Kasmás e de Wafaa Hassan Abou Osman, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua João Manoel de Matos, nº 58, Vila Prudente, nesta Capital - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Mogi Mirim, nº 138, apto. 182 B, Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea "b" da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência do pretendente.

O pretendente: **ELDO RODRIGUES DA PAIXÃO FILHO**, profissão: pedagogo, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 28/03/1991, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Eldo Rodrigues da Paixão e de Eliana Ferreira Costa Paixão. A pretendente: **THAÍS HELOÍSE PEREIRA ARONU**, profissão: orientadora, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 22/04/1993, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Philip Ogochukwu Aronu e de Paula Pereira.

O pretendente: **LUCIANO WAGNER MAIA**, profissão: assistente de suprimentos, estado civil: divorciado, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 31/05/1991, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Dirce Aparecida Maia. A pretendente: **EMILY CRISTINE SILVA ROMÃO**, profissão: gerente, estado civil: divorciada, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 16/03/1994, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Ailton Francisco Romão e de Vilma Rosana da Silva Romão.

O pretendente: **BOLIVAR DE ANDRADE JUNIOR**, profissão: empresário, estado civil: divorciado, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 03/12/1988, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Bolívar de Andrade e de Priscila Arias. A pretendente: **DANDARA DINIZ LESSA COSTA**, profissão: enfermeira, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 15/02/1992, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Dilmir Lessa da Costa e de Silvanete Aparecida Diniz.

O pretendente: **LEONARDO SILVA DE SIQUEIRA**, profissão: técnico de informática, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 03/04/1980, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de José Hilário de Siqueira e de Geovanice Maria Galvão Silva de Siqueira. A pretendente: **JULIANA LISBÔA SANTOS**, profissão: gerente de projetos, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 31/01/1986, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Antonio Rodrigues dos Santos Filho e de Maria Amelia Dantas de Lisboa.

O pretendente: **CAÍQUE DE OLIVEIRA MATOS**, profissão: gerente de produtos, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 07/03/1997, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Wanderlei de Oliveira Matos e de Sandra Regina Noronha Matos. A pretendente: **FLAVIA ARAUJO SANTOS**, profissão: auditora contábil, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 23/07/1999, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Alceu de Souza Santos e de Luzia Luciene de Araujo Santos.

O pretendente: **DANIEL GONÇALVES DA ROCHA**, profissão: bancário, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 07/04/1999, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Pedro da Rocha Filho e de Nilza Gonçalves da Rocha. A pretendente: **PATRICIA MIKY UMETSU**, profissão: bancária, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 08/12/1998, residente e domiciliada em Santo André, SP, filha de Amauri Hideo Umetsu e de Claudete Filomi Akamine Umetsu.

O pretendente: **BRUNO MELATI BULBARELLI**, estado civil solteiro, filho de Reinaldo Bulbarelli e de Mara Meires Melati Bulbarelli, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **MISLAINE RIBEIRO SILVA**, estado civil solteira, filha de Antonio Avelino Silva e de Maria Leide Ribeiro de Oliveira Silva, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **LEHI VIGETA MENDONÇA**, estado civil solteiro, filho de Adilson Acacio Mendonça e de Araci Ivone Vigeta, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **AMANDA FIGUEIREDO DA SILVA**, estado civil solteira, filha de João Gomes da Silva Neto e de Eliane Santos Figueiredo, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **JOÃO MARIA MARINHO**, estado civil divorciado, filho de Severino Ramos Marinho e de Alba Silva Marinho, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **ROSA MARIA CASTELLANI**, estado civil solteira, filha de Jose Castellani Netto e de Flora Pinter Castellani, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **EDER LADISLAU FRUGONI**, estado civil solteiro, filho de Luiz Carlos Frugoni e de Cleonice Ladislau Frugoni, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **ALINE LEMOS SOARES**, estado civil divorciada, filha de Joel Soares Rodrigues e de Luzia de Lemos Soares, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **IGOR CATÃO LIMA**, profissão: analista de marketing, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 16/12/1994, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Ivo José de Lima e de Maria José Catão Lima. A pretendente: **RAFAELA DE FRANÇA CINTRA GONÇALVES**, profissão: analista tributária, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 17/06/1993, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Alexandre de Jesus Gonçalves e de Flavia de França Cintra.

O pretendente: **RAFAEL VIEIRA MONTECHIESI**, profissão: analista financeiro de cotação, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 03/02/1993, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Marcio Montechiesi e de Sonia de Moura Vieira. A pretendente: **JULIANA BOER BLANCO**, profissão: contadora, estado civil: solteira, naturalidade: São Caetano do Sul, SP, data-nascimento: 20/06/2000, residente e domiciliada no Tatupapé, São Paulo, SP, filha de Adenicio Amenta Blanco e de Jucécia de Lourdes Boer Blanco.

O pretendente: **JOSÉ WELLITON SOUSA DA SILVA**, profissão: assistente de expedição, estado civil: solteiro, naturalidade: Maracanaú, CE, data-nascimento: 11/07/1987, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de José Lúcio da Silva e de Maria Benedita Sousa da Silva. A pretendente: **WELLYANA IRACI DOS SANTOS**, profissão: auxiliar de limpeza, estado civil: solteira, naturalidade: Cabo de Santo Agostinho, PE, data-nascimento: 11/02/1994, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Amaro Vicente dos Santos e de Eliana Iraci Ferreira.

O pretendente: **ECTOR TIAGO GUEDES DE ALMEIDA**, profissão: vendedor, estado civil: divorciado, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 02/02/1982, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Romario de Almeida e de Wilmara Guedes de Almeida. A pretendente: **LUANA NAIRA MATTIOLI**, profissão: empresária, estado civil: solteira, naturalidade: Votuporanga, SP, data-nascimento: 10/05/1991, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Edison Luis Mattioli e de Jucimara Gomes da Silva Mattioli.

O pretendente: **GUILHERME CARLOS PARISI**, profissão: ajudante geral, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 07/01/2004, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Wagner Souza Parisi e de Barbara Alice Carlos da Silva. A pretendente: **VANESSA NUNES DA SILVA**, profissão: autônoma, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 03/12/1999, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Cicero Nunes da Silva e de Rosana da Silva.

O pretendente: **GABRIEL NOLASCO BARBOSA**, profissão: pastor, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 15/02/2004, residente e domiciliado em Taubaté, SP, filho de Luciano Pinto Barbosa e de Edneusa Nolasco dos Santos Barbosa. A pretendente: **SABRINA PINHEIRO DOS SANTOS**, profissão: atendente, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Ermelino Matarazzo, SP, data-nascimento: 28/07/2007, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Carlos Alberto dos Santos e de Vanessa Maria Pinheiro.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

O pretendente: **DIEGO SATO TANAKA**, estado civil solteiro, filho de Milton Tatsuo Tanaka e de Miriam Emi Sato Tanaka, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **ANAMARIA BAQUERO PERILLA**, estado civil solteira, filha de Jose Eurípides Baquero Penuela e de Ana Cristina Perilla Sanabria, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

LIOTÉCNICA TECNOLOGIA EM ALIMENTOS S.A.

CNPJ nº 61.297.784/0001-56

<

Ipiranga Aços Especiais S.A.

CNPJ/ME 61.410.734/0001-33 - NIRE 35.300.064.470

Editais de Convocação - Assembleia Geral Extraordinária

Ficam convocados os Acionistas a participar, em 1ª convocação, da AGE, que se realizará de forma digital, nos termos do art. 124, §1º, inciso I e §2º-A, da Lei 6.404/1976, utilizando-se a plataforma Teams, no link: https://teams.microsoft.com/j/Meetup-join?19:3ameeting_0025991ZWNEz4Y609DNLWjKqW22Cf87j922WzR1WwZm0tVn%40thread_v2?oContext=767b%2d121%2d22%3a%2d659e989-225-4e46-a301-e0e52232f87j922WzR1WwZm0tVn%40thread_v2%2d70369-d39-47b2-ab71-16d0af582a95%22%264, no dia 06/08/2025, às 11hs, com sede em São Paulo/SP, Rua Alcides Lourenço, 176, 6º andar, sl. 3, Brooklin, CEP 04571-110, a fim de deliberar sobre as seguintes matérias constantes da ordem do dia: (i) fixação da remuneração global da administração para o exercício social de 2025, (ii) alteração da sede social, (iii) supressão e alteração de redação de artigos do Estatuto Social e (iv) alteração e consolidação do Estatuto Social. De acordo com o artigo 135, §3º, da Lei 6.404/1976, encontram-se à disposição das Acionistas, na sede social da Companhia, todos os documentos e informações necessários à deliberação das matérias previstas na ordem do dia. Para que os representantes legais ou procuradores dos acionistas possam participar da Assembleia, deverão encaminhar à administração da Companhia previamente à data prevista para a Assembleia, cópias dos seguintes documentos: (i) documento hábil de identidade do acionista ou de seu representante e do procurador; e (ii) instrumento de procuração, devidamente regularizado na forma da lei. São Paulo, 29/07/2025. **Luciano Roberto Nieri** (Diretor-Presidente).

AS PUBLICAÇÕES LEGAIS

NOS JORNAIS SÃO DATADAS E

AUTENTICADAS. SEM MARGEM

PARA ALTERAÇÃO POSTERIOR

DO CONTEÚDO DIVULGADO.

AFINAL, O JORNAL É LEGAL.

**Luizacred S.A. Sociedade de Crédito,
Financiamento e Investimento**

CNPJ 02.206.577/0001-80

NIRE 35300152239

ATA SUMÁRIA DA ASSEMBLEIA GERAL ORDINÁRIA DE 30 DE ABRIL DE 2025

DATA, HORA E LOCAL: Em 30.04.2025, às 19h00, na Rua Maria Prestes Maia, 300, Sala 351, Carandiru, em São Paulo (SP). **MESA:** Carlos Renato Donzelli - Presidente; e Andre Balestrin Castare - Secretário. **PRESEÇA LE-GAL:** Administradores da Sociedade e representantes da PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes. **QUORUM:** Totalidade do capital social. **EDITAL DE CONVOCAÇÃO:** Publicado no "Jornal Empresas e Negócios", em 18.04.2025 (versão impressa: p. 5 e versão digital: p. 1), 23.04.2025 (versão impressa: p. 7 e versão digital: p. 1) e 24.04.2025 (versão impressa: p. 5 e versão digital: p. 1). **AVISO AOS ACIONISTAS:** Dispensada a publicação conforme falção do art. 133, § 5º, da Lei 6.404/76 ("LSA"). **ORDEM DO DIA:** (a) tomar as contas dos administradores, examinar, discutir e votar as demonstrações financeiras relativas ao exercício social encerrado em 31.12.2024; (b) deliberar sobre a destinação do lucro líquido do exercício; (c) eleger os membros do Conselho de Administração para o próximo mandato anual; e (d) fixar a verba remuneratória global e anual destinada aos administradores. **DELIBERAÇÕES TOMADAS POR UNANIMIDADE:** 1. Aprovadas as Contas dos Administrado-res, o Balanço Patrimonial, as demais Demonstrações Financeiras e Notas Explicativas, acompanhadas dos Re-latórios de Administração e de Auditoria Independente, relativos ao exercício social encerrado em 31.12.2024, publicados no "Empresas & Negócios", entre 15.03.2025 e 17.03.2025 (versão impressa: p. 5 e versão digital: p. 1 e 2). 2. Aprovada a destinação do lucro líquido do exercício de 2024, no valor total de R\$ 291.321.859,40 da seguinte forma: (a) R\$ 14.566.092,96 para a conta de Reserva Legal; (b) R\$ 191.655.766,44 para a conta de Reserva Estatutária; (c) R\$ 85.100.000,00, para pagamento de proventos aos acionistas, sendo (i) R\$ 81.398.754,80 por conta do dividendo mínimo obrigatório de 2024 pagos na forma de juros sob o capital próprio, no montante líquido de R\$ 69.188.941,61; e (ii) R\$ 53.701.245,16 por conta dos juros sobre capital próprio extraordinários, a débito dos lucros correntes de 2024, com retenção de 15% do imposto de renda retido na fonte, resultando no montante líquido de R\$ 3.146.058,39, ratificadas as deliberações da Reunião do Conselho de Administração de 19.12.2024, sendo que todos os pagamentos já foram liquidados. O montante total líquido pagos a título de proventos, considerando os itens (i) e (ii) foi de R\$ 72.335.000,00. 3. Para o próximo mandato anual do Conselho de Administração, que vigorará até a posse dos eleitos na Assembleia Geral Ordinária de 2026: (i) **Eleitos:** JORG DETLEF FRIEDEMAN JUNIOR e MARIANA MAURIZ RODRIGUES, adiante qualificados; (ii) **Reeleitos:** ANDRÉ BALESTRIN CASTARE, ANDRÉ MAURÍCIO GERALES MARTINS, CARLOS HENRIQUE DONEGA AIDAR, CARLOS RENATO DONZELLI, FÁBRCIO BITTAR GARCIA, MARCELO JOSÉ FERREIRA E SILVA, MARIA ISABEL BONFIM DE OLIVEIRA, ROBERTO BELLISSIMO RODRIGUES, RODRIGO ANDRÉ LEIRAS CARNEIRO e RUBENS FOGLI NETTO, todos adiante qualificados; 3.1. Registrado que o conselho superior **ODACIR JOSÉ FERNANDES PEIXOTO**, não reeleito nesta oportunidade, deixa de exercer suas funções a partir desta data. 3.2. Em consequência, o Conselho de Administração passará a ser composto conforme abaixo, sendo que o Presidente do Conselho de Administração será designado na próxima reunião do Conselho de Administração: **CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO: Por indicação do acionista Ita Unibanco Holding S.A.: Conselheiros Efetivos:** ANDRÉ MAURÍCIO GERALES MARTINS, brasileiro, solteiro, economista, RG- SSP/SP 20.370.022-3; CPF 276.540.908-03; **RODRIGO ANDRÉ LEIRAS CARNEIRO**, brasileiro, casado, economista, RG- IPR-RJ 09.685.506-9; CPF 070.227.907-28; e **RUBENS FOGLI NETTO**, brasileiro, casado, administrador de empresas, RG-SP/MS 16.777-61; CPF 055.389.653-36, todos domiciliados em São Paulo (SP), na Rua Maria Prestes Maia, 300, Torre Ouro Sultão, Piso 10, Torre Ouro Sultão, Parque Jabquara, CEP 03444-902. **Conselheiros Suplentes:** ANDRÉ BALESTRIN CASTARE, brasileiro, casado, engenheiro, RG-SSP/SP 28.909.394-36; CPF 213.646.628-35; **CARLOS HENRIQUE DONEGA AIDAR**, brasileiro, casado, economista, RG-SSP/SP 14.047.712-3; CPF 076.630.558-96; e **MARIANA MAURIZ RODRIGUES**, brasileira, casada, administradora, RG-SSP/SP 34.276.447-0; CPF 031.140.688-94, todos domiciliados em São Paulo (SP), na Praça Alfredo Egydio de Souza Aranha, 100, Torre Ouro Sultão, Piso 10, Ita Unibanco, Parque Jabquara, CEP 03444-902. **Por indicação do acionista Magazine Luiza S.A.: Conselheiros Efetivos:** CARLOS RENATO DONZELLI, brasileiro, casado, administrador, RG-SSP/SP 18.605.060; CPF 122.546.288-70, domiciliado em Franca (SP), na Rua do Comércio, 1924, 2º andar, Centro, CEP 14400-660; e **ROBERTO BELLISSIMO RODRIGUES**, brasileiro, casado, administrador, RG-SSP/SP 23.944.783-5; CPF 251.674.028-08; e **MARCELO JOSÉ FERREIRA E SILVA**, brasileiro, casado, economista, RG-SP/PE 823.966; CPF 018.752.214-68, ambos domiciliados em São Paulo (SP), na Rua Maria Prestes Maia, 300, Carandiru, São Paulo (SP), CEP: 02047-901. **Conselheiros Suplentes:** FÁBRCIO BITTAR GARCIA, brasileiro, casado, administrador, RG-SSP/SP 24.237.753-1, CPF 212.460.718-94, domiciliado em Franca (SP), na Rua do Comércio, 1924, 1º andar, Centro, CEP 14400-660; **JORG DETLEF FRIEDEMAN JUNIOR**, brasileiro, casado, engenheiro, RG-SSP/SP 24.019.4923; CPF 213.017.448-59; e **MARIA ISABEL BONFIM DE OLIVEIRA**, brasileira, casada, contadora, RG-SSP/SP 9.437.589; CPF 046.688.188-60, ambos domiciliados em São Paulo (SP), na Rua Maria Prestes Maia, 300, Carandiru, São Paulo (SP), CEP: 02047-901. 3.3. Registrado que os conselheiros eleitos: (i) apresentaram os documentos comprobatórios do atendimento das condições prévias de elegibilidade previstas nos arts. 146 e 147 da LSA e na regulamentação vigente, em especial na Resolução 4.970/2021 do Conselho Monetário Nacional ("CMN"), incluindo as declarações de desimpedimento, sendo que todos os documentos foram arquivados na sede da Companhia; e (ii) serão investidos em seus cargos após homologação de sua eleições pelo Banco Central do Brasil ("BACEN"). 4. Mantido o montante global para a remuneração, relativo ao exercício social de 2025, em até R\$ 300.000,00 dos membros do Conselho de Administração e em até R\$ 80.000,00 dos membros da Diretoria. Esse valor poderá ser alterado, desde que não haja manifestação por parte dos membros do Conselho de Administração para a administração considerar conveniente. **CONSELHO FISCAL:** Não houve manifestação por não se encontrar em funcionamento. **DOCUMENTOS ARQUIVADOS NA SEDE:** Balanço Patrimonial e demais Demonstrações Financeiras; Relatórios dos Administradores e dos Auditores Independentes; e declarações de desimpedimento dos administradores eleitos. **ENCERRAMENTO:** Encerrados os trabalhos, lavrou-se esta ata que, lida e aprovada por todos, foi assinada. São Paulo (SP), 30 de abril de 2025, (a) Carlos Renato Donzelli - Presidente; e Andre Balestrin Castare - Secretário. **Acionistas:** Ita Unibanco Holding S.A. (aa) Andre Balestrin Castare - Diretor; Magazine Luiza S.A. (aa) Roberto Bellissimo Rodrigues e Maria Isabel Bonfim de Oliveira - Diretores. Certificamos ser a presente cópia fiel da original lavrada em livro próprio. São Paulo (SP), 30 de abril de 2025, (a) Carlos Renato Donzelli - Presidente; e Andre Balestrin Castare - Secretário. JUCESP sob nº 227.105/25-4, em 16.07.2025. (a) Alotzio E. Soares Junior - Secretário Geral em Exercício.

GILZA NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS S.A.

CNPJ/MF 04.801.983/0001-16 - NIRE 35.300.188.52

ATA DA ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA

1. Data e Local: Aos 10 hs do dia 18/07/2025, na sede social em São Paulo/SP. **2. Convocação e Presença:** Dispensada a publicação de editais. **3. Mesa:** Presidente, Sr. David Zaborowsky. Secretário, Sr. Gilberto Zaborowsky. **4. Ordem do Dia/5. Deliberações:** (a) Fica aprovada concessão de garantia real, através do imóvel residencial nº 140, na Rua Funchal, nº 418, São Paulo/SP - matrícula nº 170.635 do 4º Registro de Imóveis desta cidade, em favor do Sr. Ailton de Fátima, titular de uma parcela de 1/4 (um quarto) da área do terreno de Nota Comercial junto ao Banco Safra S/A, no valor total de R\$ 12.000.000,00, com prazo de até 27 meses, para pagamento em São Paulo. **"conjunto comercial nº1, localizado no 21º pavimento do Edifício e-Tower, na Rua Funchal, nº 418, São Paulo/SP - matrícula nº 170.635 do 4º Registro de Imóveis desta cidade"** (b) Ficam aprovados os certificados nos atos já praticados pela Diretoria da Sociedade relacionada, para a emissão de 100 (cem) ações de capitalização de 100 (cem) reais cada uma, em favor dos membros dos trabalhos. JUCESP nº 255.908/25-8 em 24/07/2025. Aloizio Epifanio Soares Junior - Secretário Geral.

Emprendedorismo feminino impuliona a tecnologia

Ana Claudia Badra Cotait (*)

O empreendedorismo feminino é uma das maiores expressões de resiliência, criatividade e coragem no nosso país. Milhões de mulheres estão à frente de pequenos e médios negócios que geram renda, impactam comunidades e movimentam a economia. Mas um dos fenômenos mais transformadores é o aumento da presença feminina em setores estratégicos como tecnologia e inteligência artificial, espaços que, até então, pareciam inacessíveis para nossas empreendedoras.

com filhos, tarefas domésticas e, necessidade de capacitação. A falta de políticas públicas de apoio à maternidade empreendedora e a sobrecarga mental são outras barreiras que elas precisam transpor.

comunidades e movimentam a economia. Mas um dos fenômenos mais transformadores é o aumento da presença feminina em setores estratégicos como tecnologia e inteligência artificial, espaços que, até então, pareciam inacessíveis para nossas empreendedoras.

Dados do Sebrae apontam que mais de 10 milhões de mulheres empreendem no Brasil e pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor revela que 46% dos nossos empreendedores são mulheres. Mas, apesar desses números,

Mesmo diante desses desafios, nossas empreendedoras continuam inovando e utilizando a inteligência artificial em seus negócios, o que vem contribuindo para aumentar a produtividade, economizar tempo e melhorar o atendimento ao cliente. Ferramentas como assistentes virtuais, automação de processos e análise de dados têm sido incorporadas com criatividade e estratégia, tanto que as mulheres vem liderando o uso de IA generativa no Brasil, superando os homens em diversas aplicações.

O CMEC - Conselho da Mulher Empreendedora e da Cultura (CMEC) - órgão da ACSP, CACB e FACESP -, presente em todas as regiões do país, tem atuado para ampliar a presença feminina na área de inovação. Lançamos o Prêmio UPSTARTS para selecionar projetos de empreendedoras que atuam no segmento de tecnologia, apoiamos programas de capacitação e fomentamos redes de mentoria para criar ambientes mais inclusivos pois acreditamos que o futuro é digital e precisa ser inclusivo, diverso e liderado também por mulheres.

Outro problema que elas enfrentam é a falta de acesso ao financiamento. Apesar do aumento na participação feminina em startups — hoje 31% das startups brasileiras têm pelo menos uma mulher fundadora —, apenas uma pequena fração do investimento de capital de risco vai para negócios liderados por elas. Isso limita o crescimento e a capacidade de inovação desses empreendimentos e o preconceito, muitas vezes velado, ainda influencia nas decisões de investidores e parceiros.

O avanço feminino em áreas como IA, ciência de dados, robótica e fintechs é um sinal de progresso e necessário para o equilíbrio da nossa economia, pois podemos desperdiçar o talento de metade da nossa população que empreende em setores tão estratégicos.

É preciso que as nossas empreendedoras acreditem mais nas suas capacidades de liderar, inovar e transformar para que a gente consiga avançar principalmente no setor de tecnologia que vem contribuindo muito para a evolução do empreendedorismo em nosso país.

(*) Presidente do Conselho da Mulher Empreendedora e da Cultura (CMEC).

**Luizacred S.A. Sociedade de Crédito,
Financiamento e Investimento**

CNPJ 02.206.577/0001-80

NIRE 35300152239

ATA HUMANIA DA UNIÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DE 30 DE ABRIL DE 2025.

DATA, HORA E LOCAL: Em 30.04.2025, às 19h15, na Rua Maria Prestes Maia, 300, Sala 5A, Carandiru, São Paulo (SP). **PRESIDÊNCIA:** Carlos Renato Donzelli. **QUORUM:** Totalidade dos membros eleitos. Os membros do conselho de administração participaram da reunião remotamente, conforme previsto no §6º do art. 13 do Estatuto Social. **DELIBERAÇÕES TOMADAS POR UNANIMIDADE:** 1. Escolhido para a presidência do Conselho de Administração RUBENS FOGLI NETO, nos termos do parágrafo único do artigo 10 do Estatuto Social da Companhia. 2. **Reeleger** CARLOS HENRIQUE DÖNAGA AIDAR, ESTEVÃO CARCIOFFI LAZANHA, FELIPE PICCOLI AVERSA, LEANDRO ALVES, LINÉU CARLOS FERRAZ DE ANDRADE, RITA RODRIGUES FERREIRA CARVALHO, RODRIGO ANDRE LEIRAS CARNEIRO, TATIANA GRECCO e VINICIUS SANTANA, todos adiantes qualificados, para compor a Diretoria no próximo mandato anual, que vigorará até a posse dos que vierem a ser eleitos na primeira reunião do Conselho de Administração que suceder a Assembleia Geral Ordinária de 2026, passando a Diretoria a ser composta da seguinte forma, com as respectivas designações de seus cargos: **DIRETORIA:** **Diretor Geral:** **RODRIGO ANDRE LEIRAS CARNEIRO**, brasileira, casado, economista, RG-IPF RJ/00.685.506-9; **CPF** 070.227.907-28, domiciliado em São Paulo (SP), na Praça Alfredo Egydio de Souza Aranha 100, Torre Olavo Setubal, Pista Itau Unibanco, Parque Jabquara, CEP 04344-902. **Diretores:** **CARLOS HENRIQUE DÖNAGA AIDAR**, brasileiro, casado, economista, RG-SSP/SP 14.047.712-3, **CPF** 076.630.558-96; **ESTEVÃO CARCIOFFI LAZANHA**, brasileiro, casado, engenheiro, RG-SSP/SP 27.586.971-4, **CPF** 252.113.998-03; **FELIPE PICCOLI AVERSA**, brasileiro, casado, economista, RG-SSP/SP 33.840.960-9, **CPF** 318.233.548-06; **LEANDRO ALVES**, brasileiro, casado, engenheiro de computação, RG-SSP/SP 29.951.189-3, **CPF** 319.481.748-55; **LINÉU CARLOS FERRAZ DE ANDRADE**, brasileiro, casado, administrador, RG DETRAN/SP 02.112.992-4, **CPF** 05.126.607-78; **RITA RODRIGUES FERREIRA CARVALHO**, brasileira, casada, atuarista, RG-IPF RJ/ 00.427.290-1, **CPF** 038.711.527-76; **TATIANA GRECCO**, brasileira, casada, tecnóloga em construção civil, RG-SSP/SP 22.539.464-0, **CPF** 167.628.258-63; e **VINICIUS SANTANA**, brasileiro, casado, matemático, RG-SSP/SP 30.974.516-0, **CPF** 286.045.658-92, todos domiciliados em São Paulo (SP), na Praça Alfredo Egydio de Souza Aranha, 100, Torre Olavo Setubal, Pista Itau Unibanco, Parque Jabquara, CEP 04344-902. 21. Registrado que os diretores eleitos: (i) apresentaram os documentos comprobatórios do atendimento das condições prévias de elegibilidade previstas nos arts. 146 e 147 da Lei 6.404/76 e na regulamentação vigente, em especial na Resolução 4.970/2012 do Conselho Monetário Nacional ("CMN"), incluindo as declarações de desimpedimento, sendo que todos os documentos foram arquivados na base da Companhia; e (ii) serão investidos após homologação de suas eleições pelo Banco Central do Brasil ("BACEN"). **ENCERRAMENTO:** Encerrados os trabalhos, lavrou-se ata que, lida e aprovada por todos, foi assinada. São Paulo (SP), 30 de abril de 2025. (aa) Carlos Renato Donzelli - Presidente; André Mauricio Geraldas Martins, Marcelo José Ferreira e Silva, Roberto Bellissimo Rodrigues, Rodrigo Andre Leiras Carneiro e Rubens Fogli Neto - Conselheiros Efetivos. Certificamos ser a presente cópia fiel da original lavrada em livro próprio. São Paulo (SP), 30 de abril de 2025. (aa) Carlos Renato Donzelli - Presidente do Conselho de Administração; e Rodrigo Andre Leiras Carneiro - Conselheiro Efetivo. JUCESP sob nº 2022.106/25-8, em 16.07.2025. (a) Aloizio E. Soares Junior - Secretário Geral em Exercício.

ZABO ENGENHARIA S.A.

CNPJ/MF nº 07.258.168/0001-40 - NIRE 35300321260

ATA DE ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA

1. Hora, Data e Local: As hs do dia 18/07/2023, sede social em São Paulo/SP. **2. Convocação e Presença:** Dispensada a publicação de editais. **3. Mesa:** Presidente sr. David Zaborovsky. Secretário sr. Gilberto Zaborovsky. **4. Ordem do Dia/5. Deliberações:** (a) Aprovar o al, sem ressalvas ou restrições da celebração de todo e qualquer instrumento para a formalização de operação financeira de emissão de Nota Comercial junto ao Banco Safra S/A no valor total de R\$ 12.000.000,00 com prazo de até 27 meses, prestando as garantias necessárias (pessoais ou reais), para pagamento em São Paulo e, (b) Aprovação e ratificação de acordo de exclusão de responsabilidade de todos os membros do Conselho de Administração e do Comitê de Administração. **6. Encerramento:** Nada mais havendo a tratar, foi encerrada a reunião. APROVADO Nº 255.730/25 em 24/07/2023. Aloizio Epifanio Soares: Junior - Secretário Geral.





Ética e Integridade

Denise Debiasi



A liderança como alicerce da ética empresarial



Como profissional dedicada à governança corporativa, observo atentamente os eventos que moldam o cenário empresarial brasileiro. A partir de análises de casos públicos, desenvolvo reflexões que nos ajudam a aprimorar nossas práticas de gestão e controle.

Quando uma grande corporação perde dezenas de bilhões em valor, você espera encontrar falhas graves em seus controles internos. No entanto, já aconteceu de ser encontrado algo ainda mais complexo: uma sofisticada rede de operações que partiu justamente de quem deveria proteger a companhia.

Analisando este caso emblemático, encontramos um cenário que desafia nossa compreensão tradicional de governança corporativa. A empresa em questão, segundo informações públicas, possuía um dos canais de denúncia mais modernos do mundo. Mantinha políticas de compliance atualizadas. Seu conselho de administração era composto por nomes respeitados no mercado. Ainda assim, operações irregulares prosperaram por mais de uma década.

Como isso foi possível? A resposta merece uma análise técnica aprofundada: as irregularidades nasceram e cresceram no coração da gestão executiva. As investigações oficiais, já divulgadas publicamente, revelaram um sistema que envolvia diversos níveis hierárquicos da companhia.

Você pode questionar: como ninguém percebeu? A complexidade das operações foi notável. As demonstrações financeiras foram manipuladas de forma tão meticulosa que passaram por auditorias, agências de rating e até mesmo analistas bancários experientes. Operações financeiras e verbas pro-

mocionais foram ocultadas, mantendo uma aparência de solidez.

O que chama atenção não é apenas a extensão das irregularidades, mas o distanciamento do compromisso ético. Em uma organização onde a liderança principal se afasta das boas práticas, a cultura de compliance torna-se apenas uma fachada.

Este episódio nos traz uma reflexão fundamental: a governança corporativa não é um conjunto de regras e procedimentos que funcionam no automático. Ela é, antes de tudo, um reflexo direto dos valores e do comportamento da liderança. Quando os principais executivos de uma empresa decidem ignorar controles, eles não apenas quebram regras - eles comprometem toda a cultura organizacional.

Por isso, você que atua em governança corporativa precisa entender: nosso trabalho começa na seleção e no monitoramento da alta liderança. Precisamos estabelecer mecanismos que garantam não apenas a competência técnica, mas principalmente a integridade moral daqueles que ocupam os cargos mais altos.

Esta história não é apenas mais um caso público corporativo. É uma oportunidade de reflexão sobre como a ética empresarial depende fundamentalmente do exemplo que vem de cima. Sem uma liderança comprometida com a integridade, até o mais robusto sistema de compliance pode se tornar ineficaz.

Saiba quem é a nossa Colunista:

Denise Debiasi é CEO da Bi2 Partners, reconhecida pela expertise e reputação de seus profissionais nas áreas de investigações globais e inteligência estratégica, governança e finanças corporativas, conformidade com leis nacionais e internacionais de combate à corrupção, antissuborno e antilavagem de dinheiro, arbitragem e suporte a litígios, entre outros serviços de primeira importância em mercados emergentes.

Benefícios na empresa: confira oito dicas para acertar na escolha

Mais do que um custo extra, investir em pacotes de benefícios para os colaboradores é uma estratégia para atrair talentos e melhorar os resultados da equipe

Os tempos em que um salário competitivo bastava para garantir o engajamento e a produtividade do profissional já ficaram para trás. Hoje, os colaboradores valorizam empresas que oferecem um pacote de benefícios mais completo, que contemple diferentes aspectos da vida — como saúde mental, qualidade de vida, flexibilidade e investimento em educação. Para as empresas, essa estratégia traz muitas vantagens, pois é uma forma eficaz de atrair talentos, aumentar a satisfação da equipe e construir um ambiente de trabalho mais saudável e produtivo.

Essa mudança de postura por parte das empresas reforça uma tendência cada vez mais clara: os benefícios deixaram de ser vistos apenas como despesa e passaram a ser reconhecidos como uma ferramenta estratégica de gestão de pessoas. Segundo o levantamento “Panorama de Benefícios Corporativos – Percepções e Expectativas para 2025”, realizado pela plataforma OnHappy, 62% das empresas brasileiras pretendem ampliar o orçamento destinado aos benefícios em 2025, um sinal de que investir no bem-estar dos colaboradores é cada vez mais uma prioridade.

“Benefícios bem planejados não são despesas: são investimentos. Eles impactam diretamente no engajamento, na produtividade e na permanência dos profissionais na empresa”, destaca o especialista em finanças Philippe Enke Mathieu, CEO da GFX - Inteligência Financeira. Ele destaca que, para ser aproveitado ao máximo, o pacote de benefícios precisa estar alinhado aos objetivos



da organização e às demandas reais dos colaboradores. “Uma boa política de benefícios é aquela que escuta o funcionário, entende suas prioridades e oferece vantagens que fazem sentido para a sua vida”.

Ou seja, oferecer um pacote de benefícios atrativo não é apenas uma forma de valorizar os colaboradores, mas também fortalece a competitividade do negócio. Isso porque, segundo a pesquisa Panorama de Benefícios Corporativos, 72,81% dos profissionais de RH reconhecem que o bem-estar físico e mental dos funcionários tem impacto direto na produtividade e na satisfação no trabalho. “Programas que cuidam da saúde física e emocional, incentivam a educação e promovem qualidade de vida ajudam a construir um ambiente mais equilibrado e eficiente. Na prática, isso significa menos afastamentos, maior engajamento e uma equipe mais alinhada com os objetivos da empresa. Ou seja, investir em benefícios é investir em resultados”, destaca Mathieu.

Confira sete dicas do especialista para acertar na escolha e tornar os benefícios

uma ferramenta estratégica de negócios:

1. Ouça os colaboradores

Realize pesquisas internas e mantenha canais abertos para entender o que os funcionários realmente valorizam em um pacote de benefícios. É importante entender que oferecer benefícios de forma personalizada aumenta a satisfação e o uso efetivo, gerando mais satisfação e fortalecendo o vínculo entre empresa e colaborador.

2. Ofereça flexibilidade

Modelos como o beneflex, que permitem ao colaborador escolher os benefícios que mais atendem suas necessidades, ganham cada vez mais espaço no mundo corporativo. Essa flexibilidade torna o pacote mais atraente e adaptado a diferentes perfis dentro da equipe.

3. Aposte em bem-estar físico e emocional

Planos de saúde, atendimento psicológico, programas de atividades físicas e ações de qualidade de vida são essenciais para o equilíbrio do colaborador, o que se reflete diretamente na atuação profissional. “Investir em saúde mental e bem-estar

é investir diretamente na produtividade e na melhora do clima organizacional”, ressalta o especialista da GFX.

4. Considere o benefício educação

Ter uma cartela de benefícios com acesso a cursos, bolsas de estudo e plataformas de aprendizado contínuo não só valoriza o colaborador, mas também aumenta a capacitação e inovação na empresa. Essa escola pode contribuir para o desenvolvimento profissional e para a competitividade da organização.

5. Não ignore a previdência privada

A previdência complementar tem se tornado um diferencial importante, principalmente para atrair e reter talentos em cargos estratégicos ou com visão de longo prazo. É uma forma de garantir segurança financeira ao colaborador além do salário e tem sido cada vez mais valorizado pelos profissionais.

6. Incentive a mobilidade

Benefícios como auxílio transporte, estacionamento, vale combustível e parcerias com apps de mobilidade facilitam o deslocamento diário do colaborador. Isso impacta diretamente na qualidade de vida e na pontualidade da equipe.

7. Reavalie periodicamente o pacote oferecido

As prioridades e expectativas dos colaboradores mudam com o tempo, por isso é fundamental revisar os benefícios com uma certa regularidade. Assim, a empresa mantém o pacote relevante e alinhado com seus objetivos estratégicos e as demandas da equipe.

Três maneiras como o invisible banking transforma a experiência do usuário

Em 2024, o Brasil alcançou um alto patamar de bancarização, com quase 94% da população incluída no sistema financeiro e uma média de 6,38 contas por pessoa, segundo o estudo Experiência Digital, da empresa de tecnologia idwall. Nesse cenário, o modelo de invisible banking — em que os serviços financeiros operam de forma automatizada e integrada ao contexto do usuário, sem exigir ações diretas — ganha força como diferencial competitivo.

Na prática, em vez de acessar o banco, por meio de agências ou aplicativos, as interações são substituídas por processos que ocorrem de forma automática, baseados em dados e comportamento. A proposta é que a instituição atue de forma invisível, mas funcional, realizando pagamentos, ajustando limites, sugerindo investimentos ou reorganizando o orçamento de maneira proativa, sem que o usuário precise solicitar essas ações diretamente.

“No modelo tradicional, é o cliente quem precisa iniciar toda a jornada: abrir o aplicativo, decidir onde investir, quando pagar e como ajustar os limites. Com o invisible banking, esse caminho dá lugar a decisões automáticas baseadas em contexto. O banco antecipa as necessidades, age no momento certo e só se manifesta quando realmente

necessário”, explica Caroline Capitani, VP de Estratégia e Inovação da Ilegra, empresa global de estratégia, inovação e tecnologia.

Nesse novo cenário, o valor deixa de estar nos produtos financeiros em si e passa a residir na capacidade do banco de gerar bons resultados com o mínimo de esforço do consumidor. “A instituição passa a ser vista como uma aliada que protege, antecipa e organiza a vida financeira do usuário de forma estratégica, mudando a lógica de comparação entre empresas. Em vez de escolher com base em taxas ou funcionalidades do aplicativo, o cliente passa a valorizar quem oferece mais previsibilidade, facilidade e personalização”, afirma.

Pensando nisso, a especialista elencou três maneiras que o invisible banking impacta na experiência do usuário. Confira:

1- Menos esforço, mais fluidez

O cliente não precisa mais se preocupar com burocracias ou processos: tudo acontece de maneira simples, automatizada e com menos pontos de fricção — o que aumenta a eficiência e melhora significativamente a experiência do usuário.

2- Mais personalização

Com base em dados e comportamento, os serviços se adaptam ao perfil e

ao momento de cada usuário, já que nenhuma jornada é igual à outra e o banco entende o contexto e oferece soluções sob medida.

3 - Integração invisível ao cotidiano

Pagamentos, concessões de crédito, seguros e investimentos passam a acontecer de forma embutida em jornadas não financeiras — como ao realizar uma compra, usar um aplicativo de transporte ou agendar uma viagem.

O invisible banking marca uma virada na maneira como interagimos com os serviços financeiros: o banco deixa de ser um destino e passa a operar de forma integrada ao cotidiano do cliente, de maneira automática, contextual e personalizada. “Essa transformação exige mais do que tecnologia. Ela demanda uma nova arquitetura de dados, a confiança do usuário e parcerias com diferentes plataformas. Embora a instituição se torne menos visível, precisa continuar sendo relevante, acessível e humana. O desafio é, justamente, equilibrar automação com empatia, garantindo que a experiência, mesmo silenciosa, transmita cuidado e gere valor real. É uma evolução que reposiciona o banco como um aliado invisível, porém indispensável”, finaliza a executiva.

Cresce a formalização dos negócios no Brasil

Abertura de empresas avança no país e formalização se consolida como ponto de partida para quem deseja empreender

A formalização de empresas tem ganhado cada vez mais relevância para milhares de empreendedores que buscam transformar ideias em negócios reais. Segundo levantamento da Contabilizei, maior escritório de contabilidade do Brasil, a partir de dados públicos da Receita Federal, a abertura de CNPJs cresceu 51% no primeiro trimestre deste ano em comparação com o mesmo período no ano passado, impulsionada sobretudo, pela consolidação do modelo de Microempreendedor Individual (MEI) e pela digitalização dos processos burocráticos.

Ainda de acordo com o levantamento realizado pela empresa, 97% das empresas brasileiras são de pequeno porte, o que reforça a importância da formalização como base da economia nacional. O Brasil já conta com mais de 21,7 milhões de empresas ativas, muitas delas fundadas por profissionais que decidiram empreender por oportunidade, necessidade ou desejo de autonomia. “A formalização é o caminho para garantir que essas empresas tenham condições de crescer de forma estruturada, com acesso a direitos e benefícios que só existem no



ambiente regular”, afirma o vice-presidente executivo de Serviços aos Clientes da Contabilizei, Charles Gularte.

Segundo o executivo, esse movimento reflete a busca por estabilidade, acesso a crédito e crescimento estruturado. “Abrir um CNPJ é o ponto de partida para quem quer crescer com segurança. É como sair da informalidade e passar a jogar o jogo de verdade, com regras claras e direitos garantidos”, revela Gularte.

Apesar da crescente adesão, muitos futuros empreendedores ainda se deparam com dúvidas em relação às etapas necessárias para formalizar uma empresa. A Contabilizei orienta que esse processo envolve uma série de decisões. Uma das primeiras é a escolha do tipo

e porte de empresa como, MEI, Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP), com base no faturamento esperado e nas atividades que serão exercidas.

Além disso, é necessário definir o CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas), que reflete quais as atividades econômicas e o mercado no qual a empresa irá atuar de forma regular. Outro ponto fundamental é a definição do modelo jurídico que a empresa será aberta, além da escolha do regime tributário, o que impacta diretamente na forma como os impostos serão pagos e na composição de preços dos produtos e serviços. Cada modelo possui particularidades e impacta diretamente no valor dos tributos a pagar, tornando essencial a orientação de

um contador para tomar a decisão mais vantajosa.

A formalização passa pelo registro da empresa nos órgãos federais para obtenção do CNPJ, municipais para obter o alvará de funcionamento e, em alguns casos, também estaduais, dependendo da atividade de atuação da empresa.

“Nosso papel é descomplicar o processo e tornar a formalização acessível. Com informação e apoio especializado, o empreendedor ganha confiança para tomar decisões mais seguras”, complementa Gularte. Ele ressalta, ainda, que muitos erros cometidos no início da jornada empreendedora estão ligados à falta de planejamento e desconhecimento das etapas formais, o que pode gerar passivos fiscais e comprometer o crescimento do negócio.

Com foco em oferecer apoio integral a quem está começando, a Contabilizei desenvolveu um material exclusivo que reúne todas essas orientações. O e-book gratuito “Sua Marca, Seu Negócio” funciona como um guia completo para tirar o plano do papel e abrir um CNPJ de forma clara, segura e planejada. A publicação está disponível para download gratuito no link: E-book.

A viagem perfeita começa antes do embarque: cinco dicas para viver férias memoráveis

Ivan Preti (*)

Viajar e poder experimentar novas culturas, dias de lazer e de descanso merecido é, para muita gente, o ponto alto do ano. Seja qual for o destino, estilo ou objetivos da viagem, há um ponto em comum entre todos eles: esperamos que tudo ocorra perfeitamente, sem contratempos.

Só que, entre escolher o destino, comparar preços, resolver o câmbio, lidar com escalas e garantir um bom atendimento com o agente de viagens e o hotel, o que era para ser um roteiro dos sonhos pode se tornar motivo de estresse antes mesmo de fazermos as malas.

A boa notícia é que a tecnologia tem facilitado — e muito — o planejamento de uma viagem, tornando todo o processo mais simples e fluido, graças ao avanço da inteligência artificial.

E a população está cada vez mais aberta a essa possibilidade, diante da expansão do uso de ferramentas de IA generativa no dia a dia. Para termos uma ideia deste cenário, dados de uma pesquisa da SemRush apontam que o Brasil já é o quarto país que mais utiliza o ChatGPT no mundo.

Empresas do setor de turismo mais atentas a esse cenário estão se antecipando para personalizar o relacionamento e fidelizar seus clientes. Segundo o relatório CX Trends 2025 da Zendesk, 85% dos líderes em experiência do cliente do segmento turístico acreditam que a IA é uma ferramenta efetiva para personalizar experiências, gerando benefícios como aumento de faturamento e sobrevivência dos negócios no longo prazo.

Por tudo isso, a tecnologia já virou parte da jornada turística da maioria das pessoas e a tendência é que esse número avance no curto prazo. E, além da inovação, algumas outras dicas podem apoiar os consumidores na organização de suas férias ou em futuras viagens:

1. Planeje sua viagem com IA

Você não precisa abrir dezenas de abas no navegador nem perder noites de sono comparando voos e hotéis. Diferentes plataformas de viagem já integram inteligência artificial para sugerir destinos, datas mais econômicas, passeios e alertas de variação de preços.

Por sua vez, ferramentas de IA generativa também podem te ajudar a montar roteiros com base em seu estilo de viagem e orçamento. O importante aqui é saber o que perguntar, fornecendo contexto para as ferramentas, de modo a obter respostas claras e simples.

2. Prefira empresas que possuem atendimento em múltiplos canais

Seu voo foi cancelado? O check-in online não funcionou? Está com problemas

para acessar a reserva do hotel? Nesses momentos, não há tempo para esperar horas no telefone. Busque agências, companhias aéreas e hotéis que ofereçam atendimento no WhatsApp, chat online e redes sociais — e que realmente funcionem 24 horas por dia.

Vale a pena também conferir se a empresa já conta com canais automatizados para resolver questões de modo mais ágil — também segundo o CX Trends, 81% das empresas de turismo líderes em experiência do cliente acreditam que 80% dos problemas serão resolvidos sem intervenção humana no curto prazo. E, contar com assistentes de IA caso surja um problema em sua viagem, pode fazer toda a diferença para evitar dores de cabeça.

3. Tenha cuidado com empresas que só “vendem” preço

A experiência começa na escolha. E, muitas vezes, o mais barato sai caro — especialmente se o suporte ao cliente for ruim. Fato é que, ao optar por empresas que priorizam sua experiência — equilibrando orçamento e um planejamento seguro — você tem mais chances de receber apoio real caso algo dê errado.

4. Estude a reputação da empresa

Nesse sentido, também não se limite a pesquisar preços: avalie a reputação da agência, do hotel e da companhia de viagens no mercado. Experimente também enviar uma dúvida pelos canais da empresa antes de comprar um pacote para verificar, por exemplo, se possui atendimento 24 horas, se as respostas são ágeis e as interações oferecem empatia.

Esses testes simples ajudam a evitar problemas futuros em um momento que você só quer relaxar e aproveitar as atrações de um novo destino.

5. Use a inteligência artificial pensando em “personalizar” a viagem dos seus sonhos

Quanto mais informações você fornecer aos sistemas de IA, mais eles aprenderão sobre seu perfil. Salvar destinos favoritos, indicar preferências de hospedagem, incluir alertas de voo e filtrar os serviços que realmente importam para você pode ser um mapa que irá tornar o planejamento da sua viagem mais rápido e personalizado de acordo com suas necessidades.

Afinal, a inteligência artificial não substitui o seu olhar, mas ela pode encurtar os caminhos e facilitar escolhas de acordo com os seus anseios de viagem. Dessa forma, o planejamento poderá se tornar a parte mais simples do seu plano para você poder focar no que realmente importa: viver experiências incríveis e construir memórias.

(*) Enterprise Account Executive na Zendesk.

Clínicas de estética: quatro estratégias para lucrar mais e conquistar clientes fiéis

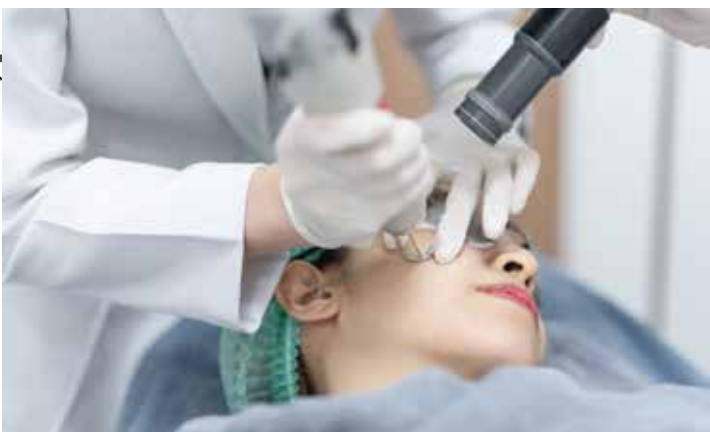
CEO da franquia Mulherez revela iniciativas que estão impulsionando clínicas de estética e saúde íntima em um dos setores que mais crescem no Brasil.

Quem trabalha com estética e saúde sabe: conquistar o público vai muito além de oferecer um bom procedimento. Em um mercado cada vez mais competitivo e cheio de promessas, o que faz uma clínica se destacar é a forma como ela se conecta, acolhe e entrega resultados reais. E o melhor: tudo isso pode (e deve!) caminhar junto a um bom planejamento e estratégias claras de expansão. De acordo com a Associação Brasileira de Franchising (ABF), o segmento de Saúde, Beleza e Bem-Estar registrou uma expansão de 14,9% na receita no primeiro trimestre de 2025, em comparação ao mesmo período do ano anterior.

Segundo a ginecologista e empresária Dra. Mirelle José Ruivo, CEO da marca Mulherez, especializada em rejuvenescimento íntimo e cuidados voltados à saúde feminina, o segredo está em unir propósito com eficiência operacional. A rede já soma 11 unidades com quatro delas em operação e registrou um aumento de 50% no rendimento nos últimos meses. A seguir, a CEO compartilha quatro estratégias adotadas pelas unidades da empresa que têm ajudado a atrair novos clientes e impulsionar os resultados financeiros:

1. Crie jornadas personalizadas de cuidado

“Cada pessoa atendida tem uma história, uma dor e um desejo. Oferecer protocolos personalizados, que combinem estética com saúde, é o que transforma o serviço em algo único”, explica. Na prática, isso significa escutar mais, entender o momento de vida da paciente e propor soluções integradas, o que também contribui para o aumento do ticket médio. Na rede Mulherez, por exemplo, os atendimentos combinados já representam 30% das vendas mensais.



2. Aposte em estratégias digitais consistentes

“Estar presente nas redes sociais com conteúdos informativos, depoimentos reais e bastidores da clínica aproxima e gera confiança. A paciente precisa enxergar que aquele lugar é seguro e tem propósito”, destaca. Além disso, Mirelle sugere o uso de ferramentas de automação para nutrir o relacionamento com quem ainda não agendou.

3. Invista em qualificação e padronização dos serviços

“Não adianta atrair público se a entrega não é boa. É preciso investir em capacitação contínua da equipe e padronizar os atendimentos para garantir qualidade e segurança”, ressalta. Na Mulherez, as profissionais seguem protocolos clínicos e estéticos validados, o que proporciona previsibilidade nos resultados e fortalece a reputação da franquia.

4. Trabalhe com metas e indicadores claros

“Ter metas semanais de atendimento, retorno e satisfação ajuda a equipe a manter o foco e identificar pontos de melhoria. Quando todo mundo sabe o que precisa entregar, os resultados aparecem”, conclui. A especialista também reforça a importância de reuniões periódicas com a equipe para celebrar avanços e alinhar expectativas.



peshkov_CANVA

ESTREITAR A RELAÇÃO COM OS CLIENTES

COMO MELHORAR A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE PELO WHATSAPP?

Será que sua empresa está, de fato, aproveitando todo o potencial dos canais de comunicação do mercado para estreitar a relação com seus clientes? Em um cenário em que a velocidade e a personalização são cada vez mais valorizadas pelos consumidores, o desafio é se fazer presente e acessível nos meios preferidos de seu público-alvo, garantindo um atendimento ágil e interativo – algo que, diante de tantas opções, pode ser conquistado e potencializado no WhatsApp.

Allanis Grum (*)

Instalado em mais de 98% dos smartphones brasileiros, segundo dados divulgados no Wapikit, há anos, essa plataforma já deixou de ser apenas uma ferramenta de chat, se tornando um elo estratégico capaz de transformar a relação entre empresas e consumidores. Trata-se, hoje, de um canal que oferece agilidade, interatividade e conveniência, sendo amplamente utilizado tanto para atendimento quanto para ações de marketing e vendas.

Ainda segundo a Wapikit, 79% dos usuários já utilizaram o canal para se comunicar com empresas, e 62% realizaram compras diretamente pela plataforma. Estima-se, também, que 96% das marcas nacionais utilizam o WhatsApp como principal canal de atendimento, sendo, para 86% dos profissionais de vendas, o principal meio de contato com clientes e leads. E, não faltam argumentos que comprovem o porquê de sua crescente popularidade.

Sua taxa média de abertura de mensagens é de cerca de 98%, conforme a mesma fonte, superando, amplamente, outros canais tradicionais como o e-mail. Com sua capilaridade e funcionalidades adaptáveis, a plataforma oferece um caminho sem precedentes para a construção de engajamento, confiança e lealdade, através de mensagens personalizadas conforme as necessidades e perfil de cada cliente – um diferencial importante na construção de experiências positivas. Até porque, de acordo com outro estudo da Emplifi, 63% dos usuários deixariam de consumir produtos ou serviços de uma marca de que são clientes fiéis se tiverem uma única experiência ruim.

Comunicações que consideram o nome do cliente, seu histórico de interações e seu comportamento de compra



Yuuji_CANVA

demonstram atenção e cuidado por parte da empresa, contribuindo para o fortalecimento do vínculo com a marca, enquanto mensagens frias, excessivas e não aderentes aos interesses de cada um, apenas prejudicarão sua reputação e prosperidade. Fatores que, por mais que já sejam de amplo conhecimento do mercado, ainda vêm prejudicando a qualidade do serviço de muitas organizações.

A impessoalidade das interações automatizadas, a demora nas respostas e a falta de continuidade no histórico de atendimento são desafios ainda bastante presentes em muitas empresas, principalmente, pela falta de investimento em recursos de automação com inteligência que

garantam a integração do canal com os sistemas de gestão do cliente, de forma a oferecer uma experiência mais fluida e personalizada.

Para assegurar que o WhatsApp seja um canal realmente eficaz na jornada do cliente, é essencial considerar alguns fatores no desenvolvimento de sua estratégia, como a velocidade e clareza nas respostas, a linguagem adequada ao perfil da marca, o uso responsável das automações, a integração com bases de dados e a conformidade com as diretrizes da Meta – considerando sua enorme rigorosidade em administrar tudo que é trafegado neste canal para que não se torne prejudicial à experiência de nenhuma pessoa.

Comunicações que consideram o nome do cliente, seu histórico de interações e seu comportamento de compra demonstram atenção e cuidado por parte da empresa, contribuindo para o fortalecimento do vínculo com a marca.

Evite, a todo custo, o envio excessivo de mensagens, que pode ser interpretado como spam, prejudicar a imagem da empresa e, no pior dos casos, poder levar ao bloqueio desta conta. Integre o canal com outras soluções que favoreçam uma experiência fluida e enriquecida, e que permitam a finalização de jornadas completas dentro do próprio aplicativo como, por exemplo, o uso de botões interativos para pagamentos diretamente na conversa.

Sua união com outros recursos como CRMs, plataformas de automação de marketing, sistemas de pagamento, ferramentas de analytics e canais de fallback também é estratégico para elevar a eficiência de suas campanhas, incluindo mecanismos de redirecionamento automático para RCS, SMS ou atendimento humano, assegurando a continuidade da comunicação mesmo em situações de falha de entrega.

O WhatsApp transcende o papel de um simples aplicativo de mensagens para se tornar um pilar estratégico na construção de relações sólidas entre empresas e consumidores, capaz de otimizar o atendimento, personalizar a comunicação e humanizar a interação. Seu investimento com inteligência proporcionará uma conexão genuína entre as partes, se tornando um canal essencial para melhorar a experiência do cliente e, com isso, elevar os resultados das marcas.

(*) Product Manager de Rich Content da Pontaltech, empresa especializada em soluções integradas de VoiceBot, SMS, e-mail, chatbot e RCS.



Khasan_Wongnattathan_CANVA