

## TRANSIÇÃO ENERGÉTICA



## EMPRESAS FAZEM PARCERIA PELO BIOMETANO

▶▶ Leia nas páginas 6 e 7

## Diversidade começa na atração de talentos

# O papel estratégico do Talent Acquisition

Processo de busca de talentos amplia a diversidade e inclusão nas empresas e torna o recrutamento mais justo, afirma especialista

Em um cenário de constantes transformações no mundo do trabalho e com a gestão de pessoas ocupando um papel cada vez mais estratégico para as companhias, o conceito de talent acquisition tem ganhado força. Desde os anos 2000, mais do que preencher vagas e funções em aberto, o conjunto de práticas voltadas à atração e seleção de pessoas passou a evidenciar a necessidade de contratar e reter profissionais alinhados à cultura organizacional, aos objetivos e aos valores das empresas. Essa abordagem vem se consolidando como um pilar essencial para o sucesso e desenvolvimento sustentável das organizações.

Diferente do simples recrutamento e seleção, o talent acquisition é uma estratégia de longo prazo focada em construir um banco de profissionais qualificados que contribuem ativamente para o crescimento de determinada organização. Segundo Flávia Mentone, CEO da Repono, empresa especializada em recrutamento e seleção de Pessoas com Deficiência, essa abordagem envolve planejamento de força de trabalho, conhecimento atualizado do mercado, employer branding, busca ativa de talentos e uma análise profunda de dados e métricas no processo de seleção.

A especialista no tema explica que, quando bem estruturado, o processo de talent acquisition é capaz de gerar inovação e diversidade nas empresas. "Com boas estratégias de recrutamento e a ampliação dos canais de comunicação e divulgação das vagas e bancos em aberto, as organizações têm a oportunidade de atrair profissionais diversos e criar equipes verdadeiramente inovadoras", acrescenta.



Flávia afirma que em um processo mais longo, como o de Talent Acquisition, as avaliações podem ser mais justas e livres dos estereótipos excludentes que um recrutamento mais ágil pode ter. Nesse modelo, de acordo com a CEO da Repono, os talentos são selecionados com base em critérios que vão muito além da instituição de formação e hard skills. Eles são avaliados de acordo com as suas competências socioemocionais, que abrangem aspectos mais alinhados à missão e cultura da organização recrutadora.

Pesquisas indicam que essa diversidade traz para as empresas um retorno positivo. Um relatório recente da McKinsey revelou que as companhias com maior índice de diversidade étnica e cultural têm 33% mais chances de ter um desempenho financeiro superior em comparação aos seus concorrentes. Outra pesquisa da Deloitte apontou ainda que organizações com cultura inclusiva tem seis vezes mais chances de serem inovadoras e ágeis e oito vezes mais chances de obter melhores resultados nos negócios.

Por isso, Flávia reforça a importância de aplicar o talent acquisition nas empresas, principalmente para ampliar as oportunidades para pessoas com deficiência e perfis de grupos minorizados, como mulheres, negros e profissionais LGBTQIAPN+. Para isso, a especialista lista quatro estratégias que podem ser utilizadas pelos RHs das organizações:

**1 Planejamento para além da vaga:** em vez de agir só quando surge uma necessidade específica, antecipe as demandas e aproveite para criar um banco de talentos alinhado aos valores e objetivos da empresa. Isso agiliza contratações e fortalece a cultura organizacional.

**2 Diversifique os canais de recrutamento:** busque talentos em novos espaços além do "trabalhe conosco", utilize canais como: redes sociais, eventos e feiras de carreira, programas de inclusão e empresas especializadas em diversidade e inclusão. Isso amplia o acesso às vagas e oportunidades e reforça a inovação nos times.

**3 Priorize a experiência do candidato:** desde o primeiro contato até o feedback final, cada etapa influencia como o candidato percebe a empresa. Por isso, procure priorizar a experiência desse candidato por meio de processos bem estabelecidos, comunicação clara e respeito em todas as interações. Isso fortalece o engajamento e ajuda a tornar a marca empregadora muito mais atrativa.

**4 Fortaleça sua marca empregadora:** antes de abrir vagas e buscar talentos, mostre ao mercado porque vale a pena trabalhar na sua empresa. Compartilhe histórias reais, projetos inspiradores e benefícios relevantes para atrair pessoas que se conectem com o propósito da organização.

## Negócios em Pauta

Reprodução/Mentalidades Matemáticas/IMPA



Jo Boaler (Stanford) e Marcelo Viana (IMPA)

## Especialistas debatem papel da matemática no avanço da economia digital

Com a digitalização acelerada da economia, a Matemática ganha um papel central na construção de um Brasil mais competitivo, inovador e inclusivo. O painel "Como a Matemática vai incluir o Brasil na economia digital" vai reunir, na quarta-feira (20), em São Paulo, Jo Boaler, professora da Universidade de Stanford e idealizadora da abordagem Mentalidades Matemáticas (MM); Marcelo Viana, diretor-geral do IMPA (Instituto de Matemática Pura e Aplicada); Alessandro Santos, diretor de Políticas e Diretrizes da Educação Integral Básica do Ministério da Educação (MEC); Patricia Mota Guedes, superintendente do Itaú Social; Luiz Miguel Martins Garcia, presidente da Undime (União dos Dirigentes Municipais de Educação); e Thiago Nascimento, diretor-executivo do Instituto Decodifica, para debater a democratização do ensino da Matemática em um mundo cada vez mais tecnológico (<https://mentalidadesmatematicas.org.br/>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

## News@TI

okugawa\_CANVA



## Startup paranaense é destaque com premiação nacional

@Florianópolis será o palco da inovação entre os dias 27 e 29 de agosto de 2025, durante o Startup Summit — um dos maiores encontros de startups da América Latina, que reunirá mais de 200 palestrantes e deve atrair 12 mil pessoas, segundo a organização. Entre as selecionadas para o evento e também finalista do Prêmio Sebrae Startups 2025, está a Bluelogic Sistemas, com sua solução WebReceita — Receituário Agrônomico. A plataforma foi escolhida entre mais de 3 mil startups inscritas em todo o país, conforme o Sebrae. O reconhecimento garantiu à Bluelogic Sistemas um espaço exclusivo para apresentar o WebReceita — Receituário Agrônomico a investidores e representantes dos setores tecnológico e agrônomico. A Bluelogic, que está entre as TOP 1000 dessas empresas, terá direito a um estande no evento (<https://www.bluelogic.com.br/>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

## Vire a Chave: cinco Dicas para um semestre de sucesso

Empresa de pagamentos do Santander destaca que análise de resultados e estratégias para datas sazonais podem definir o sucesso dos negócios em um período de inadimplência recorde. ▶▶

## Cultura de aprendizado não é luxo, é sobrevivência

A inteligência artificial está transformando tudo, inclusive a velocidade com que o conhecimento envelhece. ▶▶

## Startups imobiliárias: tecnologia redesenha tradicional setor da economia

Durante décadas, o mercado imobiliário brasileiro se desenvolveu com base em uma estrutura marcada por cartórios, corretores, registros e visitas presenciais. ▶▶

## Vale da morte: o que separa as startups que superam essa fase das que não conseguem

O chamado "Vale da Morte" é um período crítico no ciclo de vida de startups, marcado por desafios financeiros, incertezas operacionais e a pressão constante para validar seu modelo de negócios. Essa fase, que geralmente ocorre entre os primeiros meses e anos de operação, é onde muitas empresas fracassam antes de alcançar tração sustentável. No entanto, enquanto algumas startups desaparecem, outras não apenas sobrevivem, mas emergem mais fortes. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



## COOP reúne apreciadores de vinhos em tradicional confraria

O consumo de vinhos no Brasil tem registrado forte crescimento nos últimos anos. Segundo dados da Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV), entre 2022 e 2023 o aumento foi de 11,6%, o segundo maior do mundo, atrás apenas da Romênia, que registrou alta de 20%. Esse cenário também se reflete nas lojas de varejo Coop, que oferecem mais de 500 rótulos entre vinhos nacionais e importados, incluindo a linha exclusiva Tierra de Los Andes, importada do Chile. Para proporcionar uma experiência diferenciada aos amantes dessa bebida milenar, a rede realizou mais uma edição da tradicional Confraria de Vinhos, desta vez na unidade Joana Angélica, em São Caetano do Sul, que abriga uma das maiores adegas da Coop, com 215 metros quadrados ([www.portalcoop.com.br/](http://www.portalcoop.com.br/)).

OPINIÃO

# A tecnologia redefine a segurança em grandes eventos esportivos

Renan Soares (\*)

*Estamos vivendo uma das temporadas esportivas mais emocionantes do ano.*

A chegada do primeiro Mundial de Clubes e a contagem regressiva para o evento futebolístico mais importante de 2026 nos colocam diante de uma grande oportunidade, não apenas para oferecer um espetáculo de alto nível, mas também para garantir uma experiência segura e organizada para milhões de pessoas que assistem a eventos de grande porte.

Os desafios que esses eventos esportivos de alto nível implicam não são pequenos. Eles abrangem desde o controle de multidões e a coordenação logística até a contenção de situações inesperadas. Para quem se lembra, o que aconteceu em 2024 em Miami é um claro alerta: milhares de pessoas invadiram violentamente o recinto, evidenciando falhas no controle de acesso e colocando em dúvida a falta de prevenção, preparação e capacidade humana das autoridades locais.

Como espectador, foi uma experiência angustiante. No entanto, do ponto de vista de uma empresa especializada em tecnologia de videomonitoramento e soluções de segurança, é uma oportunidade crítica para refletir sobre o papel da inovação na prevenção desse tipo de incidentes.

A tecnologia como protagonista na gestão de eventos - A evolução da tecnologia nas últimas décadas tem sido vertiginosa. Hoje, graças a ferramentas como inteligência artificial (IA), análise de vídeo em tempo real e soluções IoT, os organizadores contam com ferramentas avançadas para antecipar riscos, conter ameaças e oferecer uma experiência segura e fluida.

**1. Controle de acesso inteligente** - O primeiro ponto de contato entre o público e o recinto deve ser infalível. Um sistema de controle de acesso eficaz baseado em tecnologia IP não apenas regula a entrada e a saída, mas também permite segmentar e gerenciar zonas. Esses sistemas reduzem a possibilidade de invasões ou aglomerações perigosas,

melhorando tanto a segurança quanto a experiência do usuário.

**2. Videomonitoramento com análise avançada** - O videomonitoramento é uma ferramenta fundamental. Não basta ter câmeras, é necessário dispor de sistemas que integrem análise comportamental, reconhecimento facial, detecção de objetos abandonados ou movimentos anormais.

**3. Dissuasão e percepção de segurança** - A mera presença visível de câmeras estrategicamente localizadas atua como um elemento dissuasivo contra comportamentos inadequados ou de risco. O Estádio Centenário de Montevideú é um exemplo de como uma implementação tecnológica integral transformou a percepção do público, recuperando o caráter familiar dos eventos esportivos e reduzindo os níveis de violência no recinto.

**4. Otimização das operações internas** - A segurança não se concentra apenas em evitar ameaças externas. Ela também deve considerar a experiência integral do participante. Desde softwares para gerenciamento de filas em pontos de venda e áreas de alimentação até o monitoramento do tráfego e estacionamentos, a tecnologia permite identificar gargalos, prevenir conflitos e aumentar a eficiência operacional.

O desafio que se aproxima - Com um evento internacional de futebol se aproximando, os desafios logísticos e de segurança não devem se concentrar apenas no espetáculo do esporte, mas também na construção de um ambiente confiável, seguro e fluido. Isso só é possível com planejamento, investimento em tecnologia de ponta e colaboração entre os setores público e privado.

A segurança deve começar desde o planejamento e se estender além do último participante que deixa o local. Só assim garantiremos que cada evento esportivo seja inesquecível não apenas pelo que acontece em campo, mas também pela experiência positiva das milhares de pessoas que o vivem nas arquibancadas.

(\*) Key Account Manager da Axis Communications.

# O carro de Trump

O carro atualmente utilizado pelo presidente dos Estados Unidos é produzido pela General Motors.

Vivaldo José Breternitz (\*)

O veículo, que custa US\$ 1,5 milhão, assemelha-se a um Cadillac XT6, mas tem pouca coisa em comum com o veículo desse modelo vendido ao público por até cerca de US\$ 60 mil.

Pela necessidade de transportar o presidente de forma segura, o veículo - apelidado de "The Beast" ("A Fera"), é uma máquina com capacidades excepcionais. Desenvolvida pela GM em conjunto com o Serviço Secreto, a atual versão entrou em operação em 2018 e representa a terceira geração da linha, iniciada durante o governo de George W. Bush.

O Serviço Secreto, que tem entre suas missões proteger o presidente, é responsável por operar e manter o carro presidencial e o descreve como o automóvel mais seguro e protegido do mundo, dispondo de uma impressionante gama de recursos defensivos.

Embora as especificações sejam sigilosas, estimativas apontam portas com blindagem de 20 centímetros de espessura e vidros laminados de 12,7 centímetros. Como funciona também como centro de comando móvel, possui avançados sistemas de comunicação, inclusive a capacidade de transmitir códigos de lançamento de armas nucleares. Além disso, conta com pneus run-flat, capazes de continuar rodando mesmo depois de



solomonjee\_CANVA

perderem pressão, sistema de dispersão de gás lacrimogêneo, gerador de cortina de fumaça e dispositivos para visão noturna.

Não há um tempo oficial de uso do carro, mas o Serviço Secreto adota, em média, um ciclo de oito anos para cada veículo - são diversos em operação. Ao ser aposentado, o carro não vai para museus nem é preservado - é destruído. Como o modelo atual já está no sétimo ano de serviço, a substituição está em andamento: a General Motors recebeu recentemente um contrato de quase US\$ 15 milhões para desenvolver uma nova

versão, incorporando tecnologias ainda mais modernas.

Curiosamente, o presidente dos EUA não tem permissão para dirigir a "Fera" - ou qualquer outro carro - nem mesmo após deixar o cargo.

De qualquer forma, viaja em um dos automóveis mais extraordinários já fabricados, que é ao mesmo tempo meio de transporte, escritório e fortaleza.

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

## Cursos gratuitos para impulsionar carreiras e negócios

Em um cenário em que sustentabilidade, impacto social e governança ocupam lugar central nas estratégias corporativas, a qualificação em ESG (Environmental, Social and Governance) se tornou um diferencial competitivo para profissionais e empresas.

**2. Além da Conservação, rumo à Sustentabilidade (IBM SkillsBuild / Duração: 1h)**

A conservação, voltada à preservação dos recursos naturais e da riqueza mineral da Terra, continua sendo fundamental. A sustentabilidade, porém, vai além: adota uma abordagem integrada, que combina análise de dados e tecnologias avançadas para compreender como a ecologia se relaciona com áreas como engenharia, medicina e ciências sociais, formando um sistema interdependente e complexo (https://www.eucapacito.com.br/cursos/alem-da-conservacao-rumo-a-sustentabilidade/).

Para ampliar o acesso a esse conhecimento e fortalecer ações alinhadas a práticas responsáveis, a plataforma Eu Capacito, uma das iniciativas sociais do Instituto Itaquí, disponibiliza cursos gratuitos na área, com conteúdo chancelado por grandes empresas como IBM e Microsoft.

**Explore as opções a seguir e dê o próximo passo na sua trajetória profissional.**

**1. Fundamentos da Sustentabilidade e Tecnologia (IBM SkillsBuild / Duração: 10h)**

Se você busca desenvolver competências para atuar na economia verde e contribuir para um futuro mais sustentável, este plano de aprendizagem oferece conhecimentos sobre a ciência da sustentabilidade e suas aplicações em áreas como energia renovável, agricultura sustentável, construção verde e gestão de resíduos. Além de compreender conceitos e práticas que ampliam a ideia de conservação, você também aprende a aplicar inteligência artificial e análise de dados para impulsionar soluções sustentáveis, adquirindo habilidades capazes de gerar impacto

positivo em diversos setores. Para acessar o conteúdo, https://www.eucapacito.com.br/cursos/fundamentos-da-sustentabilidade-e-tecnologia/.

**3. Diversidade, Inclusão e Pertencimento para Líderes e Gerentes (Microsoft / Duração: 5h)**

Esta rota de aprendizagem capacita líderes e gerentes a conduzirem, de forma eficaz, iniciativas voltadas à diversidade em suas organizações, reconhecendo a importância da Diversidade, Inclusão e Senso de Pertencimento (DIS) para os negócios. O conteúdo aborda desde a criação de ambientes de trabalho verdadeiramente inclusivos até a comunicação honesta e efetiva, incentivando a reflexão sobre crenças limitantes e o acolhimento das diferenças que tornam cada colaborador único. Entre os temas trabalhados estão liderança inclusiva, diversidade e inclusão em empresas globais, vieses inconscientes na tomada de

decisão, gestão intercultural e gestão da diversidade nas organizações (https://www.eucapacito.com.br/cursos/diversidade-e-inclusao-para-lideres/).

**4. Como Desenvolver a Colaboração entre a Equipe (Microsoft / Duração: 13h)**

Este programa ensina a desenvolver e manter relações de trabalho colaborativas, construtivas e cooperativas, identificando oportunidades para conectar equipes, departamentos e até organizações. Ao longo da jornada, você aprende a interagir de forma eficaz, transmitir confiança e criar um ambiente que favoreça a cooperação, a tomada de decisões e a construção de confiança mútua, que são elementos essenciais para fortalecer resultados e promover uma cultura de trabalho integrada (https://www.eucapacito.com.br/cursos/colaboracao-entre-a-equipe/).

**5. Trabalho Remoto: Colaboração, foco e produtividade (Microsoft / Duração: 13h)**

Este curso te prepara para antecipar demandas e organizar a rotina de forma eficiente no trabalho remoto, apresentando técnicas para aumentar a produtividade, manter o foco e desenvolver resiliência em períodos desafiadores. Ao longo do conteúdo, são abordadas práticas de gestão de tempo, comunicação interpessoal, colaboração virtual e uso de ferramentas como Microsoft Teams e Office 365, além de estratégias para vencer a procrastinação e conduzir reuniões produtivas (https://www.eucapacito.com.br/cursos/trabalho-remoto/).

## News @TI

### Atos participa do SAP NOW AI Tour Brazil

A Atos, líder global em transformação digital, estará no SAP NOW AI Tour Brasil, que ocorrerá nos dias 19 e 20 de agosto, em São Paulo. Durante o evento, a empresa apresentará soluções projetadas para acelerar a migração de sistemas SAP ECC para SAP S/4HANA e a transição do ambiente SAP On-Premise para o RISE with SAP, passos cruciais na jornada de transformação digital e estratégia eficaz para impulsionar o crescimento e aumentar a competitividade das empresas. As soluções foram desenvolvidas para cobrir toda a jornada de migração para a nuvem, desde o planejamento estratégico até o suporte contínuo. Impulsionada por aceleradores de IA, a tecnologia é capaz de automatizar até 96% da conversão e customização de ambientes, integrando sistemas de maneira ágil e reduzindo a necessidade de intervenção manual (https://atos.net/en/).

## Alunos do Inteli vencem maior hackathon de IA generativa da América Latina com projeto que automatiza tarefas do dia a dia

Um grupo de alunos do Inteli - Instituto de Tecnologia e Liderança - conquistou o primeiro lugar na final do maior hackathon de inteligência artificial generativa da América Latina, realizado durante o Adapta Summit. A equipe levou para casa o prêmio de R\$ 250 mil com o projeto STAG (Smart Task Assistant Generator), um agente capaz de aprender a executar tarefas repetitivas a partir de um vídeo demonstrativo.

A solução desenvolvida pelos estudantes Fabio Piemonte, Lyorrei Shono Quintão, Yago Phellipe e Gabrio Lina mostrou como a IA pode facilitar atividades rotineiras de empresas e profissionais. O STAG é capaz de automatizar planilhas, gerenciar ERPs, acessar e-mails, ler notícias, entre outras funções, apenas observando como uma pessoa executa determinada ação.

Durante a competição, os estudantes passaram por uma

intensa maratona de desenvolvimento, com etapas eliminatórias e mentorias, até chegarem à final. O projeto foi apresentado a um público de mais de 7 mil pessoas no Adapta Summit - os alunos tiveram seis minutos para defender a solução antes da votação popular que definiu a vitória.

O hackathon reuniu centenas de talentos de tecnologia em uma competição marcada por mentorias, networking e desafios práticos.



# STF: violência doméstica garante benefício do INSS

A maioria dos ministros do STF votou para que o INSS pague benefício temporário, análogo ao auxílio-doença, a mulheres vítimas de violência doméstica que precisam parar de trabalhar

O plenário do Supremo julga um recurso em que o INSS tentava derrubar o direito obtido por uma trabalhadora do Paraná, em decisão na segunda instância da Justiça Federal, para que recebesse benefício previdenciário análogo ao auxílio-doença pelo afastamento do trabalho em razão da Lei Maria da Penha.



O pagamento do benefício pode ser determinado pela Justiça estadual em função da Lei Maria da Penha.

O direito ao afastamento do trabalho para vítimas de violência doméstica, sem prejuízo do salário, por até seis meses, é garantido pela Lei Maria da Penha, mas o INSS argumenta que não pode ser obrigado a arcar com os pagamentos, por falta de previsão legal. No caso concreto, diante da indefinição da legislação, o juiz responsável pela decisão de afastamento determinou que o INSS fizesse o pagamento do benefício à segurada, de

modo a garantir a efetividade da medida prevista na Lei Maria da Penha. Essa decisão é agora confirmada pela maioria do Supremo.

Pelo voto do relator, ministro Flávio Dino, o pagamento do benefício pode ser determinado pela Justiça estadual em função da Lei Maria da Penha, de modo a garantir a aplicação da medida protetiva para a vítima de violência.

“O sistema normativo deve ser interpretado no sentido de conferir a maior proteção à mulher vítima de violência doméstica e familiar”, explicou o ministro. Uma vez liberado o benefício, cabe à Previdência Social - de forma regressiva - acionar a Justiça Federal para que os valores possam ser ressarcidos à autarquia pelos responsáveis pela violência, votou a maioria do Supremo.

Por essa maioria, é dever da União garantir a efetividade imediata do afastamento do trabalho previsto na Lei Maria da Penha. Para isso, o pagamento pode ser de natureza previdenciária, no caso de trabalhadoras com carteira assinada, ou assistencial, quando a fonte de renda for informal, desde que comprovada a impossibilidade de trabalhar.

“Além da própria remuneração, é importante destacar que também devem ser mantidos o recolhimento fundiário e previdenciário, a contagem do tempo de serviço e todos os consectários da relação trabalhista firmada, a fim de que a vítima de violência doméstica não seja duplamente prejudicada pela situação em que se encontra por circunstâncias alheias à sua vontade”, escreveu o ministro (ABr).

## Agilidade corporativa: o poder dos ciclos curtos de aprendizagem

Pedro Signorelli (\*)

A ideia de trabalhar de forma ágil deixou há muito tempo de ser exclusividade das áreas de tecnologia. Hoje, empresas de todos os setores têm percebido que velocidade e adaptabilidade são requisitos básicos para se manterem relevantes em um mercado que muda rápido demais para esperar o próximo planejamento anual.

O coração dessa transformação está na troca de ciclos longos e rígidos por períodos curtos e dinâmicos, nos quais o aprendizado contínuo orienta cada decisão. Em vez de apostar tudo em um plano elaborado para os próximos doze meses, organizações mais modernas preferem operar com prazos de algumas semanas ou trimestres, permitindo testar hipóteses, avaliar resultados e corrigir rotas antes que o cenário mude novamente.

Essa lógica não é apenas sobre fazer mais rápido. É sobre criar um sistema onde cada etapa se transforma em oportunidade de reflexão e melhoria. Ao final de cada ciclo, equipes e líderes revisam o que funcionou, identificam falhas e registram aprendizados que servirão de base para a próxima etapa. Esse conhecimento compartilhado se torna um ativo tão valioso quanto qualquer resultado financeiro.

Para que funcione, a agilidade precisa estar enraizada na cultura e sustentada por uma comunicação clara. Cada mudança de rumo deve ser explicada de forma simples, garantindo que todos entendam não só o que vai mudar, mas também o mo-

tivo e o impacto esperado. Sem essa conexão, qualquer tentativa de se adaptar perde força.

Outro pilar fundamental é a participação ativa das pessoas no processo. Quando colaboradores contribuem para definir prioridades e estratégias, aumenta o senso de pertencimento e a confiança na direção tomada. Assim, o planejamento deixa de ser, exclusivamente, uma instrução vinda “de cima” e passa a ser um projeto construído de forma colaborativa.

Diversos setores, do varejo à saúde, passando pela indústria e pelos serviços financeiros, já adotam esse modelo como padrão. E há um motivo para isso: ciclos curtos equilibram tempo suficiente para gerar resultados concretos e velocidade para corrigir o rumo sem desperdiçar esforços. Na prática, cada ciclo funciona como um “mini-projeto estratégico”, com começo, meio e fim, seguido por uma análise coletiva do que foi conquistado e do que pode ser melhorado.

Em um mundo onde mudanças são constantes, a vantagem competitiva não está em nunca errar, mas em aprender rápido com os erros e agir antes que eles se tornem irreversíveis. Organizações que dominam os ciclos curtos de aprendizagem não apenas respondem melhor às incertezas, como também criam ambientes mais inovadores, engajados e orientados a resultados.

(\*) - É especialista em gestão, com ênfase em OKRs (<http://www.gestaopratica.com.br>).

## Preocupação com debate internacional sobre plásticos

O governo brasileiro lamentou neste domingo (17) a nova suspensão da quinta sessão do Comitê Intergovernamental de Negociação responsável por elaborar um instrumento internacional para combater a poluição por plásticos, inclusive no ambiente marinho. A suspensão ocorreu durante a reunião do comitê, realizada este mês, em Genebra, na Suíça.

De acordo com nota divulgada pelo Itamaraty, "a delegação brasileira participou de forma ativa e construtiva das negociações em Genebra, defendendo posições equilibradas que buscavam conciliar diferentes visões sobre como enfrentar a poluição plás-

tica, em um contexto de polarização entre países".

O Brasil apresentou propostas em áreas estratégicas como financiamento, saúde, cooperação internacional e transição justa, destacando a importância do apoio adequado dos países desenvolvidos aos países em desenvolvimento. Também foi enfatizado o reconhecimento do papel fundamental de catadores e catadoras na cadeia de resíduos.

A defesa de maior proteção aos direitos humanos, incluindo os de povos indígenas, comunidades tradicionais, marisqueiras e pescadores artesanais,

foi outro ponto de destaque da atuação brasileira. Segundo os diplomatas, o avanço nas discussões sobre transição justa foi bem recebido por organizações de trabalhadores e representantes do setor de reciclagem, que reconheceram a valorização da importância social e econômica de milhões de pessoas envolvidas na gestão de resíduos.

Com uma posição intermediária, o Brasil buscou aproximar visões divergentes, especialmente em temas sensíveis como os produtos plásticos de maior impacto poluidor e os riscos à saúde humana. Apesar dos progressos, o tempo disponível não foi suficiente para alcançar consenso (ABr).

### A - Programa de Estágio

O Programa de Estágio 2026 da Eaton, empresa global de gerenciamento inteligente de energia, está com inscrições abertas para estudantes de curso superior e técnico com previsão de formação entre 2026 e 2027. No total, o programa terá mais de 60 vagas distribuídas nas unidades de Caxias do Sul, Mogi Mirim, Porto Feliz, São José dos Campos, São Paulo e Valinhos. Com foco na Inclusão & Diversidade, o processo seletivo da multinacional é realizado com o formato de Blind-CV, ou seja, “às cegas”, ocultando informações relacionadas a nome, sexo, idade e raça. Inscrições: (<https://programadeestagios.com.br/eaton/>).

### B - Consórcios

O setor de consórcios vive um momento histórico. No primeiro semestre o sistema alcançou mais de R\$ 222 bilhões em créditos comercializados, o maior volume já registrado em duas décadas, segundo dados divulgados pela ABAC (Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios). O número de cotas vendidas também surpreendeu: foram 2,46 milhões, um crescimento de 17,1% em comparação com o mesmo período de 2024. Edemilson Koji Motoda é diretor do Grupo KSL, especialista em cobrança e consórcios. Para ele, os bons resultados refletem uma mudança no comportamento do consumidor brasileiro, que passou a adotar esse produto como uma ferramenta estratégica de planejamento financeiro.

### C - Jovens Visionários

A Prudential do Brasil acaba de lançar a edição 2025 do Prêmio Jovens Visionários, que valoriza projetos de empreendedorismo social liderados por jovens de todo país. A seguradora passa a reconhecer iniciativas que promovam a Educação Financeira como ferramenta de transformação e geram impacto social positivo nas comunidades. Podem participar jovens com idades entre 18 e 29 anos e que estejam cursando ou já tenham concluído o Ensino Médio. A busca é por jovens que sejam fundadores ou participem de projetos com a temática educação financeira. O primeiro e o segundo colocados recebem um aporte de R\$ 40 mil e R\$ 30 mil, para investirem em suas ações. Saiba mais em: (<https://www.prudential.com.br/jovensvisionarios>).

### D - Içamento de Cargas

Entre os dias 22 e 26 de setembro, o Instituto OPUS de Capacitação Profissional da Associação Brasileira de Tecnologia para Construção

e Mineração (Sobratema) promoverá um curso de Formação de Rigger, no Rio de Janeiro, com o objetivo de capacitar profissionais para elaborar planos de içamento de cargas (planos de rigging), com base na normalização vigente e nas especificações dos fabricantes de guindastes. O curso foca na otimização de recursos e promoção da segurança operacional e é destinado a riggers projetistas, engenheiros, supervisores de rigging e demais profissionais envolvidos em operações relacionadas ao içamento de cargas. Para mais informações basta entrar em contato pelo e-mail: [renataoliveira@sobratema.org.br](mailto:renataoliveira@sobratema.org.br) ou pelo WhatsApp (11) 3660-2175.

### E - Corrida para Mulheres

No dia 25 de outubro, a partir das 7h, acontece no Rio de Janeiro a edição 2025 da "Corrida Granado Pink". O evento, exclusivo para mulheres, será na Zona Sul da cidade, com as participantes percorrendo 7,5km ao redor da Lagoa Rodrigo de Freitas. A corrida de rua é organizada pela Granado Farmácias, tradicional empresa brasileira fabricante de cosméticos, medicamentos e perfumes. As inscrições para a prova já estão abertas (<https://w5oceans.com.br/granadopink/>). Além de número de peito, camisa e medalha (para as mulheres que concluírem a distância original), a vaga na corrida dá direito a um kit-atleta com diversos produtos da Granado. O 1º lote tem valor de R\$ 229,90 + taxas (Diário do Rio).

### F - Cobertura à Venda

A cobertura mais alta da América Latina, vizinha ao imóvel adquirido pelo jogador Neymar, foi colocada à venda por R\$ 125 milhões. Localizado na Barra Sul, área mais nobre de Balneário Camboriú (SC), cidade com o metro quadrado mais valorizado do Brasil, o quadriplex de seis suítes tem 1.060 m² de área privativa e vista panorâmica para o mar. As imagens internas não são divulgadas e os interessados em adquirir o imóvel precisam passar por uma validação antes de fazer uma visita ao local. “Esse certamente é um dos imóveis prontos mais caros e exclusivos do Brasil, é uma cobertura rara”, detalha Bruno Cassola, corretor e especialista em imóveis de alto padrão no Sul do país. A propriedade fica nas proximidades do 80º andar da Torre II do edifício Yachthouse by Pininfarina, considerado atualmente o empreendimento mais alto da América Latina.

### G - Dia do Pão de Queijo

Sim, o pão de queijo tem um dia só dele no calendário: 17 de agosto. Ícone da gastronomia brasileira, o quitute é consumido em todo o

país, movimentando um mercado robusto e em plena expansão e, curiosamente, São Paulo lidera o ranking de consumo. Além do prestígio nacional, o produto também ganhou reconhecimento internacional ao se destacar entre os melhores pães do mundo em um ranking especializado. No aspecto produtivo, dados do IBGE apontam uma produção anual de 892,5 mil toneladas. É nesse cenário que a Massa X, empresa familiar de Suzano (SP), construiu sua trajetória. Atualmente, a fábrica de 3.000 m² e mais de 70 funcionários produz cerca de 200 toneladas por mês de pães de queijo e salgados congelados, atendendo mais de 1.400 clientes, incluindo grandes redes como o supermercado Dia.

### H - Comércio Exterior

A União Europeia confirma presença na FICOMEX 2025, que será realizada de 4 a 6 de setembro, no Centro de Convenções de Goiânia. Composto por 27 países e principal investidor no Brasil, o bloco se junta a mais de 80 nações já confirmadas, número que supera o dobro da edição anterior. O evento reunirá grandes mercados, como China, EUA e Rússia, além de estados, municípios e empresas de diversos portes. A Feira Internacional do Comércio Exterior no Brasil Central (FICOMEX) reúne empresas, instituições e especialistas de diversos países para fomentar o comércio exterior, fortalecer a internacionalização de negócios e expandir relações comerciais entre o Brasil e o mundo.

### I - Representação Comercial

O publicitário Walter Longo faz dobradinha em São Paulo ministrando a palestra "Impactos da Inteligência Artificial nos Negócios de Representação Comercial e na Sociedade" na próxima quarta-feira (20), em Guarulhos, e quinta-feira (21), em Sorocaba. Considerado um dos maiores especialistas em inovação, tecnologia e transformação digital, Walter irá discutir como a inteligência artificial está transformando os negócios, abrangendo desde a personalização no atendimento ao cliente até a otimização da eficiência nas vendas. O evento, promovido pelo Conselho Federal dos Representantes Comerciais (Confere), é gratuito. Para participar, é preciso garantir a vaga através de inscrição no site: ([www.confere.org.br/inscricoes](http://www.confere.org.br/inscricoes)).

### J - Marketplace Automotivo

A Webmotors acaba de ser apontada como o maior marketplace automotivo da América Latina. O reconhecimento foi atribuído pela consultoria norte-americana de inteligência empresarial AIM Group, que todos os anos divulga o ranking dos 50 maiores marketplaces e classificados automotivos globalmente. A classificação leva em conta a média de visitas mensais registradas por cada plataforma com base nos dados da plataforma Similarweb. Além da expressiva colocação regional, a Webmotors também alcança a 12ª posição como maior marketplace automotivo do mundo.

# Cinco dicas sobre curadoria no setor de móveis

Em constante evolução, o setor de móveis tem adotado práticas de curadoria como uma estratégia para aprimorar a experiência do consumidor e a qualidade dos produtos oferecidos, se tornando uma peça-chave na construção de marcas que se destacam no competitivo mercado

Cadu Correa (\*)

Marcas que investem em um processo de curadoria eficaz conseguem criar uma identidade única, diferenciando-se pela qualidade e pelo estilo. Isso não apenas atrai consumidores, mas também constrói lealdade à marca, à medida que os consumidores se tornam mais conectados com os valores e com a estética da empresa.

O processo de curadoria no setor de móveis representa uma tendência que vai além do simples ato de selecionar produtos. Envolve uma compreensão profunda das necessidades e desejos dos consumidores, um compromisso com a qualidade e a sustentabilidade e uma visão inovadora de como apresentar e vender móveis. À medida que o setor continua a se desenvolver, a curadoria se firmará como um elemento essencial para marcas que buscam não apenas vender, mas também contar uma história que ressoe com seus clientes.

Para entender melhor esse universo, listei cinco pontos cruciais. Confira:

**1. De olho no processo** - A curadoria é um processo

que acontece de forma muito orgânica e contínua. É resultado de uma observação constante do mercado, de conversas com pessoas do meio e de uma imersão real no universo do design. Mais do que escolher peças bonitas, curadoria é sobre entender o design em sua essência – como ele influencia a forma como vivemos, como traduz a identidade de um lugar e como se adapta ao tempo. Afinal, design vai muito além do visual, ele está na funcionalidade, na história e no propósito por trás de cada criação. É com esse olhar que devemos selecionar móveis que carreguem uma identidade forte, que transmitam o design autoral e que façam sentido para o lifestyle dos clientes.

**2. Pilares da curadoria** - Originalidade, qualidade de execução, respeito aos materiais e relevância são os pilares da curadoria. Mas também há algo mais sutil: a capacidade da peça de se conectar com as pessoas e de permanecer atual com o passar do tempo. Não se trata apenas de estética – é sobre funcionalidade, propósito e



a história que cada móvel carrega. Um bom design deve emocionar e, ao mesmo tempo, ser útil e duradouro. É esse equilíbrio que devemos buscar em cada escolha.

**3. A importância de respeitar cada etapa** - A curadoria é um dos principais diferenciais para qualquer negócio no setor de móveis, já que traduz como cada marca quer ser vista e reconhecida no mercado. Mais do que montar um portfólio de produtos, a curadoria é uma ferramenta estratégica: ela posiciona a marca, comunica seus valores e cria

uma identidade única. Para quem está empreendendo, entender isso é fundamental. Uma curadoria bem feita mostra ao cliente que cada peça foi escolhida com critério e propósito, reforçando a credibilidade. É oferecer mais do que móveis, entregar uma experiência estética e funcional com peças que contam histórias e permanecem relevantes ao longo do tempo, criando uma conexão real com o público.

**4. Criando um bom repertório** - Para quem quer empreender no setor e construir um repertório

sólido, o caminho começa com curiosidade e abertura para aprender. É preciso se expor ao máximo ao design – visitar feiras e mostras, conversar com profissionais experientes, observar o trabalho de designers e marcas autorais. Mas não basta apenas consumir referências: é essencial desenvolver um olhar crítico, entender por que uma peça é relevante, o que a torna atemporal e como ela dialoga com diferentes estilos e necessidades. Além disso, um bom repertório se forma quando o profissional conecta o design a outras áreas, como arquitetura, arte, moda e comportamento. Tudo isso ajuda a perceber tendências de maneira mais ampla e a fazer escolhas mais coerentes. E, por último, é importante lembrar que repertório não se constrói de um dia para o outro – ele é resultado de prática, estudo constante e, principalmente, de sensibilidade para interpretar o que se observa.

**5. Dica de ouro** - Desenvolva um olhar atento para o design. Ou seja, aprofunde-se no universo do mobiliário,

mas também entenda o contexto maior – arquitetura, arte, comportamento, moda – porque tudo isso influencia o que faz sentido hoje e o que pode permanecer relevante no futuro. É importante ter clareza sobre o DNA do negócio: qual é a proposta, qual o público que quer atender e quais valores quer transmitir através da seleção de peças. Outro ponto essencial é priorizar qualidade e originalidade. Não caia na tentação de montar um acervo apenas com base em tendências passageiras. Busque móveis com bom design, produção autoral e que contem histórias. E lembre-se que a curadoria exige paciência: é um processo construído com tempo e consciência. Por fim, esteja sempre em movimento – participando de feiras, conversando com profissionais e estudando o mercado. O repertório é o grande diferencial de quem quer atuar nesse segmento.

(\*) Diretor de estratégia, expansão e novos negócios do grupo M55, referência no mercado do design brasileiro de mobiliário e que atua na gestão varejista de importantes marcas como Estúdiobla, Aristeu Pires e a multimarcas Madé55, que abriga em seu interior a Folio.

## Proclamas de Casamentos

### CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

#### Distrito de Jardim São Luís

Dr<sup>a</sup>. Evanice Callado Rodrigues dos Santos - 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: **MARCOS PAULO CODIGNOLA DE SÁ**, brasileiro, solteiro, nascido aos 30/03/2002, auxiliar de bazar, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Hernani Marcelino de Sá e de Nadilza Janaina Codignola Oliveira; A pretendente: **JÚLIA BEATRIZ NASCIMENTO SABINO DA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 07/10/2004, balconista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Ricardo Sabino da Silva e de Lucinete Nascimento da Silva.

O pretendente: **MATHEUS DA SILVA BETO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 01/06/1995, contador contábil, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Nilton Santos Beto e de Jane Pereira da Silva Beto; A pretendente: **DEBORA RAFAELA RODRIGUES DA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 19/08/1998, pedagoga, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Jose Rodrigues da Silva Neto e de Virginia Raquel Neta Rodrigues.

O pretendente: **BRUNO MIRANDA DE OLIVEIRA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 17/01/1995, vendedor, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Antonio Floriano de Oliveira e de Cassia do Rosário de Miranda; A pretendente: **BIANCA NOVAIS DE OLIVEIRA**, brasileira, solteira, nascida aos 27/08/1995, vendedora, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Vilson Mariano de Oliveira e de Katia Aparecida Alves de Novais Oliveira.

O pretendente: **JHOSEPHER PREVIAI DE OLIVEIRA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 09/07/1996, cirurgião dentista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Jefferson Rodrigues de Oliveira e de Patricia de Moraes Prevaiati; A pretendente: **VITORIA ROCHA BICO**, brasileira, solteira, nascida aos 25/05/1996, cirurgiã dentista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Angelo Osvaldir Bico e de Maria do Rosário Rocha Bico.

O pretendente: **THIAGO ROCHA DA SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 11/08/1996, repositor, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Igor Ferreira da Silva e de Ana Maria Rocha; A pretendente: **ELIANE NOGUEIRA SANTANA**, brasileira, solteira, nascida aos 23/06/1994, manicure, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Bento de Santana e de Rita Aparecida Nogueira Santana.

O pretendente: **ADRIEL GUSTAVO GUEDES DA SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 21/02/1989, motocobo, natural de Surubim - PE, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de José Severino da Silva e de Maria Anísia Guedes; A pretendente: **ABGAIL RODRIGUES ROCHA**, brasileira, solteira, nascida aos 13/03/1997, vendedora, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Amauri Antunes Rocha e de Maria Augusta Rodrigues Pego Rocha.

A pretendente: **JAQUELINE SANTOS RIBEIRO**, brasileira, solteira, nascida aos 16/05/1993, massoterapeuta, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Antonio Angelo Ribeiro e de Isabel dos Santos; A pretendente: **PRISCILA FERREIRA DE LIMA**, brasileira, divorciada, nascida aos 23/08/1988, designer de sobancelha, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Paulo Ferreira de Lima e de Lourdes da Penha Custodio.

O pretendente: **ELTON WALLACE HENRIQUE STAKOVIK DO ROSARIO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 24/04/1999, profissional de educação física, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Elton Garcia do Rosario e de Olga Fabiana Pereira Stakoviak; O pretendente: **DANIEL RODRIGUES DE QUEIROZ**, brasileiro, solteiro, nascido aos 21/11/1982, professor de inglês, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Joselito Ribeiro de Queiroz e de Maria Rodrigues de Queiroz.

O pretendente: **ROBERTO FELIPE RIBEIRO HORTA HIRLE DE OLIVEIRA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 09/10/1993, enfermeiro, natural de Itapemirim - ES, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Roberto Horta Hirle de Oliveira e de Rute Ribeiro Horta Hirle de Oliveira; A pretendente: **JANAINA CARVALHO DOS SANTOS LOPES DA COSTA**, brasileira, solteira, nascida aos 19/07/1991, enfermeira obstetra, natural de Rio de Janeiro - RJ, residente e domiciliada em Itapeperica da Serra - SP, filha de Jorge Lopes da Costa e de Maria Rita Carvalho dos Santos.

O pretendente: **CARLOS ALBERTO DE MOURA PRADO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 24/04/1984, despachante, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Wilson Martins do Prado e de Marilene Vaz de Moura; A pretendente: **JENIFER TELES DE OLIVEIRA**, brasileira, solteira, nascida aos 06/07/1999, assistente administrativa, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Emerson de Oliveira Pedro e de Karina Teles.

O pretendente: **MARCIO LEITE DA SILVA**, brasileiro, divorciado, nascido aos 22/07/1985, motocobo, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Luiz Leite da Silva e de Maria Cordeiro da Silva; A pretendente: **GABRIELA CORDEIRO LIMA**, brasileira, solteira, nascida aos 13/01/1992, professora, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Heleno Cosmo Lima e de Lenilda Cordeiro da Silva Lima.

O pretendente: **RENATO PEREIRA DE SOUSA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 24/06/1994, motorista de aplicativo, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Rene Marques de Sousa e de Ana Paula Pereira de Sousa; A pretendente: **ALESSANDRA DA CONCEIÇÃO SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 16/12/2001, auxiliar de enfermagem, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Joaquim Jose da Silva e de Maria José da Conceição.

O pretendente: **JEFFERSON MATIAS UCHÔA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 22/03/1995, vendedor ambulante, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Francisco das Chagas Uchoa e de Marcia Rejane Matias Uchoa; A pretendente: **JANAIRA DE ARAÚJO SENA**, brasileira, solteira, nascida aos 13/04/1986, diarista, natural de Parnaíba - PI, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Dário Dias de Sena e de Aurora de Araújo.

O pretendente: **GEORGE ANTÔNIO DA SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 02/06/1990, garçom, natural de Orobó - PE, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Antonio José da Silva e de Edileuz Maria da Silva; A pretendente: **ALEXANDRA MARIA DA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 11/11/1993, do lar, natural de Bom Jardim - PE, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de José Joaquim da Silva Filho e de Maria Rosa da Silva.

O pretendente: **ADRIANO OLIVEIRA LOPES**, brasileiro, divorciado, nascido aos 01/05/1984, porteiro, natural de Cruz das Almas - BA, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Crispiniano Lopes e de Balbina Silva Oliveira; A pretendente: **CRISLAINE DIAS DE OLIVEIRA**, brasileira, divorciada, nascida aos 24/07/1992, do lar, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Antonio Lemos de Oliveira e de Maria Sonia Souza Dias.

O pretendente: **DIEGO CARDOSO DOS SANTOS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 29/03/1999, auxiliar de farmácia, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Elnaldo Bomfim dos Santos e de Ana Paula Cardoso de Albuquerque; A pretendente: **LUCILENE ARAUJO ALVES**, brasileira, solteira, nascida aos 13/11/1992, auxiliar de serviços gerais, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de José Paulo Alves Pereira e de Juçara Almeida de Araújo.

O pretendente: **JOSÉ EDMAR SILVEIRA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 10/02/1987, açougueiro, natural de Cruz - CE, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Bianor Domingues Silveira e de Maria do Socorro Vasconcelos Silveira; A pretendente: **ANTÔNIA CHEILA SOUSA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 05/03/1992, cozinheira, natural de Camocim - CE, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Pedro da Silva e de Maria das Graças Vasconcelos de Sousa.

O pretendente: **FRANCISCO SOUSA DA SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 27/02/2000, açougueiro, natural de Camocim - CE, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Pedro da Silva e de Maria das Graças Vasconcelos de Sousa; A pretendente: **ANTONIA AURINEIDE DA SILVEIRA**, brasileira, solteira, nascida aos 24/08/1999, vendedora, natural de Cruz - CE, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Francisco Assis da Silveira e de Maria Elizete do Nascimento.

O pretendente: **PEDRO HENRIQUE DE BARROS MOURA DA SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 07/10/1998, estudante, natural de Guarujá - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Geraldo Alves da Silva e de Dilza de Barros Moura da Silva; A pretendente: **VITÓRIA AMORIM BONAFE PEREIRA**, brasileira, solteira, nascida aos 16/05/2001, estudante, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Clayton Donizete Bonafe Pereira e de Katia Amorim Pereira Bonafe.

O pretendente: **RHAFEL GARCIA MIRANDA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 08/09/1993, comerciante, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Antonio Jose Duarte Miranda e de Cristian Denise Passarelli Garcia; A pretendente: **CATARINA PAMPONET BRITO LIMA**, brasileira, solteira, nascida aos 25/09/1991, fisioterapeuta, natural de Macarani - BA, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Pedro Brito Lima e de Uranice Rohca Pamponet.

O pretendente: **ERIK JHONATAN DA SILVA TEODORO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 03/09/1992, motorista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de João Figueiredo Teodoro e de Maria Auxiliadora da Silva; A pretendente: **NATHANY APARECIDA MARTINS DA SILVEIRA**, brasileira, solteira, nascida aos 30/09/1994, vendedora, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Helio Martins da Silveira e de Maria Jose Martins da Silveira.

O pretendente: **DIEGO DE FREITAS ALMEIDA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 12/07/1997, controlador de acesso, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Eliene de Freitas Almeida; A pretendente: **MARIMAR FERREIRA BARBOSA**, brasileira, solteira, nascida aos 11/09/2000, camareira, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Marivaldo Barbosa do Nascimento e de Francilina Ferreira da Silva.

O pretendente: **JOSIEL RODRIGUES SENA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 23/05/1998, supervisor administrativo, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Otavio de Jesus Sena e de Marlene Pereira Rodrigues; A pretendente: **JAQUELINE ALVES DE SOUZA**, brasileira, solteira, nascida aos 29/08/1996, líder de caixa, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Jose Carlos Ferreira de Souza e de Marleide Alves de Jesus.

O pretendente: **DOUGLAS MARIO DA SILVA DOS SANTOS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 30/09/1982, motocobo, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Osvaldo dos Santos e de Maria Amelia da Silva Mota; A pretendente: **LORRAYNE SANTOS NEVES**, brasileira, solteira, nascida aos 24/12/1998, balconista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Jesuito Antonio Neves e de Maria das Graças Santos da Silva.

O pretendente: **PABLO HENRI GUEDES DE SOUZA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 01/06/2002, pintor de construção civil, natural de Malhada - BA, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Manoel José de Souza e de Elma Guedes de Souza; A pretendente: **VITÓRIA TEODORA BARBOSA**, brasileira, solteira, nascida aos 14/05/2005, recepcionista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Everaldo Santos Barbosa e de Adriana Teodora dos Reis.

O pretendente: **ANDERSON SANTOS DA SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 27/05/1988, conferente de mercadorias, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Antonio Moreira da Silva e de Maria Lúcia dos Santos; A pretendente: **ADELINA MARIANO DA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 08/10/1970, diarista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de João Mariano da Silva e de Edna de Moura Silva.

O pretendente: **NILSON ELDER GUEDES DE SOUZA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 08/08/1998, eletricitista, natural de Malhada - BA, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Manoel José de Souza e de Elma Guedes de Souza; A pretendente: **ANA CAROLINE TEODORA DOS ANJOS**, brasileira, solteira, nascida aos 02/01/2002, porteira, natural de Taboão da Serra - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Joseli Nascimento dos Anjos e de Adriana Teodora dos Reis.

O pretendente: **EDINEI DE OLIVEIRA ESTEVES**, brasileiro, solteiro, nascido aos 30/10/1986, empresário, natural de Senador Firmino - MG, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Jorge Mendes Esteves e de Maria Balbina de Oliveira Esteves; A pretendente: **FERNANDA ALZIRA DE LAIA**, brasileira, solteira, nascida aos 22/12/1993, empresária, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Fernando Jose Honorio de Laia e de Cenira de Oliveira Laia.

O pretendente: **LUCIANO HENRIQUE GONÇALVES DE OLIVEIRA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 02/02/2002, segurança, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Luciano de Oliveira e de Rosinalva Gonçalves Coutinho de Oliveira; A pretendente: **PRISCILA APARECIDA RODRIGUES AUGUSTO**, brasileira, solteira, nascida aos 14/03/2002, copeira, natural de Santa Isabel - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Edson Roberto Augusto e de Jacira Rodrigues de Queiroz.

O pretendente: **WEBER GABRIEL MEIRELES DA SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 21/01/2001, vendedor, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Edson Pereira da Silva e de Uderli Peres de Meireles; A pretendente: **ELLEN LOLITA DE SOUSA CELERINDO**, brasileira, solteira, nascida aos 28/10/2002, manicure, natural de Taboão da Serra - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Luciano Souza Celerindo e de Juliana Lolita de Sousa Celerindo.

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

### 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: **GABRIEL THEIXEIRA ANTUNES**, estado civil solteiro, filho de Everaldo Erasmo Antunes e de Regina Aparecida Theixeira, residente e domiciliado no Brás, nesta Capital - São Paulo - SP. A pretendente: **ANA CAROLINE LUVIZARO IENNA**, estado civil solteira, filha de Mauro Ienna e de Marlene Luvizaro, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Cajuru, nº 74, apto. 81 B, Brás, nesta Capital - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Marquês de Valença, nº 229, apto. 83, 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: **JOSÉ AROLDO LACERDA BONFIM**, estado civil solteiro, filho de João Batista Bonfim e de Doracice Lacerda de Manguiera, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **ANA PAULA MEDEIROS**, estado civil solteira, filha de Wilson Medeiros e de Maria Isabel Porta Medeiros, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **ARTHUR ABE VARELA**, estado civil solteiro, filho de Roberto Varela e de Sybille Teruko Abe Varela, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **SAMARA KUGERT FORTOURA**, estado civil solteira, filha de Aureci Antonio de Avila Fontoura e de Juvelina de Fatima Leite Kugert, 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 Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local  
Jornal Empresas & Negócios

### CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS

#### 15º Subdistrito - Bom Retiro

Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - 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: **DIOGO HIDEO ODAN**, nascido em Suzano, SP, no dia 22/01/1982, profissional arquiteto de soluções de sistemas, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Yoshiaki Odan e de Ritsuko Ueda Odan. A pretendente: **CAROLINA MARQUES OLIBONI**, nascida nesta Capital, Tatuapé, SP, no dia 04/03/1979, profissão nutricionista, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Murilo Antonio Oliboni e de Elizabeth Pires Marques Oliboni.

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

# Cloud-only: o futuro das empresas que abandonaram a infraestrutura local

Empresas brasileiras estão acelerando a migração completa para a nuvem, deixando para trás a infraestrutura física on-premises

Atila Arruda (\*)

Segundo a Imarc Group, empresa norte-americana de pesquisas, o mercado latino-americano de computação em nuvem alcançou US\$ 46,7 bilhões em 2024, com expectativa de crescer a uma taxa média anual de 14,7% até 2033, atingindo impressionantes US\$ 184 bilhões.

Outra pesquisa, divulgada pelo MIT Technology Review no fim de 2023, mostrou que mais de 80% das empresas da América Latina já utilizam tecnologias de nuvem.

O que está por trás desse movimento? Agilidade, escalabilidade e inovação contínua estão entre os principais motores dessa adoção acelerada. E algumas empresas estão indo além: eliminando completamente seus data centers físicos e migrando 100% para ambientes multi-cloud, em busca de um salto estratégico.

## De cloud-first a cloud-only: uma evolução inevitável

Muitas empresas começaram sua jornada cloud com uma postura cloud-first, priorizando a nuvem em novos projetos. Agora, a tendência é clara: o passo seguinte é o cloud-only, com a aposentadoria gradual de toda infraestrutura física própria.

Essa mudança não é apenas uma decisão tecnológica, mas uma estratégia de negócios para aumentar competitividade, flexibilidade e velocidade de resposta ao mercado.



um conjunto de práticas para monitorar e otimizar investimentos em nuvem em tempo real, garantindo um TI mais eficiente e alinhado aos objetivos financeiros da empresa.

## Modernizando operações e integrando a empresa inteira

Migrar para a nuvem não é apenas mover servidores. É uma oportunidade de modernizar aplicações, processos e até a cultura organizacional. Sistemas antes isolados em silos passam a se integrar via APIs e microsserviços, permitindo compartilhamento de dados em tempo real e maior inteligência de negócio. Além disso, empresas que avançam no modelo cloud-only relatam uma mudança cultural significativa: menos hierarquia, mais agilidade, mais abertura à experimentação e aprendizado contínuo.

Pesquisas apontam que 97% dessas empresas valorizam a flexibilidade organizacional como fator crítico de sucesso, enquanto 87% destacam a importância de uma mentalidade voltada à inovação constante.

Os dados e os movimentos de mercado deixam uma mensagem clara: o futuro corporativo será cada vez mais cloud-only. As empresas que abraçam essa transformação não colhem apenas benefícios tecnológicos. Elas ganham velocidade, inovação, resiliência e liberdade para focar no que realmente importa: gerar valor ao cliente.

(\*) Diretor Comercial da Solo Network.

Empresas 100% em nuvem conseguem lançar produtos e serviços com muito mais rapidez, deixando para trás os longos processos de aquisição e instalação de hardware. Recursos de TI passam a ser disponibilizados em minutos ou horas, e a escalabilidade deixa de ser um obstáculo: a infraestrutura se expande ou retrai de forma automática, de acordo com a demanda.

Estar integralmente na nuvem também impulsiona uma cultura de inovação contínua, com acesso imediato a novas tecnologias oferecidas pelos grandes provedores, de machine learning a analytics avançado.

## Multicloud: flexibilidade, resiliência e fim do vendor lock-in

Ao migrar para a nuvem, muitas empresas optam por uma abordagem multicloud, distribuindo suas cargas de trabalho entre diferentes provedores, evitando o risco do vendor lock-in. Os benefícios são claros: flexibilidade tecnológica, redução de riscos de indisponibilidade e a

possibilidade de aproveitar o melhor de cada plataforma. Uma pesquisa recente da IDC, realizada com 514 empresas latino-americanas, revelou que 66% já utilizam entre dois e cinco provedores de nuvem, e 7% chegam a trabalhar com até 10 fornecedores diferentes. Ao mesmo tempo, a pesquisa mostra que 39% dos sistemas ainda permanecem on-premise, enquanto o restante já está distribuído entre IaaS, PaaS, colocation, hosting e SaaS.

Migrar totalmente para a nuvem traz ganhos não apenas operacionais, mas também financeiros. O modelo pay-as-you-go elimina gastos com capacidade ociosa típica de data centers superdimensionados. Segundo a MIT Technology Review e a NTT Data, 74% das empresas latino-americanas já priorizam a redução de custos via otimização da nuvem, enquanto 68% buscam maior flexibilidade operacional.

Essa nova disciplina de gestão de custos tem um nome: FinOps (Financial Operations). Trata-se de

# Como aproveitar a oportunidade de reaprender com a IA?

Viviam Posterli (\*)

Estamos em um tempo de transformações profundas, marcado por uma revolução que já não pertence mais ao futuro: a Inteligência Artificial (IA). Afinal, muito além de uma tendência, a IA representa uma nova cultura que impacta diretamente a forma como vivemos, trabalhamos e nos relacionamos. E, como toda grande mudança, ela desperta curiosidade, mas também receios – um comportamento natural do ser humano diante do novo.

Atualmente, vivemos na era do reaprendizado. Este é o momento de desenvolver novas habilidades, com os olhos voltados para o futuro. Por isso, ter uma mente aberta é fundamental para embarcar nesta jornada de evolução pessoal e profissional.

Nessa jornada, a IA vem sendo protagonista. A tecnologia já está presente em nosso cotidiano, transformando processos, otimizando tarefas, ampliando soluções e impulsionando a inovação. E, quando buscamos aprender mais sobre ela, estamos, na verdade, habilitando e expandindo nosso potencial humano.

Como prova de sua ampla adesão, principalmente no mundo corporativo, de acordo com a 28ª edição da Global CEO Survey, conduzida pela PwC, somente no Brasil, 51% dos líderes dizem confiar na integração da IA aos processos essenciais de suas empresas – quase o dobro da média global (33%). Além disso, em relação à IA generativa, que se concentra na criação de conteúdo novo e original, 52% dos CEOs brasileiros relataram ganhos de eficiência no uso do tempo dos funcionários, o que libera recursos humanos para atividades mais estratégicas.

Os resultados da pesquisa ajudam a comprovar que o desconhecido só se torna um desafio intransponível quando não é compreendido. Certamente, a teoria é importante, mas é a prática que faz a diferença. Sendo assim, aprender sobre IA exige testar modelos, desenvolver soluções, errar e acertar. É nesse processo de tentativa e erro que nascem as verdadeiras inovações, pois, mais do que uma ferramenta tecnológica, a Inteligência Artificial é um convite ao crescimento, à experimentação e à reinvenção.

Por isso, ao entender como a IA funciona, deixamos de temê-la e começamos a explorá-la com criatividade e estratégia. Mas, onde termina a capacidade das máquinas e começa o valor humano? Essa é a insegurança mais comum diante da combinação entre Inteligência Artificial e Inteligência Emocional (IE).

Se, por um lado, a IE envolve competências como empatia, criatividade, flexibilidade, sociabilidade e julgamento, por outro, a IA age com sua precisão, velocidade, escalabilidade e capacidade de análise. Desse modo, quando essas duas inteligências se unem, não há competição, mas complementaridade. É a partir dessa parceria que surgem os melhores resultados, com maior potencial de inovação e mais possibilidades.

É importante reforçar que a Inteligência Artificial não veio para substituir as pessoas, mas para potencializá-las. Ao compreendermos essa nova cultura, ganhamos a oportunidade de reaprender. É nesse novo cenário que surge a grande oportunidade: a de reaprender a aprender. Afinal, a IA não veio para nos substituir, mas para nos potencializar, exigindo de nós uma nova forma de pensar, agir e, acima de tudo, evoluir.

(\*) CEO do Grupo Skill.

## Cidade Jardim Shops S.A.

CNPJ/MF 30.634.535/0001-85 - NIRE 35.300.517.300

Ata da Assembleia Geral Extraordinária Realizada em 07 de Julho de 2023

Em 07/07/23, às 15h, na sede social. **Convocação e Presenças:** Totalidade dos acionistas da Companhia. **Mesa:** Presidente: Sr. Robert Bruce Harley; Secretário: Sr. João Alves Meira Neto. **Deliberações:** Inicialmente, foi autorizada a lavratura da ata da reunião na forma de sumário. Em seguida, os acionistas, por unanimidade e sem ressalvas, deliberaram: I) Aprovaram a renúncia do Sr. Nilson Exel Nunes Filho ao cargo de Diretor sem designação específica, cuja saída será formalizada mediante assinatura do Termo de Renúncia, com outorga de quitação plena à Companhia, que agradece pelos serviços prestados. II) Aprovaram a eleição do Sr. Felipe Meira Dias para o cargo de Diretor sem designação específica, com mandato até 01/04/25, tendo tomado posse na presente data mediante assinatura do Termo de Posse. III) Em razão das deliberações anteriores, consolidaram a composição da Diretoria da Companhia com mandato até 01/04/25, sendo formada por: (a) Robert Bruce Harley, como Diretor Presidente; e (b) Felipe Meira Dias, como Diretor sem designação específica, ambos com endereço na Av. Magalhães de Castro, nº 4.800, Torre 3, 27º andar (parte), Cidade Jardim, São Paulo/SP, CEP 05676-120. **Lavratura e encerramento:** Nada mais havendo a tratar. JUCESP 341.978/23-1 em 25/8/23. Maria Cristina Frei - Secretária Geral. O texto acima é um resumo. O texto acima é um resumo. O inteiro teor desse documento poderá ser consultado na versão digital do jornal "https://jornalempresasenegocios.com.br/publicidade/legal/" desta data.

## Cidade Jardim Shops S.A.

CNPJ/MF 30.634.535/0001-85 - NIRE 35.300.517.300

Ata da Assembleia Geral Ordinária Realizada em 15 de Abril de 2024

Em 15/04/24, às 11h, na sede social. **Convocação e Presenças:** Totalidade dos acionistas da Companhia. **Mesa:** Presidente: Sr. Robert Bruce Harley; Secretário: Sr. João Alves Meira Neto. **Deliberações:** Foi autorizada a lavratura da ata em forma de sumário e, na reunião, os acionistas aprovaram por unanimidade: I) as contas dos administradores e as demonstrações financeiras referentes ao exercício encerrado em 31/12/23; II) o registro do prejuízo apurado nesse período na conta de prejuízos acumulados da companhia. **Lavratura e Encerramento:** Nada mais havendo a tratar. JUCESP 191.293/24-6 em 26/4/24. Maria Cristina Frei - Secretária Geral. O texto acima é um resumo. O inteiro teor desse documento poderá ser consultado na versão digital do jornal "https://jornalempresasenegocios.com.br/publicidade/legal/" desta data.

## GMR Alves Empreendimento Imobiliário Ltda.

CNPJ/MF nº 24.064.111/0001-20 - NIRE 95.229.663.92-2

Ata de Reunião de Sócios Quilistas

Aos 15/04/2025, às 10h, na sede, com a presença da totalidade. **Mesa:** Presidente: Angela Regina Rodrigues de Paula Freitas; Secretária: Cecília Rodrigues Maia Noal. **Deliberações Unânicas:** (i) aprovar o cancelamento de 1.829.033 quotas de valor nominal e unitário de R\$1,00 da Sociedade, inscritas e não integralizadas pela sócia única, Gamaro Serviços; (ii) em consonância com o art. 1082, inciso II, do Código Civil, aprovar a redução do Capital Social da Sociedade em R\$8.170.967, passando ao final de R\$ 20.000.000,00 para R\$10.000.000,00, por considerá-lo excessivo em relação ao objeto social da Sociedade (iii) autorizar a administradora da Sociedade a implementar todos os atos necessários para efetivação das referidas deliberações. Nada mais. São Paulo, 15/04/2025.

PODER JUDICIÁRIO JUÍZO DE DIREITO DA 5ª VARA CÍVEL DA COMARCA DE CAMPINAS/SP EDITAL DE CITAÇÃO DE EVA DOS SANTOS TOMAS. CPF nº 257.560.128-26 COM PRAZO DE VINTE (20) DIAS. Edital de Citação do Requerido EVA DOS SANTOS TOMAS, inscrito no CPF nº. 257.560.128-26, atualmente em lugar incerto, para que tome conhecimento que por este Juízo e Cartório tramitam os autos de nº 1039814-24.2018.8.26.0114, movido por BANCO PAN S.A. contra EVA DOS SANTOS TOMAS, através da qual o autor alega em síntese o seguinte: que celebrou em 21/03/2018 o Contrato de Alienação Fiduciária nº. 084223619, e que cedeu ao requerido, o bem a seguir descrito: Veículo Modelo: J3 TURIN, Marca: JAC, Ano: 2011/2012, Cor: Preta, UF: SP, Placa: ETP3396, Chassi: LJ12FKR16C4292941, RENAVAM: 332217051; que por sua vez, recebeu o bem alienado e nos meses subsequentes se comprometeu ao pagamento do valor de R\$ 741,09 (setecentos e quarenta e um reais e nove centavos) a pagar em 48 contraprestações mensais. Aduz ainda, que a requerida deixou de efetuar o pagamento das referidas parcelas mensais, a partir da que se venceu em 27/06/2018. Iniciado o processamento do feito, em 25/09/2018, porém, até a presente data o requerido não foi encontrado no endereço constante dos autos para a sua devida citação. E para que chegue ao conhecimento de todos e no futuro não possam alegar ignorância, expediu-se o presente edital, que será afixado no local de costume deste Juízo e publicado na forma da lei, pelo qual fica o requerido EVA DOS SANTOS TOMAS, devidamente CITADO, para que no prazo legal de VINTE (20) DIAS querendo, apresente DEFESA a presente ação, sob pena de se presumir como verdadeiro os fatos narrados pelo autor. ADVERTÊNCIA: Decorrido o prazo supracitado, sem a apresentação de defesa, presumir-se-ão verdadeiros todos os fatos narrados pela parte promotora, decretando-se a completa revelia do réu. Campinas/SP, 13 de agosto de 2025.

Edital de Citação prazo de 20 dias, expedido nos autos da Usucapião, Processo Nº 1010856 94.2023.8.26.0100 - A Dra. Gisela Aguiar Wanderley, MM, Juíza de Direito da 1ª Vara de Registros Públicos, do Foro Central Cível, da Comarca de SP, do Estado de SP, na forma da Lei, etc. Faz Saber a Espólios de Tiberio Talanico e de Celina Maria Corsi Talanico, na pessoa do(a) inventariante, Antonio de Riccio e Sonia Gomes Macedo de Riccio, réus ausentes, incertos, desconhecidos, eventuais interessados, bem como seus cônjuges, se casados forem, herdeiros e/ou sucessores, que José Bandeira Leitão e Rosana Fátima Chaves Leitão ajuizaram a ação de USUCAPIÃO, visando a declaração de domínio do imóvel situado na Rua Olga Marinovic Dor, nº 42, Vila Talanico, São Paulo - SP, CEP 03534-190, imóvel que se localiza em área maior na transcrição nº 09.001 do 9º Oficial de Registro de Imóveis, alegando posse mansa e pacífica no prazo legal. Estando em termos, expediu-se o presente edital para citação dos supramencionados para que, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, a fluir após o prazo de 20 dias úteis, contestem o feito. Não sendo contestada a ação, o(s) réu(s) será(ão) considerado(s) revel(is), caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da Lei.

Edital de Citação prazo de 20 dias. Processo Nº 1013407-23.2018.8.26.0100 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 6ª VC do Foro Central Cível, Estado de SP, Dr(a). Renata Barros Souto Maior Baiao, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) Maria Aparecida Jesus Coelho, CNPJ 22.440.999/0001-22, que lhe foi proposta uma ação de Procedimento Comum Cível - de obrigação de não fazer c.c. indenização por danos materiais e morais, em razão da reprodução indevida de suas marcas, por parte de Adidas AG e outro. Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua Citação, por Edital, para os atos e termos da ação proposta e para que, no prazo de 15 dias, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, apresente resposta. Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. NADA MAIS. Dado e passado nesta cidade de São Paulo, aos 01 de agosto de 2025.

# TRANSPARÊNCIA

A TRANSPARÊNCIA DA EMPRESA GERA CONFIANÇA AOS LEITORES. POR ISSO, AS PUBLICAÇÕES LEGAIS NOS JORNAIS SÃO ESSENCIAIS PARA A SEGURANÇA JURÍDICA.

AFINAL, O JORNAL É LEGAL.

Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS E VEÍCULOS ESPECIALIZADOS EM PUBLICIDADE LEGAL

JORNAL DO INTERIOR



Fotos: JENIAI JOMED/ULTRAGAZ

TRANSIÇÃO ENERGÉTICA



## EMPRESAS FAZEM PARCERIA PELO BIOMETANO

O combustível, renovável, emite 95% menos de gases do efeito estufa

Redação

A transição energética nos transportes já começou. Em parceria com a Ultragaz, a Jomed Transportes & Logística saiu na frente, inaugurando o primeiro Posto de Abastecimento dentro de suas instalações para operar com biometano. Gás proveniente da queima do lixo, reduz em 95% a emissão de gases do efeito estufa (GEE), dando assim um passo significativo para a descarbonização. No primeiro ano do projeto, 19 caminhões fabricados pela Scania estão sendo abastecidos em Guarulhos, na Grande São Paulo.

Com uma frota de 300 caminhões (de um total de 500 ativos, inclusos os implementos e carrocerias), a transportadora é pioneira no uso do GNV (gás natural veicular), desde 2019, destaca Sidney Alves, o diretor financeiro. “Na época conversamos com a Scania e adquirimos caminhões a gás”, lembra ele, acrescentando que uma vez mais a parceria avança, agora com o biometano da Ultragaz.

A Jomed, com 37 anos de existência e capital 100% nacional, tem sede no Distrito Industrial de Guarulhos/SP e filial no estado do Espírito Santo. O faturamento é de R\$ 500 milhões e tem um quadro de 455 colaboradores. Segurança é um capítulo à parte, pois o investimento no setor é levado bem a sério. Para se ter ideia, até as áreas mais acessadas pelo crime organizado são vigiadas, monitoradas permanentemente e, claro, evitadas.

“Podemos ser exemplo para outros embarcadores, com o primeiro Posto de Abastecimento dentro de casa”, diz, orgulhoso, Carlos Ferreira, head de Sustentabilidade da Jomed. A empresa, que produz relatório de sustentabilidade e tem política consolidada na área, é signatária do Pacto Global da ONU e trabalha com o compromisso Net Zero, estabelecido pela Organização das Nações Unidas. Internamente se faz a captação de água de chuva, utilizada na lavagem dos caminhões (como água de reúso), por exemplo, painéis solares e ações sociais diversas.

“Precisamos inovar e é exatamente o que estamos fazendo, uma vez mais.”



### RAPIDEZ

Além de reduzir drasticamente a emissão de gases (em 95%, a partir do tratamento de gases produzidos pelo aterro sanitário de Caieiras, o terceiro maior do mundo, a 33 km da Capital) o posto dá uma outra vantagem: tempo de 14 minutos para recarga de 280 m<sup>3</sup> de gás, em 10 cilindros. Em área externa (existem 25 postos no país, na parceria com a Ultragaz) esse tempo sobe para 50 minutos.

“Precisamos inovar e é exatamente o que estamos fazendo, uma vez mais”, destaca Carlos Ferreira, ao comentar o Escopo 3 da Sustentabilidade (emissões indiretas de gases que ocorrem na cadeia de valor): “Reduzidas as nossas emissões diretas, vamos levar a ideia do biometano para outros embarcadores que trabalham com a gente”.

### AUTONOMIA

O caminhão carregado com 280 m<sup>3</sup> tem autonomia de 650 a 700 km. A Jomed e a Ultragaz estabeleceram pontos estratégicos em uma rota especial de transporte de carga. Como a cobertura ainda não é suficiente para cobrir o Brasil, o motorista aciona o GNV para prosseguir até um ponto de abastecimento, se necessário. O gás natural tem redução de emissão de GEE entre 15% e 18%. É menos poluente que o diesel, mas tem origem fóssil, o que não acontece com o biometano, que reduz emissões em 95% – reitere-se.

Em dois meses de operação (até o anúncio oficial, da semana passada), já deixaram de ser emitidas 1,4 milhão de toneladas de CO<sub>2</sub> na atmosfera, somente pela Jomed. Imagine o quanto se economizará o ar à medida em que outras transportadoras venham a ter semelhante atitude, já que o custo do biometano é semelhante ao do GNV, e também ao do diesel (que por derivar do petróleo tem preço internacional)?



Fotos: JEN/IAI JOMED/ULTRAGAZ



## FONTES

Nos anos 1930, o Brasil cozinhava a lenha. O austríaco Ernesto Igel, que já estava no país há uma década, teve a ideia de copiar o modelo europeu e criou a Empresas Brasileira de Gás a Domicílio, posteriormente Utragaz. Esta foi a primeira transição energética, da lenha para o Gás Liquefeito de Petróleo (GLP). Quase 100 anos depois chegamos ao biometano, gás renovável que marca outro grande passo no aspecto sustentabilidade.

Empresa do Grupo Ultra (listada na Bolsa de Valores, sob o ticker UGPA3), com valor de mercado acima de R\$ 30 bilhões, operando 11 milhões de botijões, com 86 milhões de entregas/ano em suas mais de 6 mil revendas, a Utragaz é uma companhia moderna, aplicando seu portfólio de produtos constantemente.

Atualmente, o Brasil tem 40% de sua frota leve (automóveis, motos e picapes) usando energia limpa e a frota pesada (ônibus e caminhões) ainda operando 86% no diesel. E é neste último segmento em especial que a Utragaz está de olho. “O Brasil é, de fato, o país do biometano, pois além da produção iniciada o faz de maneira pulverizada, com fontes diversas e locais idem. Não concentra em uma única fonte ou localidade”, observa Erik Trench, diretor de Gases Renováveis da Utragaz.

Existem basicamente três fontes para a produção do biometano: resíduos sólidos de aterros sanitários; do setor sucroalcooleiro e da pecuária. No caso da



Erik Trench, da Utragaz, explicou carregamento e funcionamento do Posto

parceria com a Jomed, é utilizado o gás de aterro, adquirido a partir da biodigestão de resíduos. Este processo gera o biogás, que é separado das moléculas de CO<sub>2</sub> e de nitrogênio. Feito isso, no próprio aterro, o gás é injetado na carreta de transporte, de 6.000 m<sup>3</sup> ou 12.000 m<sup>3</sup> (variando conforme o tamanho do veículo disponibilizado), e devidamente lacrado e liberado. Com isto, a carreta dirige-se ao Posto de Abastecimento de Guarulhos para carregar o sistema local. O lacre, explica Trench, é importante para o comprador do biometano e também para que não haja “greenwashing” no aspecto sustentabilidade, evitando que haja hipoteticamente o carregamento da carreta uma vez e se dizer que o fez por duas ou três vezes...

## VEÍCULOS

Ivanovik Marx e Daniel Bandeira, da Scania, falaram sobre legislação e desenvolvimento dos produtos da montadora sueca, que opera em São Bernardo do Campo/SP, no Brasil, e das parcerias, destacando esta com a Jomed. Para servir ao Projeto do Biometano, existem cavalos mecânicos de 420 cv e de 460 cv, com caixa de câmbio ajustada (para trocas mais rápidas) a fim de que o motor tenha mais torque e eficiência, sendo ágil e econômico.

A fim de colaborar com esta transição, a Scania facilita o financiamento de pesados – com vantagens superiores em relação ao motor diesel – e projeta vender 2 mil unidades até dezembro.





## O Brasil não tem marcas globais. E talvez isso diga mais sobre nós do que imaginamos

Juliana Pazetti (\*)

O Brasil é a nona maior economia do mundo. Exportamos carne, café, aviões, cosméticos e criatividade. Temos produtos competitivos, uma cultura vibrante e uma capacidade inata de criar. Mas quando se observa os rankings das marcas mais valiosas do planeta, o país simplesmente não aparece. Nenhuma marca brasileira figura entre as cem mais reconhecidas globalmente. Nenhuma entre as duzentas. Em alguns rankings, nem entre as quinhentas.

A ausência não é apenas estatística — é simbólica. E talvez o problema não esteja no produto, no preço ou na logística. Talvez esteja na forma como o Brasil se comunica com o mundo.

Durante décadas, internacionalizar foi sinônimo de exportar. Para muitas empresas brasileiras, estar em outro país significava apenas enviar produtos com o mesmo rótulo, a mesma campanha e a mesma lógica de comunicação. Mas o mundo mudou. Hoje, internacionalizar é construir significado. É ser compreendido, respeitado e desejado — não apenas disponível. Marcas globais não são aquelas que vendem em vários países, mas aquelas que fazem sentido em diferentes contextos culturais. E isso exige mais do que logística: exige estratégia, adaptação e sensibilidade.

No entanto, o marketing brasileiro ainda fala só português. A lógica predominante nas empresas é a da padronização. Campanhas são replicadas com mínimas alterações, ignorando nuances culturais, linguísticas e simbólicas. Essa abordagem compromete a eficácia da comunicação e revela uma visão limitada sobre o papel do marketing na construção de marca. Segundo uma meta-análise da Universidade Federal do Paraná, apenas setenta estudos relevantes sobre marketing internacional foram publicados no Brasil entre 1997 e 2010. A maioria tem caráter exploratório, com pouca aplicação prática. O resultado é um mercado que forma profissionais com foco doméstico, sem preparo para atuar em ambientes multiculturais.

A pesquisa da PwC reforça o alerta: trinta por cento dos líderes empresariais brasileiros apontam a falta de talentos qualificados como o maior risco estratégico para seus negócios. E quando se trata de comunicação global, essa ausência se torna um abismo.

Comunicar-se globalmente exige mais do que fluência em outro idioma. Exige compreender códigos culturais, adaptar narrativas e construir pontes simbólicas entre contextos distintos. É justamente nesse ponto que muitas marcas brasileiras falham: ao tratar a linguagem como ferramenta técnica, e não como ativo estratégico. Nesse cenário, a tradução deixa de ser uma etapa final e passa a ocupar um papel central na construção de significado.

É nesse ponto que tradução e localização deixam de ser tarefas operacionais e passam a ser decisões estratégicas. Traduzir não é apenas converter palavras. É interpretar intenções, adaptar registros, preservar nuances. Localizar não é apenas ajustar formatos — é reconstruir a mensagem para que ela faça sentido em outro universo cultural. Empresas que ignoram esse processo correm riscos silenciosos: campanhas que não ressoam, slogans que perdem força, narrativas que soam deslocadas. E o mais grave — marcas que não constroem vínculo.

Em mercados maduros, equipes de marketing trabalham lado

a lado com empresas especializadas em tradução e localização, formando parcerias estratégicas que garantem consistência, sensibilidade cultural e impacto global. Essas colaborações não apenas evitam erros — elas potencializam a marca, tornando-a capaz de dialogar com públicos diversos sem perder identidade. No Brasil, ainda é raro encontrar essa sinergia. O tradutor técnico existe. O profissional de marketing também. Mas o especialista em internacionalização de marca, que une linguagem, cultura e estratégia, ainda é exceção. E as parcerias entre empresas de tradução e equipes de branding global ainda são subexploradas — quando poderiam ser vetores de expansão e diferenciação.

A ausência de integração também se reflete no ambiente digital. Em um mundo onde a primeira interação com uma marca acontece, quase sempre, por meio de uma busca online, não ser encontrado é não existir. E muitas empresas brasileiras que tentam se internacionalizar enfrentam justamente esse obstáculo: não aparecem nas buscas locais, não são indexadas corretamente, não falam a língua do mercado que desejam atingir.

O motivo? SEO feito sem localização. O trabalho de otimização para mecanismos de busca — quando feito apenas em português ou com traduções literais — ignora os termos, hábitos e intenções de busca dos consumidores estrangeiros. Palavras-chave não são universais. Elas são culturais. E o SEO precisa ser localizado com o mesmo cuidado que se dá a uma campanha publicitária.

A popularização da inteligência artificial generativa trouxe agilidade à tradução, mas também reforçou um dilema: sem curadoria estratégica, a tecnologia não garante adaptação cultural nem coerência de marca. E é justamente aí que muitas empresas enfrentam um obstáculo — encontrar parceiros que aliem domínio técnico, sensibilidade linguística e visão estratégica continua sendo raro. O risco não está na ferramenta, mas na ausência de profissionais capazes de usá-la com inteligência e propósito.

Empresas globais já entenderam isso. Elas trabalham com equipes multidisciplinares que unem especialistas em SEO, tradutores, estrategistas de conteúdo e profissionais de marketing internacional. No Brasil, essa integração ainda é rara — e o resultado é uma presença digital limitada, que não alcança, não engaja e não converte.

A ausência de marcas brasileiras entre as mais valiosas do mundo revela uma falta de investimento em branding internacional, uma visão estratégica limitada e uma subvalorização da comunicação como ativo global. Para mudar esse cenário, o Brasil precisa formar profissionais com competências interculturais, valorizar tradução e localização como ferramentas de marca, integrar SEO localizado à estratégia digital, abandonar a lógica replicadora e investir em posicionamento global de longo prazo.

Temos produtos. Temos talento. Temos alma. Mas isso não basta. Para que o mundo nos reconheça, precisamos contar nossa história com inteligência, sensibilidade e estratégia. O futuro das marcas brasileiras não está apenas em novos mercados — está em novas narrativas. E isso começa com profissionais preparados para traduzir o Brasil para o mundo.

(\*) Diretora executiva na Pazetti Traduções, empresa que conecta empresas e pessoas por meio da tradução, da interpretação e da acessibilidade (<https://pazetti.com.br/>).

# O truque simples que empresas de sucesso usam: mapas de calor

Transformar seu site em uma máquina de gerar leads e otimizar suas campanhas de marketing pode parecer um grande desafio

Livia Menna Barreto Ribeiro (\*)

Mas, e se você pudesse visualizar exatamente como os visitantes interagem com suas páginas? É aí que entram os mapas de calor, ferramentas poderosas que ajudam a entender o comportamento dos usuários.

Os mapas de calor — ou heatmaps — são representações visuais que indicam, por meio de cores, onde as pessoas clicam, movem o mouse ou até onde rolam a página. Quanto mais quente a cor (como vermelho ou laranja), maior a interação naquela área; tons frios (como azul) indicam pouca atividade. Com esses dados em mãos, você consegue identificar o que atrai a atenção dos visitantes e o que passa despercebido, permitindo ajustes estratégicos que aumentem as conversões.

Para se ter uma ideia, o mercado de software de heatmaps tem registrado um crescimento expressivo nos últimos anos, impulsionado pela demanda por ferramentas que auxiliam na visualização de dados e na compreensão do comportamento do usuário em plataformas digitais. Em 2023, o setor foi avaliado em aproximadamente US\$ 3,2 bilhões e as projeções indicam que deve alcançar cerca de US\$ 18,6 bilhões até 2033, com uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 19,4%, de acordo com dados do Data Horizon Research.

O uso de ferramentas de heatmap tem se tornado cada vez mais comum, com



O mercado de software de heatmaps tem registrado um crescimento expressivo nos últimos anos, impulsionado pela demanda por ferramentas que auxiliam na visualização de dados e na compreensão do comportamento do usuário em plataformas digitais.

mais de 515.000 empresas adotando esses recursos para analisar o comportamento dos usuários em seus sites e aplicativos.

### Por que usar mapas de calor?

Ao analisar os pontos de maior interação, é possível otimizar a posição de botões e chamadas para ação (CTAs), além de corrigir problemas de layout que podem estar prejudicando o desempenho. Por exemplo, se um botão importante está em uma área fria, talvez ele precise de mais destaque ou ser reposicionado para atrair mais cliques.

Os heatmaps podem ser de diferentes tipos, cada um trazendo informações específicas sobre a navegação. O mapa de cliques mostra onde os usuários mais interagem, enquanto o mapa de movimento do mouse indica para onde o olhar tende a se dirigir, já que o cursor costuma acompanhar a visão. O mapa de rolagem revela até onde os visitantes descem na página, ajudando a identificar se o conteúdo está muito extenso ou mal estruturado.

Por fim, o mapa de atenção une dados de cliques e rolagem para destacar áreas que realmente capturam o interesse.

### Essas informações são especialmente úteis para quem trabalha com e-commerce, marketing digital e otimização de UX, pois mostram onde os usuários estão concentrando seus esforços — ou abandonando o site.

Exemplos práticos que fazem a diferença

Imagine um e-commerce que percebe que o botão “Adicionar ao carrinho” está em uma região pouco clicada. Após analisar o mapa de calor, a equipe decide posicioná-lo mais próximo à imagem do produto e ajustar o contraste. O resultado? A taxa de conversão aumenta, pois o botão ficou mais visível e acessível.

Outro exemplo: um blog corporativo nota que os leitores abandonam a página antes de chegar ao CTA no final do texto. O mapa de rolagem revela que a maioria não desce até o final. A solução foi incluir o botão

de assinatura no meio do conteúdo, garantindo que ele apareça na área de maior engajamento.

Em campanhas de email marketing, os mapas de calor também fazem a diferença. Eles mostram quais links chamam mais atenção e quais permanecem esquecidos. A partir dessas análises, é possível reformular a estrutura do email para garantir que as chamadas principais estejam em áreas mais “quentes”.

Para obter resultados ainda mais sólidos, combine os dados dos mapas de calor com outras métricas, como taxa de rejeição, tempo de permanência na página e fluxo de navegação. Isso ajuda a entender se o problema está no layout, no conteúdo ou na estrutura da página.

Se o mapa de calor mostra cliques fora de links ou botões, pode ser um indicativo de que algo não está claro para o usuário. Nesse caso, ajustes no design podem corrigir o problema, tornando o site mais intuitivo.

### Heatmaps: o segredo para aumentar conversões

Mapas de calor não são apenas gráficos coloridos; são estratégias inteligentes para otimizar sites e campanhas digitais. Com eles, você entende onde os visitantes interagem mais e porque algumas áreas ficam esquecidas. Ao fazer ajustes com base nessas informações, você melhora a experiência do usuário e aumenta as chances de conversão.

(\*) Diretora de Marketing da Dinamize.

## Impacto direto é limitado

Mudanças exigem adaptação estratégica e foco em oportunidades que seguem ativas, diz especialista.

O início de agosto foi marcado pela imposição de novas tarifas sobre produtos brasileiros exportados aos Estados Unidos. A sobretaxa de 50% sobre uma extensa lista de itens, de café a cimento, acendeu o alerta em setores da economia e gerou preocupação no mercado. Conhecida como “tarifaço de Trump”, a medida afeta diretamente apenas 1,7% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, referente à participação das exportações para os EUA, mas tem provocado um sentimento de instabilidade que vai além da proporção real do impacto.

Para Flavia Mardegan, especialista em vendas, é preciso cautela para evitar pânico desnecessário. “O que deve ser compreendido é que estamos falando de 1,7% do PIB. Ou seja, 98,3% do consumo brasileiro segue em outras direções, seja para o mercado interno, seja para outros destinos internacionais. A mensagem principal é que sim, a mudança exige atenção e adequação de estratégias, mas está longe de ser o fim do mundo”, afirma.

Segundo Mardegan, o momento pede resiliência, flexibilidade e foco em soluções. “Empresas que exportavam para os EUA precisam buscar alternativas como novos mercados, novos canais e até entender como adaptar esses produtos ao mercado interno. O vendedor que está na ponta tem que estar preparado para explicar isso ao consumidor, reconstruir confiança e, principalmente, manter a calma.”

A especialista destaca que parte da confusão vem da percepção equivocada de que o aumento da tarifa afetaria diretamente os preços no varejo. “Não é verdade que o produto brasileiro será taxado em 50% aqui dentro. O aumento tarifário se aplica apenas às exportações que representam essa pequena fração da nossa economia. É um erro pensar que haverá repasse generalizado ao consumidor final. O que muda é a estratégia de quem vende para fora, não a base de consumo do país.”



No varejo, o principal desafio está em lidar com a instabilidade emocional do consumidor, que reage rapidamente a qualquer sinal de crise. “Historicamente, o brasileiro desenvolveu um instinto de sobrevivência muito apurado. Isso faz com que recuos em decisões de compra aconteçam com frequência em momentos como este. Por isso, é fundamental que o profissional de vendas esteja preparado para lidar com essa reatividade, oferecendo informação clara e posicionamento firme.”

Flavia acredita que o Brasil tem plena capacidade de se adaptar ao novo cenário. “Somos um país que sabe reagir. O segredo agora é pensar em alternativas: reposicionar produtos, negociar com outros mercados, firmar parcerias com distribuidores internacionais. Ganha quem se movimenta rápido e com inteligência.”

Para os profissionais de vendas, fica o recado: “O mundo muda o tempo todo. Quem se antecipa, se adapta e encontra novos caminhos sai na frente. Em momentos de instabilidade, o conhecimento e a flexibilidade valem tanto quanto a técnica”, conclui.