

ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

COMO A MUDANÇA DE HÁBITOS ABRE ESPAÇO PARA EMPREENDER NO SETOR?

▶▶ Leia nas páginas 8

Empreender Online e viver Offline

A importância do equilíbrio para alcançar o sucesso

No universo do empreendedorismo feminino no país, as mulheres enfrentam um desafio cada vez mais complexo: equilibrar o dia a dia entre estar online e offline.

A conectividade constante, embora seja uma ferramenta poderosa que potencializa negócios, também traz uma série de pressões que podem afetar as saúdes física e emocional e a qualidade de vida das empreendedoras. A rotina de estar sempre conectada, aliada às demandas do trabalho, da capacitação e das responsabilidades familiares, muitas vezes resulta em uma sobrecarga emocional que pode comprometer o bem-estar e o desempenho profissional.

Apesar de trazer benefícios para os negócios, a alta conectividade contribui para um aumento do estresse e da ansiedade, problemas que, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), já afetam 9,3% da população brasileira. Para as empreendedoras, essa pressão ainda é maior pois cria um ciclo difícil de romper que pode levar ao burnout, à perda de autoestima e a problemas de saúde mais graves.

Segundo a Rede de Mulheres Empreendedoras (RME), 65% das mulheres que atuam no empreendedorismo relataram sintomas de burnout. Muitas dessas mulheres sentem que não têm espaço para cuidar de



Ana Claudia Badra Cotait

si mesmas, o que aumenta o risco de problemas como insônia, fadiga crônica e até doenças cardiovasculares. Além disso, a pressão social e as expectativas externas também impactam a confiança e a autoestima, dificultando a tomada de decisões importantes para seus negócios.

A dificuldade de manter o equilíbrio entre o digital e o real também reflete na gestão dos negócios. Segundo o Sebrae, 42% das empreendedoras que não conseguem estabelecer esse equilíbrio enfrentam dificuldades para manter a produtividade e a eficiência. A falta de descanso e de

momentos de desconexão prejudica a clareza mental, levando a decisões impulsivas e menos estratégicas, o que pode afetar diretamente o desempenho e o crescimento dos seus empreendimentos.

Para enfrentar esses desafios, especialistas sugerem estabelecer horários de desconexão, praticar mindfulness e definir limites claros entre a vida pessoal e a profissional, ações ajudam a criar um ambiente mais saudável e sustentável, promovendo o bem-estar e a produtividade.

Cuidar de si mesma, não deve ser visto como um luxo, mas como uma estratégia fundamental para o sucesso a longo prazo. Dados da RME indicam que mulheres que priorizam o autocuidado têm 25% mais chances de manter um desempenho elevado em seus negócios, reforçando a importância de investir no próprio bem-estar.

Promover o equilíbrio entre o mundo online e offline também passa por participar de redes de apoio, criar grupos para troca de experiências entre mulheres empreendedoras para compartilhar estratégias, aprender com os desafios de outras colegas, fortalecer a rede de suporte é participar de eventos como o 6º Liberdade para Empreender que acontecerá em novembro, em São Paulo.

(Fonte: Ana Claudia Badra Cotait é Presidente do CMEC - www.cmecmulher.com.br/liberdadeparaempreender2025).

Clientes insatisfeitos? Estes quatro erros no atendimento podem ser os culpados

Especialista aponta como IA para negócios, escuta ativa e automação podem transformar esse cenário. ▶▶

Por que 75% das empresas que crescem rápido colapsam e como a IA pode evitar isso?

Crescer rápido demais pode parecer o sonho de qualquer empresa, mas, na prática, esse impulso costuma vir acompanhado de riscos invisíveis. ▶▶

Crescer é essencial, mas com critério e cuidado

Ter um negócio de sucesso, bem estruturado e muito bem gerido costuma despertar o interesse em muita gente. ▶▶

É preciso deliberadamente desconstruir nossas empresas para reinventar o futuro

Por décadas, o discurso sobre transformação digital foi tratado como um processo progressivo, controlado e previsível. As empresas adicionavam novas tecnologias às suas operações, adaptando-as de forma incremental. Essa abordagem parecia segura e lógica em um mundo onde mudanças aconteciam em ciclos mais lentos. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Reprodução: <https://alagev.org/eventos-em-off/>



"Eventos em Off",

A Associação Latino-Americana de Gestão de Eventos e Viagens Corporativas (Alagev) é parceira institucional do "Eventos em Off", iniciativa promovida pelo Club Med em parceria com a agência Malaguetta, direcionada aos profissionais do setor de eventos. O encontro, que acontece entre os dias 22 e 24 de agosto, no Club Med Lake Paradise, em Mogi das Cruzes (SP), conta com uma programação intensa de conteúdo, formação e experiências. "Este evento é a materialização do que acreditamos no Club Med: unir pessoas em um ambiente inspirador, onde aprendizado e lazer caminham juntos. Mais do que receber profissionais do setor, queremos proporcionar uma experiência única de conexão, conhecimento e bem-estar. Para nós, é uma honra receber esse encontro no Lake Paradise e reforçar o papel do Club Med como um espaço que fomenta relações humanas e impulsiona o mercado de eventos no Brasil", destaca Janyck Daudet, presidente do Club Med para América Latina (<https://alagev.org/eventos-em-off/>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI

Reprodução: <https://www.makeid.com.br/>



Make Wave: evento exclusivo traz ao Brasil os principais insights do SXSWS London 2025

@A Make ID, agência de publicidade reconhecida por ter gigantes clientes do agro, como John Deere e Bayer, realiza a primeira edição do Make Wave, evento exclusivo que traduz para o mercado brasileiro os principais aprendizados, tendências e provocações do SXSWS London 2025. O encontro reunirá convidados especiais, clientes, parceiros e líderes do mercado de marketing, publicidade e comunicação para um mergulho nas tendências globais que já estão redefinindo o futuro dos negócios. Mais do que falar sobre inteligência artificial, comportamento de consumo, ESG, inovação e comunicação, o evento vai traduzir esses movimentos em estratégias práticas e aplicáveis, mostrando como antecipar mudanças, gerar valor real e construir marcas preparadas para o amanhã (<https://www.makeid.com.br/>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

Política

Poder Moderador sou eu!!!

Heródoto Barbeiro



▶▶ Leia na página 2

Economia da Criatividade

Marketing Educacional para Públicos Multigeracionais: Como Comunicar com Alunos, Pais e Avós ao Mesmo Tempo



Carol Olival

▶▶ Leia na página 4

Poder Moderador sou eu!!!



Heródoto Barbeiro (*)

A influência da Constituição dos Estados Unidos não é levada a sério. Os constituintes brasileiros estão mais ligados à tradição europeia.

O sonho dos deputados é a divisão do poder em três partes – Executivo, Legislativo e Judiciário. Nem um a mais, nem um a menos. Contudo, há quem acredite que os poderes podem entrar em confronto um com o outro e, por isso, há a necessidade de um quarto poder para equilibrar as decisões e impedir que o país venha a cair em uma ditadura ou autocracia. Os deputados da situação, que apoiam o chefe de Estado, ocupam a tribuna em defesa do que acreditam ser uma saída para a crise que vive o Brasil.

Uma das propostas aventadas é que o quarto poder seja exercido por um magistrado. Uma atividade considerada neutra e que de forma alguma iria interferir nos negócios do Estado, nem nas decisões do Parlamento.

O perigo é que o empossado possa querer imitar o Luís 14 e proclamar: O Poder Moderador sou eu!!! A oposição vê com desconfiança essa ideia da criação de um quarto poder e, pior, que possa estar na Constituição do Brasil. A mídia se divide mais uma vez e parte apoia os conservadores e parte critica os detentores do poder. As notícias políticas são substituídas por narrativas que contribuem para acirrar os

ânimos e confundir ainda mais a população. Só poucos acompanham o noticiário político.

A crise chega ao auge após o chefe do Poder Executivo dizer que só cumprirá a Constituição se ela for digna dele. Lembra as velhas monarquias absolutistas que começaram a ruir na França, mas ainda estão vivas em outros países do mundo. A Assembleia Constituinte peita o imperador.

D. Pedro I manda cercar o prédio e os deputados saem sob escolta armada na madrugada – e chamam o período em que se fecharam no prédio de “Noite da Agonia”. Na Constituição, carinhosamente chamada de “Constituição da mandioca”, não há espaço para um quarto poder.

O imperador pede a um grupo de apoiadores que modifiquem o projeto de acordo com sua ambição e exige a instituição do Poder Moderador.

Ele veio para ficar e dá ao imperador o poder de intervir nos outros três poderes. O Poder Moderador sobrevive por 65 anos e encerra sua existência com a constituição promulgada após a proclamação da República.

Não há notícia até agora de que alguém queira o Poder Moderador, nem ministro do Supremo.

(*) - É professor e jornalista, âncora do Jornal Novabrazil, colunista do R7, do Podcast. Mestre em História pela USP e inscrito na OAB. Palestras e mídia training. Canal no Youtube (www.herodoto.com.br)

CDs estão no mercado há 43 anos

Apesar da ascensão das plataformas digitais de streaming, os CDs ainda têm espaço no coração de muitos fãs de música.

Vivaldo José Breternitz (*)

Em agosto de 1982, a Polygram, na Alemanha, colocou no mercado o primeiro CD, The Visitors, do grupo sueco Abba. O formato, que à época parecia destinado ao fracasso, rapidamente tomou conta do mundo.

A ideia do CD foi desenvolvida bem antes de sua estreia comercial. Em 1979, Sony e Philips uniram forças para criar um disco digital de música. Os primeiros protótipos tinham 11,5 cm de diâmetro e armazenavam até uma hora de áudio.

Contudo, a versão final adotou 12 cm e capacidade de 74 minutos – como diz a lenda, essa capacidade foi adotada por permitir a gravação completa da 9ª Sinfonia de Beethoven, favorita do então presidente da Sony, Norio Ohga.

As vendas de CDs atingiram o auge no ano 2000, com cerca de 943 milhões de unidades vendidas apenas nos EUA. Desde então, o declínio foi rápido, embora o mercado tenha mostrado sinais de recuperação a partir de 2020.

Para os profissionais de informática, o padrão Yellow Book, lançado em 1985, foi ainda mais revolucionário: ele permitiu armazenar dados nos discos. Em 1988, surgiu o padrão ISO 9660, que definiu a estrutura de arquivos dos CD-ROMs.

No início da década de 1990, os primeiros gravadores de CD começaram a chegar ao público, mas foi apenas na segunda metade dessa década que o formato se democratizou, tornando-se essencial para armazenamento, arquivamento e compartilhamento digital. Hoje, no entanto, falar em usar CDs em computadores soa quase tão arcaico quanto mencionar disquetes.

Curiosamente, os CDs não eliminaram a paixão dos audiófilos pelo vinil e, mesmo em plena era do streaming, fibra ótica e 5G, muitos artistas continuam a lançar seus álbuns também nesses



Sparkstrokes_Stories_CANVA

formatos - essa paixão levou uma artista como Taylor Swift a lançar várias versões físicas de seu álbum mais recente, The Tortured Poets Department, incluindo CDs, LPs e até fitas cassette.

Mesmo em 2025, drives ópticos externos ainda são vendidos por valores acessíveis - cerca de R\$ 170 no caso de um modelo da Asus no site da Amazon. Eles seguem úteis para acessar arquivos antigos, digitalizar dados ou simplesmente reviver a experiência de ouvir música direto do CD.

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

Como a inteligência artificial decifra emoções online?

Você já se perguntou como grandes marcas sabem o que os consumidores estão sentindo sobre um produto, uma campanha ou até mesmo sobre um evento recente? Pois é, parece mágica, mas a resposta está na análise de sentimentos, uma tecnologia alimentada por inteligência artificial (IA) que se tornou ferramenta essencial para entender as emoções expressas nas redes sociais.

Mas como isso funciona? - A análise de sentimentos é uma técnica da área de processamento de linguagem natural (PLN), um ramo da IA, que busca identificar, extrair e classificar opiniões expressas em textos. Em outras palavras, ela "lê" o que você publica online e tenta interpretar se você está sendo positivo, negativo ou neutro em relação a um assunto.

Essa técnica é amplamente utilizada em plataformas como Twitter, Instagram, Facebook e até em comentários de vídeos no YouTube ou avaliações no Google. Empresas, governos, instituições de pesquisa e profissionais de marketing utilizam essa ferramenta para medir o "humor" do consumidor na internet sobre temas variados, desde o lançamento de um produto até eleições presidenciais. Para isso, a inteligência artificial utiliza modelos de aprendizado de máquina que são treinados com enormes quantidades de dados. Esses dados incluem exemplos de textos já rotulados como "positivos", "negativos" ou "neutros", ajudando o sistema a aprender padrões linguísticos associados a diferentes emoções.

Para entender na prática, podemos utilizar exemplos, como a frase "Amei esse filme, foi incrível!" tende a ser classificada como positiva. Já "O atendimento foi péssimo" é interpretada como negativa. Frases mais neutras, como "Recebi o produto hoje", não carregam emoção explícita e são classificadas como neutras. Mas não é tão simples quanto



Gleyber Rodrigues

parece, já que a IA também precisa lidar com desafios como:

- Ironia e sarcasmo: Frases como "Nossa, que ótimo serviço... só que não" confundem modelos menos avançados.
- Gírias e regionalismos: Termos informais variam muito de região para região e exigem adaptações.
- Contexto: A mesma palavra pode ter sentidos diferentes dependendo do uso. "Frio", por exemplo, pode descrever temperatura ou comportamento de uma pessoa.

Para lidar com essas complexidades, as soluções mais modernas usam modelos baseados em redes neurais profundas, como o BERT e o GPT (incluindo o GPT-4), que analisam o contexto completo das frases.

Com a utilização da tecnologia, empresas conseguem fazer uma análise de sentimen-

tos para monitorar a reputação de suas marcas em tempo real. Se um produto recém-lançado começa a receber críticas nas redes, a empresa pode reagir rapidamente, evitando crises maiores. Durante campanhas eleitorais, partidos analisam o humor do eleitorado para ajustar discursos e estratégias. Além disso, serviços de atendimento ao cliente automatizados já utilizam essa tecnologia para priorizar mensagens mais urgentes ou críticas. Até mesmo órgãos de saúde pública monitoram redes sociais para detectar surtos de doenças com base em menções de sintomas.

Mas como toda tecnologia pode ter o seu porém, aqui não seria diferente. Apesar de útil, a análise de sentimentos com IA não é perfeita. Ambiguidade linguística, fake news e manipulação de conteúdo podem distorcer os resultados. Além disso, há discussões éticas sobre privacidade e vigilância digital, já que esses sistemas analisam dados de usuários, muitas vezes sem que eles saibam. Por esse motivo, os resultados devem ser interpretados com cautela e supervisão humana. A IA é uma ferramenta poderosa, mas ainda precisa do toque crítico e contextual de analistas experientes.

Com o avanço das tecnologias de IA generativa e modelos multimodais (que entendem texto, imagem, áudio e vídeo juntos), espera-se que a análise de sentimentos se torne cada vez mais precisa e sofisticada. Em breve, será possível não apenas entender o que as pessoas dizem, mas também como dizem - levando em conta tom de voz, expressões faciais e até pausas no discurso.

A internet é um grande espelho do comportamento humano e a análise de sentimentos, com ajuda da inteligência artificial, está aprendendo a decifrar esse reflexo com cada vez mais clareza.

(Fonte: Gleyber Rodrigues, especialista em IA, Estratégia, Tecnologia e Marketing de Autoridade).

News @TI

TP-Link firma parceria com Avantia e reforça sua estratégia em projetos de TI

A TP-Link, líder global em soluções de conectividade, está reforçando sua presença no nordeste brasileiro com uma estratégia estruturada e ambiciosa. Com a chegada da nova gerente de desenvolvimento de negócios da região, Rosimeire Monteiro, profissional com mais de 20 anos de experiência no mercado B2B e reconhecida por sua atuação junto a integradores e projetos de tecnologia em setores críticos, uma importante aliança foi firmada com a Avantia, integradora com sede em Recife e forte atuação nacional.

Curso da EvolutaPro tratará do tema 'Fulfillment e Serviços ao Cliente'

O novo treinamento da EvolutaPro vai apresentar aos participantes as grandes oportunidades na exploração do conceito de Fulfillment nas organizações por meio de seus centros de Fulfillment. A ideia é reposicionar as atividades de atendimento do pedido, mostrando a exata dimensão do processo de serviço ao cliente. O treinamento será ministrado no dia 16 de setembro das 9h às 12h presencialmente, na sede da empresa (Rua Loefgreen, 1304, 7º andar - Sala 72 - Vila Clementino - SP) e também no formato online, através da plataforma Zoom. Todos aqueles profissionais que desejam compreender o conceito de Fulfillment e incrementar o processo de atendimento do pedido vão aprender muitos detalhes no conteúdo ministrado (www.evolutapro.com.br).

Plataforma de pagamentos aposta em modelo sem mensalidade para e-commerces

A plataforma de pagamentos Unicopag amplia sua atuação no mercado financeiro com proposta que une personalização, integração e acesso gratuito a ferramentas avançadas, sem mensalidade. Com 2 mil pedidos diários e 300 empresas ativas, a fintech oferece links de pagamento customizáveis, checkout transparente e cobra taxas apenas por transação, atendendo e-commerces, infoprodutores e marketplaces que buscam controle financeiro e checkout otimizado. O mercado de pagamentos deve ultrapassar US\$ 130 bilhões até 2030, segundo a Grand View Research, impulsionado por soluções que combinam flexibilidade técnica e baixo custo.

Governo vai comprar perecíveis que iriam para os EUA

O ministro do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar, Paulo Teixeira, disse que o governo brasileiro vai comprar produtos perecíveis, como frutas, peixes e carnes

O destino dos produtos deve ser a merenda escolar, a alimentação das Forças Armadas, os hospitais, os restaurantes universitários e os programas de aquisição de alimentos destinados às populações em insegurança alimentar.

“O governo vai estimular que estados e municípios possam adquirir esses produtos pelos programas públicos da alimentação escolar”, afirmou. Paulo Teixeira explicou que isso vai representar uma alimentação escolar, por exemplo, com produtos da melhor qualidade. “Nós estamos só regulamentando porque percebemos que alguns setores conseguem



O governo vai estimular que estados e municípios possam adquirir esses produtos pelos programas públicos da alimentação escolar.

redirecionar rapidamente esses programas para outros países”.

Um dos exemplos que ele citou foi o caso da castanha que deve ser comercializada para a Europa. “O mesmo acontece com o café. Não

tem café no mundo hoje, em lugar nenhum, para substituir o produto brasileiro”, argumentou. No caso da carne, o ministro afirmou que o produto pode ser estocado, congelado e redirecionado. No entanto, em relação a produtos como

mel, açaí, uva e peixes são mais perecíveis e, por isso, deverão ser absorvidos nos programas nacionais de compras públicas.

Cadeia produtiva

“O governo vai incluir em todos os seus editais de compras públicas a aquisição para que não haja perda de alimentos”, garantiu. Ele ressaltou que as compras vão proteger os empreendedores diretos e toda a cadeia produtiva. O ministro conta que os exportadores venderão os produtos pelo preço que eles utilizariam no mercado interno. “Certamente o governo não tem como pagar o preço em dólar, que é o preço de exportação. Mas o governo tem como pagar o preço do mercado interno” (ABR).

Qual futuro queremos financiar?

Luciana Zanini (*)

Os últimos dias revelaram, de maneira mais contundente, a fragilidade de um sistema econômico que ainda busca conciliar crescimento e estabilidade. Conflitos entre nações intensificam a volatilidade dos mercados, tensões políticas testam cadeias globais e choques sociais expõem o custo de decisões econômicas desvinculadas do impacto socioambiental. Nesse cenário, torna-se inevitável revisitarmos uma pergunta que, embora antiga, assume hoje contornos mais urgentes: qual é o futuro que estamos financiando?

A verdade é que já tem alguns anos que investir deixou de ser apenas alocar capital para obter retorno financeiro. É, também, moldar o tipo de sociedade e de economia que queremos ver prosperar. Fundos de impacto e investimentos responsáveis demonstram que é possível, e lucrativo, alinhar valor econômico e valor socioambiental. Evidências mostram que empresas que consideram stakeholders de forma genuína ampliam inovação, reduzem riscos, constroem resiliência e criam retornos sustentáveis para os acionistas.

A evolução regulatória reforça essa tendência. Iniciativas como o ISSB e as novas normas da CVM estabelecem padrões claros de transparência e responsabilidade. Longe de serem barreiras, são catalisadores: orientam o capital para empresas que realmente geram impacto positivo e afastam aquelas que apenas buscam “cumprir tabela”. Alex Edmans, no livro *Grow the Pie*, defende uma ideia com a qual faço coro: não é preciso escolher entre propósito e lucro. Ao “crescer o bolo” para todos, empresas constroem um ciclo virtuoso em que benefícios para clientes, colaboradores e comunidade retornam como valor para o acionista.

Na prática, isso exige decisões estratégicas no núcleo do

negócio: emissão de green e social bonds, métricas robustas para retorno socioambiental, e governança ativa para garantir que o impacto seja parte intrínseca da estratégia corporativa. Nesse contexto, a boa governança se torna alavanca estratégica, pois atrai capital, reduz riscos e protege contra práticas de greenwashing.

Estudos recentes, como o conduzido pela professora Kelly Posen na Cornell SC Johnson, evidenciam que fundos de impacto privados podem mitigar riscos de mercado e ampliar a diversificação de portfólios. O conceito de hibridismo organizacional, que combina a lógica de mercado à lógica social, fortalece-se como abordagem capaz de gerar retorno competitivo e, simultaneamente, promover transformação efetiva em territórios e comunidades.

O desafio, no entanto, não se limita à mensuração de resultados. Implica identificar contextos nos quais o capital investido possa, de fato, se tornar catalisador de mudanças estruturais. Essa análise exige ir além das métricas tradicionais, compreendendo o custo econômico e social de postergar responsabilidades. Ignorar essa conta é acumular um passivo que, inevitavelmente, será cobrado de todos nós no futuro.

Ousemos avançar, mesmo diante de barreiras conjunturais e urgências voláteis. O mercado já demonstrou que retorno e impacto não pertencem a agendas distintas, eles formam um binômio capaz de redefinir a criação de valor. O capital que direcionamos hoje moldará a sociedade e os negócios de amanhã. Investir com consciência é, portanto, não apenas uma decisão financeira, mas um posicionamento estratégico, ético e transformador. Qual futuro você tem financiado?

(*) - É Investidora, Conselheira, C-Level e CFO do Inhotim.

Exportações, emprego e investimentos tendem a recuar

O tarifaço norte-americano contra produtos brasileiros pode fazer com que, pela primeira vez em 21 meses, as exportações do Brasil apresentem queda. O mesmo deverá ocorrer com investimentos e com os índices de emprego na indústria nacional. A projeção consta da Sondagem Industrial, divulgada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI). Segundo o levantamento, o índice que mede a expectativa de exportações da indústria para os próximos seis meses recuou 5,1 pontos em agosto, caindo para 46,6 pontos.

Quando abaixo de 50 pontos, o indicador sinaliza que os empresários esperam queda na quantidade exportada pelo setor. “A piora das expectativas de exportações da indústria está muito relacionada a incertezas do cenário externo, principalmente em função da nova política comercial americana”, resume a analista da CNI, Isabella Bianchi.

Segundo a CNI, os reflexos das medidas anunciadas pelos Estados Unidos colaboraram para o recuo do número

de empregados industriais, observado em julho de 2025, apesar de o contexto ser de aumento de produção no setor. “Após recuar dois pontos em agosto, o índice de expectativa de número de empregados caiu para 49,3 pontos. Isso significa que os empresários acreditam que a quantidade de postos de trabalho no setor não vai mais subir nos próximos seis meses”, informou a CNI referindo-se à queda na quantidade de trabalhadores entre junho e julho.

O índice de evolução da produção ficou em 52,6 pontos em julho. Acima dos 50 pontos, este índice representa aumento da produção industrial em comparação a junho. “Os índices de expectativa de demanda e de compra de insumos e matérias primas caíram em agosto. O primeiro encolheu 2,3 pontos indo para 53,1 pontos; o segundo, recuou 1,6 ponto, para 52,1 pontos”, anunciou a CNI. “No entanto, como continuam acima da linha de 50 pontos, indicam perspectiva de crescimento para os próximos meses, ainda que em menor grau do que em julho”, complementou (ABR).

Petrobras inicia pagamento de dividendos a acionistas

A Petrobras iniciou o pagamento da primeira parcela de remuneração aos acionistas, referente ao balanço do primeiro trimestre, divulgado no dia 31 de março deste ano. O valor bruto a ser distribuído integralmente em forma de juros sobre o capital próprio, corresponde a R\$ 0,45458310 por ação ordinária e preferencial em circulação.

O pagamento será feito pelo Bradesco, instituição depositária das ações escriturais de emissão da Petrobras. Todos os acionistas com cadastro devidamente atualizado terão seus direitos creditados automaticamente em suas contas bancárias. Para os acionistas com ações custodiadas na Bolsa de Valores de São Paulo (B3), o pagamento será feito por meio de suas corretoras.

Para os detentores de American Depositary Receipts (ADRs) negociados na Bolsa de Valores de Nova York (NYSE), o pagamento ocorrerá a partir do dia 27 deste mês, por meio do JP Morgan Chase, banco depositário dos ADRs da Petrobras. Mais informações poderão ser obtidas no site (www.adr.com).

Os valores não reclamados no prazo de três anos, a contar da data do pagamento, prescreverão e reverterão em favor da companhia, de acordo com a lei (ABR).

A – Vestibular ESPM

A ESPM, referência nacional em Marketing e Inovação para negócios, abre processo seletivo para o vestibular para turmas de graduação do primeiro semestre de 2026. Belo Horizonte, Brasília, Curitiba, Goiânia, Recife, Ribeirão Preto, Salvador e Manaus serão os locais onde o candidato realiza a prova e opta por estudar nos campi de São Paulo e Rio de Janeiro. Em formato híbrido, a seleção segue o perfil das dinâmicas de mercado e combina entrevistas online dos candidatos, com realização da prova presencial em locais parceiros de cada cidade, além dos campi de São Paulo e Rio de Janeiro. As inscrições podem ser realizadas no site: (<https://www.espm.br/cursos-de-graduacao/processos-seletivos/vestibular/>)

B – Programa de Trainee

As inscrições para o Programa Trainee 2026 do Itaú Unibanco vão até 1º de setembro. Podem participar pessoas de qualquer curso de graduação das áreas de Humanas, Exatas e Biológicas, com término entre dezembro de 2023 e dezembro de 2026, o que possibilita que candidatos que ainda não se formaram também participem do programa. Para se inscrever, os interessados de todo o Brasil devem acessar o site: (<https://traineiteaunibanco.com.br/>).

C – Feira de Turismo

O Governo do Estado e a Prefeitura de São Paulo levarão uma comitiva com até 10 empresas de turismo da capital paulista para a Feira Internacional de Turismo (FIT) de Buenos Aires. Cerca de 125 mil pessoas – como promotores de eventos e representantes de operadoras de viagens, agências de turismo, hotéis, restaurantes, companhias aéreas etc. –, de pelo menos 40 países, visitam a feira em busca de novos negócios. A missão será realizada entre os dias 26 de setembro e 1º de outubro pelo Discover/Descubra São Paulo – programa da Secretaria Municipal de Turismo e da InvestSP –, que ainda contará com um estande na FIT para promover São Paulo. Empresas interessadas em integrar a comitiva devem se inscrever pelo site (<https://www.investe.sp.gov.br/exporte/discoversp/>).

D – Foodservice

O Latam Retail Show sponsored by IBM, evento mais relevante de varejo e consumo da América Latina, chega à sua 10ª edição com uma

programação robusta e diversas atrações voltadas ao segmento de foodservice. De 16 a 18 de setembro, no Expo Center Norte, São Paulo, que oferecerá painéis, estudos e debates que promovem conhecimento, inovação e boas práticas para o desenvolvimento do setor de alimentação fora do lar. Tecnologia, inteligência artificial, colaborações estratégicas, comportamento do consumidor e eficiência operacional estão entre os principais temas que serão explorados para apoiar empresas na adaptação e no crescimento em um mercado em constante transformação. Saiba mais: (<https://www.latamretailshow.com.br/>).

E – Tecnologia na Saúde

O Healthcare Innovation Show – HIS - chega à 11ª edição nos dias 1 e 2 de outubro de 2025, no São Paulo Expo, reafirmando-se como o principal evento de tecnologia e inovação na saúde da América Latina. O HIS 2025 reunirá mais de 4 mil participantes e mais de 100 marcas na feira de negócios com a exposição de produtos, serviços e tecnologias para a área de saúde. Com oito palcos de conteúdo já confirmados, a programação traz palestras e painéis com temas que refletem os principais desafios e oportunidades do setor, com a participação de profissionais de saúde, gestores, executivos de alto escalão e acadêmicos que são referências no setor. As inscrições podem ser feitas pelo site: (<https://his.saudebusiness.com/pt/home.html>).

F – Movimentação no Porto

A movimentação de contêineres no Porto de Santos cresceu em julho e bateu recorde de todos os meses pelo segundo mês seguido, conforme levantamento da Autoridade Portuária de Santos. Foram movimentados 534,7 mil TEU (medida padrão para contêineres) - o aumento é de 8,5% em relação ao mesmo período no ano passado. No acumulado no ano, foram 3,3 milhões TEU, crescimento de 7,9% em relação aos primeiros sete meses de 2024. Para o presidente da APS, Anderson Pomini, o resultado reflete em parte um aumento de exportações em razão das novas tarifas aplicadas pelos Estados Unidos, mas também a eficiência do Porto de Santos. “São 21 meses consecutivos de crescimento, números que deixam clara a resiliência do Porto e a importância de iniciativas que estamos desenvolvendo para o aumento de capacidade”, afirma.

G – Programa de Estágio

O programa de estágios Imparáveis do Futuro, da Gulf, inaugura uma nova etapa da atuação da companhia no Brasil. Com início

previsto para janeiro de 2026, o primeiro programa de estágios da empresa tem duração de 24 meses e combina capacitação técnica, projetos práticos e acompanhamento contínuo dos participantes. Voltado a estudantes com previsão de formatura entre dezembro de 2026 e dezembro de 2027, o programa oferece vagas em áreas como Comercial, Marketing, Logística, Recursos Humanos, Finanças, Tecnologia, entre outras. As posições são para atuação em São Paulo ou em Iperó (SP), onde está localizada a fábrica da Gulf no Brasil. A relação completa das vagas e inscrições estão em (<https://bit.ly/43Rdl4S>).

H – Desafio Universitário

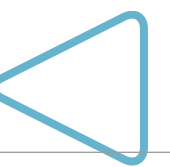
A Itaú Asset Management anuncia a abertura de inscrições para o Desafio Quant AI 2025, que tem como objetivo incentivar estudantes a explorar o universo dos investimentos quantitativos, desenvolvendo suas próprias soluções de robôs de investimento. A modelagem quantitativa é uma abordagem que utiliza métodos matemáticos, estatísticos e análise de dados, incluindo técnicas de aprendizado de máquina, para desenvolver estratégias, montar portfólios e gerenciar riscos. O Desafio Quant AI é aberto para a participação de estudantes de qualquer curso de graduação. As inscrições podem ser feitas por meio do link: (<https://meu.itaú/DesafioQuantAI2025>).

I – Feira do Livro

O Governo de São Paulo levará uma comitiva com até dez empresas paulistas para a Feira do Livro de Frankfurt, na Alemanha, um dos maiores eventos do setor literário do mundo. A missão empresarial, que acontece entre 14 e 20 de outubro, será realizada pelo CreativeSP, programa da Secretaria da Cultura do estado e da InvestSP. As empresas interessadas devem consultar o regulamento do programa e se inscrever pelo site: (<https://www.investe.sp.gov.br/exporte/creative-sp/edicao-2025/>). O programa oferece um reembolso máximo de US\$ 3 mil em despesas elegíveis para custear até 50% dos gastos das empresas selecionadas com a viagem.

J – Pesquisa Clínica

A Sanofi, biofarmacêutica global, mais que dobrou o investimento em pesquisa clínica no último ano no Brasil, chegando a R\$ 100 milhões, ante R\$ 45 milhões em 2023. O número de estudos clínicos em andamento no país também aumentou em 93%, total de 54, em 2024, sendo metade deles focados na área terapêutica de imunologia. A pesquisa clínica é um pilar essencial para o avanço da medicina, permitindo que novas terapias sejam desenvolvidas com mais qualidade e segurança. Globalmente, a Sanofi tem atualmente 86 estudos clínicos em andamento em seu pipeline, com mais da metade deles na área de imunologia. Em 2024, os investimentos globais da companhia em P&D superaram os 7,4 bilhões de euros, +13,6% do que em 2023.



Carol Olival (*)

Economia da Criatividade

#FullSailBrazilCommunity



Marketing Educacional para Públicos Multigeracionais: Como Comunicar com Alunos, Pais e Avós ao Mesmo Tempo

Uma das maiores complexidades do marketing educacional hoje é comunicar com eficácia em um cenário onde a decisão de matrícula passa por diferentes gerações. Em muitas escolas e instituições, o processo envolve alunos da Geração Z ou Alpha, pais da Geração X ou Millennials, e até avós Baby Boomers que participam ativamente da escolha. Segundo o Pew Research Center (2020), cada geração consome informação de formas distintas e valoriza diferentes aspectos no processo de decisão. Na prática, isso significa que não basta ter uma boa campanha — é preciso falar a língua de cada um.

Na minha experiência com instituições educacionais, percebi que as mensagens mais eficazes são aquelas que consideram não apenas o conteúdo, mas também o **tom, o canal e o timing** certos para cada público. Os alunos se conectam melhor com vídeos curtos, reels e conteúdos visuais em plataformas como Instagram ou TikTok.

Já os pais preferem e-mails bem estruturados, conteúdos em PDF, webinars e canais como WhatsApp. Os avós, por sua vez, respondem melhor a comunicações mais formais, presenciais e com foco em tradição, segurança e valores.

Segundo estudo publicado na *Journal of Consumer Behaviour* (Williams & Page, 2011), estratégias de marketing bem-sucedidas em contextos multigeracionais são aquelas que equilibram inovação e confiança, adaptando a comunicação sem perder consistência na mensagem. Isso é especialmente relevante na educação, onde confiança, reputação e resultados concretos ainda pesam muito na decisão final.

Ao longo dos anos, aprendi que o segredo está na **segmentação inteligente e no respeito às particularidades de cada público**. Uma mesma campanha pode ter diferentes versões, adaptadas para conversar com clareza e empatia com cada geração envolvida. Também entendi que ouvir é fundamental — pesquisas de satisfação e escuta ativa ajudam a ajustar a comunicação e antecipar expectativas.

Trabalhar com públicos diversos me ensinou a olhar para o marketing como uma ponte entre gerações. E projetos como os que desenvolvo com a Full Sail University reforçam isso diariamente: quando criamos conexões reais com todos os envolvidos na jornada educacional, fortalecemos a marca e criamos experiências memoráveis.

Por isso, se você atua com marketing educacional, meu convite é claro: atualize sua estratégia com olhar multigeracional. Quanto mais você conhecer seu público, mais eficaz será sua comunicação. E mais relevante será sua instituição para quem realmente importa.

(*) - Com graduação em Arquitetura e Urbanismo, pós-graduação em Administração, MBA em Empreendedorismo e Inovação e Mestrado em Marketing Digital, Carol Olival conta com mais de 20 anos de atuação no mercado de educação. Tem foco nas áreas de vendas e marketing e experiência como empreendedora e gestora de escolas próprias. Autora de três livros sobre educação e treinamento corporativo e TEDx speaker, hoje Carol atua como Community Outreach Director da Full Sail University, provendo constantes debates sobre como o binômio criatividade e tecnologia são necessários a todos profissionais do cenário atual, e o papel da educação dentro desse contexto

Segurança em condomínios: seis passos para blindar seu prédio contra invasões

Nos últimos anos, o número de invasões a condomínios vem se multiplicando, principalmente na cidade de São Paulo. Essa realidade preocupa moradores, síndicos e administradoras, que precisam se adaptar rapidamente para não entrarem nas estatísticas.

Paralelamente ao aumento da criminalidade, as estratégias de proteção também estão evoluindo. Soluções tecnológicas, protocolos mais rígidos e treinamentos específicos vêm se tornando parte da rotina de quem administra ou vive em condomínios.



Para Gabriel Borba, CEO da GB Serviços e especialista em segurança condominial, a base para evitar invasões continua sendo a mesma: gestão profissional, processos bem definidos e uso inteligente da tecnologia.

“O que percebemos é que, quando a segurança é tratada como custo, a tendência é cortar investimento. E isso fragiliza todo o processo. Ela precisa ser vista como prioridade absoluta na gestão condominial”, afirma.

Segurança como pilar, não como gasto

Borba é enfático ao dizer que segurança deve estar no mesmo nível de importância que manutenção e gestão financeira. “O condomínio precisa ter um corpo diretivo ou um síndico profissional, alguém que já tenha atuado na gestão. Só assim é possível entender a real importância da segurança e colocá-la como prioridade”, defende.

Ele resume o tripé de uma boa gestão da segurança:

• **Pessoas:** profissionais treinados e capacitados;

• **Tecnologia:** sistemas e equipamentos modernos;

• **Processos claros:** protocolos definidos e seguidos à risca.

O bom e velho processo — com um toque de tecnologia

Mesmo com o avanço de recursos digitais, Borba garante que o verdadeiro diferencial continua sendo o processo bem desenhado. “Equipamentos como câmeras, leitores faciais e softwares ajudam, mas sem um processo claro — da identificação à escolta, das barreiras físicas às ações em caso de incidentes — nada funciona plenamente. É o bom e velho processo que salva.”

Esse protocolo deve contemplar todas as etapas: identificação e cadastramento de visitantes, autorização prévia, definição de percurso dentro do condomínio, escolta quando necessário e procedimentos de contingência.

Seis passos para reforçar a segurança do seu condomínio

- 1. Profissionalizar a gestão e a sindicância:** Síndicos profissionais ou gestores experientes garantem uma visão estratégica da segurança e capacidade de investimento.
- 2. Criar um processo de segurança bem desenhado:** Documentar todas as etapas e atribuir responsabilidades claras para cada colaborador.
- 3. Combinar tecnologia e presença física:** “Portaria virtual sozinha não reage, não inibe. A tecnologia ajuda, mas sem gente qualificada para agir, ela perde boa parte da eficácia”, lembra Borba.
- 4. Implantar barreiras físicas:** Clausuras, portões duplos e bloqueios de acesso aumentam a resistência contra invasões.
- 5. Criar cultura de segurança entre os moradores:** Combater o

“efeito carona” e incentivar que todos respeitem e sigam os protocolos.

- 6. Tratar entregas com atenção especial:** Sempre que possível, impedir que entregadores acessem as unidades sem acompanhamento.

Além disso é importante ficar atento a pontos que enfraquecem a segurança de um condomínio. Gabriel Borba destaca alguns: portaria mal treinada ou terceirizada sem supervisão; cortes de investimentos em sistemas e equipe; falta de comunicação com os moradores; ausência de protocolos formais; e tolerância com tentativas de acesso não autorizadas.

O retorno é para todos “Para ter um local mais seguro, é inevitável investir. Esse retorno é para todos — valorização do imóvel, tranquilidade e proteção. Segurança é atitude, planejamento e compromisso coletivo”, conclui Borba.

Com gestão profissional, protocolos sólidos e uso estratégico da tecnologia, condomínios podem se tornar verdadeiras fortalezas — prevenindo incidentes antes que eles aconteçam e garantindo a qualidade de vida de todos os moradores.

Gabriel Borba ainda dá uma dica final sobre o tema: “Não espere o crime acontecer para agir. Segurança eficiente se constrói antes da crise, não depois”.

Proclamas de Casamentos

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: **CÉLIO EDUARDO PRADO**, estado civil divorciado, filho de Célio Evaldo do Prado e de Ester Dias Prado, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **HEIDY CRISTINA MONTANHEIRO**, estado civil divorciada, filha de Jair Montanheiro e de Luzia Inacia Montanheiro, residente e domiciliada no Distrito de Guaianases, nesta Capital - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Capitão Lorena, nº 566, casa 01, Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP, e a pretendente é residente à Rua Coração de Maçã, nº 399, apto. 33, bloco 07, Distrito de Guaianases, nesta Capital - 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 da pretendente.

O pretendente: **MURILO GUIDI OKAMOTO**, estado civil solteiro, filho de Mituo Okamoto e de Benedita de Lourdes Guidi Okamoto, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **PRISCILLA COSTA DA SILVA**, estado civil solteira, filha de Vicente Carneiro da Silva Neto e de Maria Costa da Silva, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **EDISON IANNONI**, estado civil divorciado, filho de Natal Iannoni e de Ely Cardoso Iannoni, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **BRUNA CARVALHO JOSÉ**, estado civil solteira, filha de Antonio Alves Jose e de Sonia Vaz de Carvalho, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **MÁRCIO ALVES DA SILVA**, estado civil solteiro, filho de Eurides Alves da Silva e de Sueli Machado da Silva, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **AMANDA CRISTINA DA SILVA MOURA**, estado civil divorciada, filha de Aírton Andrade Moura e de Vaceli Maria da Silva, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **MÁRIO PROIETTI NETO**, estado civil solteiro, filho de Alvaro Proietti e de Giuseppina Proietti, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **ROSANA ALVES DOS SANTOS**, estado civil solteira, filha de Maria Alves dos Santos, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca-São Paulo - SP.

O pretendente: **VITOR EDUARDO DA SILVA**, estado civil solteiro, filho de Eduardo Luiz da Silva e de Flavia Maria Cardoso da Silva, residente e domiciliado na Vila Prudente, nesta Capital - São Paulo - SP. A pretendente: **ANELIM VICTORIA CARVALHO DA SILVA**, estado civil solteira, filha de Renato Carvalho da Silva e de Milena Benedito Carvalho da Silva, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Bento Sabino dos Reis, nº 200, Vila Prudente, nesta Capital - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Doutor Goulart Pentead, nº 141, 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: **THIAGO JOSÉ SANTOS DE LIMA**, estado civil solteiro, filho de José Davi de Lima Filho e de Josefa Maria dos Santos, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **SÂMIA FREIRE MONTENEGRO**, estado civil solteira, filha de Luciano Moura Montenegro e de Maria José de Oliveira Freire, residente e domiciliada na Vila Alzira - Guarulhos - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Teresina, nº 510, Alto da Mooca, neste Subdistrito, São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Maria Emilia, nº 39, Vila Alzira, Guarulhos - 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 da pretendente.

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





BMG LEASING S.A. – ARRENDAMENTO MERCANTIL

CNPJ/MF nº 34.265.561/0001-34 - NIRE nº 5.330.046.180-1

Ata de Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária Realizada em 25 de Abril de 2025

observadas as disposições das legislações em vigor. **Capítulo III - Capital e Ações:**

Artigo 5º - O capital social da Companhia, totalmente subscrito e integralizado, é de R\$ 760.000.000,00, representado por 548.028.288 ações ordinárias e ações preferenciais, nominativas e sem valor nominal. **Artigo 6º** - Cada ação terá direito a um voto nas deliberações das Assembleias Gerais. **Artigo 7º** - As ações sempre serão emitidas depois de inteiramente integralizadas sendo permitida a emissão de títulos múltiplos. **Artigo 8º** - O desdobramento de títulos múltiplos será efetuado por preço não superior ao custo, e nada impedirá o exercício de uma ação, a qualquer tempo. **Artigo 9º** - E fixado em 60 dias o prazo para pagamento de dividendos aprovados na Assembleia Geral e distribuição de ações provenientes do aumento do capital, contados da data da publicação da respectiva ata. **Artigo 10** - Os títulos, cautelares e certificados de ações, deverão ser assinados por dois diretores ou por um diretor juntamente com Procurador devidamente autorizado. **Capítulo IV - Da Administração:** **Artigo 11** - A administração da Companhia compete a uma diretoria composta de 2 a 13 diretores, sem designação especial, eleitos e destituíveis a qualquer tempo pela Assembleia Geral. A remuneração dos diretores será fixada pela Assembleia Geral, levando em conta os critérios da Lei. 1.2. A eficácia da deliberação acima está condicionada à homologação do presente ato pelo Banco Central do Brasil. 1.3. A consolidação do Estatuto Social, de acordo com as alterações aprovadas no item anterior, que passará a vigorar conforme o Anexo I da presente ata após a homologação pelo Banco Central do Brasil, conforme especificado no item 1.2 acima. 2. **Artigo 10** O Relatório da Administração, as Demonstrações Financeiras e o Parecer dos Auditores Independentes, todos referentes ao exercício social encerrado em 31.12.2024, foram publicados no jornal "Empresas e Negócios", na edição de 25.02.2025, com divulgação simultânea dos documentos na página do mesmo jornal digital. 2.2. A Companhia apurou lucro líquido no exercício social encerrado em 31.12.2024, no valor de R\$ 78.003.975,31, aprovou por 548.023.093 votos a favor, a seguinte destinação: (i) o montante de R\$ 3.900.198,77, correspondente a 5 % do lucro líquido, será destinado à conta da reserva legal da Companhia, em atendimento ao previsto no artigo 193 da Lei nº 6.404/76; (ii) o montante de R\$ 18.525.944,14, correspondente a 25 % do lucro líquido ajustado após a destinação descrita no item (i) acima, será distribuído a título de dividendo mínimo obrigatório, conforme previsto no artigo 202 da Lei nº 6.404/76 e no artigo 25, II do Estatuto Social; e (iii) o montante remanescente de R\$ 55.577.832,40 será destinado a reserva de lucros a realizar, nos termos do artigo 25, III do Estatuto Social. 2.3. Releger os seguintes membros da Diretoria: (i) Luis Felix Cardamone Neto, brasileiro, casado, administrador de empresas, RG nº 11.759.329 SSP/SP, CPF/MF nº 042.649.938-73, Diretor sem Designação Especial; (ii) Flávio Pentagão Guimarães Neto, brasileiro, casado, administrador de empresas, RG nº MG - 117.32642 SSP/MG, CPF/MF nº 076.934.666-90, Diretor sem Designação Especial; (iii) João Guilherme de Andrade So Consiglio, brasileiro, vivo, economista e administrador, RG nº 16.602.546-X SSP/SP, CPF/MF nº 119.038.148-63, Diretor sem Designação Especial; (iv) Carlos André Hermesino da Silva, brasileiro, casado, graduado em ciências contábeis, RG nº 25.575.118-7 SSP/SP, CPF/MF nº 178.217.718-30, Diretor sem Designação Especial; e (v) Felice Italo Napolitano, brasileiro, casado, bacharel em ciências contábeis, RG nº 9.374.260-5 SSP/SP, CPF/MF nº 113.930.868-88, Diretor sem Designação Especial; todos residentes e domiciliados em São Paulo/SP, com prazo de mandato até a data da realização da Assembleia Geral Ordinária que deliberar sobre as contas e demonstrações financeiras do exercício social a ser encerrado em 31.12.2027, permanecendo em seus cargos até a investidura dos novos eleitos. 2.4. A eleição das Sras. Andrea Milan dos Santos, brasileira, casada, administradora, RG nº 40.616.541 SSP/SC, CPF/MF nº 004.001.449-56; e Luciana Buchmann Freire, brasileira, divorciada, advogada, RG nº 16.837.826-7 SSP/SP, OAB/SP nº 107.343, CPF/MF sob o nº 149.211.868-04; e dos Srs. Eduardo Vasconcelos Antonio, brasileiro, casado, executivo de TI, RG nº 20.111.060-X SSP/SP, CPF/MF nº 146.722.288-70; Roberto Fonseca Simões Filho, brasileiro, casado, administrador, RG nº 18.201.618-3 SSP/SP, CPF/MF nº 195.270.058-25; Lauro Leite Silva, brasileiro, casado, engenheiro, RG nº 582.008-0 IPP/RJ, CPF/MF nº 710.931.847-87; Ricardo Tadashi Takeyama, brasileiro, casado, estatístico, RG nº 30.035.990-1 SSP/SP, CPF/MF nº 274.511.898-64; Edilson Pereira Jardim, brasileiro, casado, bancário, RG nº 17.434.566-5; CPF/MF nº 092.696.278-70; e Bruno Giovanni Capelin, brasileiro, casado, engenheiro de materiais, RG nº 35.008.756-8 SSP/SP, CPF/MF nº 319.144.678-13, todos residentes e domiciliados em São Paulo/SP, eleitos para o cargo de Diretores sem Designação Especial, com prazo de mandato unificado até a Assembleia Geral Ordinária que deliberar sobre as contas e demonstrações financeiras do exercício social a ser encerrado em 31.12.2027, permanecendo em seus cargos até a investidura dos novos eleitos. 2.5. Os Diretores eleitos e reeleitos, acima qualificados, declaram, sob as penas da lei, que não estão impedidos de exercer atividades mercantis, e declaram, ainda, que, preenchem as condições constantes na Resolução CMN nº 4.970 de 25/11/2021, nos termos da declaração arquivada na sede da Companhia. 2.6. Os Diretores, reeleitos e eleitos, tomarão posse em seus cargos após a homologação pelo Banco Central do Brasil. 2.7. Ratificar a composição da Diretoria: (i) Luis Felix Cardamone Neto; (ii) Flávio Pentagão Guimarães Neto; (iii) João Guilherme de Andrade So Consiglio; (iv) Carlos André Hermesino da Silva; (v) Felice Italo Napolitano; (vi) Andrea Milan dos Santos; (vii) Luciana Buchmann Freire; (viii) Eduardo Vasconcelos Antonio; (ix) Roberto Fonseca Simões Filho; (x) Lauro Leite Silva; (xi) Ricardo Tadashi Takeyama; (xii) Edilson Pereira Jardim; e (xiii) Bruno Giovanni Capelin, todos acima qualificados, com prazo de mandato unificado de 3 anos, o qual se encerrará na data da realização da Assembleia Geral Ordinária que deliberar sobre as contas e demonstrações financeiras do exercício social a ser encerrado em 31.12.2027, permanecendo em seus cargos até a investidura dos novos eleitos. 2.8. A renúncia dos membros da administração ao recebimento de remuneração no exercício social de 2025. **Encerramento:** Nada mais. **Acionistas Presentes:** Banco BMG S.A. (por Flávio Pentagão Guimarães Neto e Luciana Buchmann Freire), Espólio de Flávio Pentagão Guimarães (por Eduardo Fiorucci Vieira e Samia Borella Houzag), Ângela Annes Guimarães (por Eduardo Fiorucci Vieira e Samia Borella Houzag), Regina Annes Guimarães (por Eduardo Fiorucci Vieira e Samia Borella Houzag), Ricardo Annes Guimarães (por Eduardo Fiorucci Vieira e Samia Borella Houzag), Antonio Mourão Guimarães Neto (por Eduardo Fiorucci Vieira e Samia Borella Houzag), Marco Antonio Antunes - Presidente, Luciana Buchmann Freire - Secretária. JUCESP nº 295.706/25-9 em 12.08.2025. Marina Centurion Dardani - Secretária Geral.

Anexo I - Estatuto Social - Capítulo I - Da Denominação, Sede e Duração: **Artigo 1º** - **BMG Leasing S.A. - Arrendamento Mercantil** reger-se-á pelo presente Estatuto e pelas disposições legais aplicáveis. **Artigo 2º** - A Companhia terá sede e foro no Município de São Paulo, Estado de São Paulo, na Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, nº 1830, Sala 101, Parte, Bloco 01, Condomínio Edifício São Luiz, CEP 04543-000, Bairro Vila Nova Conceição. **§ Único** - A Companhia poderá participar de sociedades, inclusive subsidiárias, no país ou no exterior, visando ao incremento de seus objetivos sociais. **Artigo 3º** - O prazo de duração da sociedade é indeterminado. **Capítulo II - Dos Objetivos Em Geral:** **Artigo 4º** - A Companhia terá como objetivo social exclusivo a prática das operações de arrendamento mercantil definidas na Lei nº 6.099 de 12.09.74.

BANCO BMG S.A.

Companhia Aberta - CNPJ/MF nº 61.186.680/0001-74 - NIRE 35000462483

Ata da Reunião Extraordinária do Conselho de Administração Realizada em 15 de Julho de 2025

Data, Hora, Local: 15.07.2025, às 15 horas, por meio de videoconferência, conforme faculta o artigo 21, §2º, do Estatuto Social. **Presença:** Totalidade dos membros: Ricardo Annes Guimarães, Ângela Annes Guimarães, Antônio Mourão Guimarães Neto, José Eduardo Gouveia Domínicale, Olga Stankevicius Colpo, Dorival Dourado Junior, Marco Antonio Antunes, Gueitrio Matsuo Genso e Flavio Dias Fonseca da Silva. **Mesa:** Presidente - Olga Stankevicius Colpo, Secretária - Deise Peixoto Domingues. **Deliberações Aprovadas:** 1. A declaração e o pagamento de juros sobre o capital próprio aos acionistas da Companhia, calculados nos termos do artigo 9º da Lei nº 9.249/95, no valor total bruto de até R\$ 58,3 milhões, referentes ao 2º trimestre de 2025. O valor bruto é equivalente da R\$ 0,10 por ação ordinária e preferencial de emissão da Companhia, com retenção de 15%, de imposto de Renda na Fonte, exceto para os acionistas comprovadamente imunes ou isentos, resultando no valor líquido de R\$ 0,085 por ação. Os juros sobre o capital próprio ora declarados serão imputados, ad referendum da Assembleia Geral Ordinária a ser realizada em 2026, aos dividendos mínimos obrigatórios devidos aos acionistas da Companhia. O pagamento aos acionistas será efetuado no dia 21.08.2025, na proporção da participação de cada acionista no capital social da Companhia, fazendo jus ao pagamento aos acionistas constantes da base acionária da Companhia em 24.07.2025. 2. O aumento do capital social da Companhia, dentro do limite do capital autorizado e independentemente de reforma estatutária, nos termos do caput do artigo 6º do Estatuto Social da Companhia, por subscrição particular, no valor de até R\$49.533.778,49, mediante a emissão de até 15.855.883 novas ações nominativas e sem valor nominal, sendo 10.140.581 ações preferenciais sem direito a voto. Após aumento, o capital social da Companhia, atualmente de R\$ 3.742.570.620,89, representado por 372.696.198 ações ordinárias e 210.536.213 ações preferenciais sem direito a voto, todas nominativas e sem valor nominal, passará a ser de até R\$ 3.792.104.399,38, representado por até 382.836.779 ações ordinárias e 216.251.515 ações preferenciais sem direito a voto, todas nominativas e sem valor nominal. O aumento de capital tem como objetivo estratégico fortalecer a posição de capital da Companhia, com vistas à melhoria do índice de baseleia, em conformidade com os padrões exigidos pelo Banco Central do Brasil, e será integralmente destinado ao capital social da Companhia. Ademais, o momento é considerado oportuno, uma vez que, concomitantemente ao aumento de capital, foi deliberada a declaração e o pagamento de Juros sobre o Capital Próprio (JCP) no valor líquido de impostos de R\$ 0,085 por ação, de tal forma que os acionistas se encontrem adequadamente capitalizados, tornando mais eficiente a emissão e mitigando potencial diluição. O preço de emissão por ação é de R\$ 3,124, e foi fixado sem diluição injustificada para os atuais acionistas da Companhia, nos termos do artigo 170, § 1º, inciso II, da Lei nº 6.404/76, conforme alterada ("Lei das S/A"), sendo correspondente à média ponderada das cotações de fechamento das ações preferenciais de emissão da Companhia na B3 S.A. - Brasil, Bolsa, Balcão ("B3") nos 10 períodos antecedente à data de aprovação do Aumento de Capital pelo Conselho de Administração da Companhia, aplicando-se, adicionalmente, um deságio de 15% como incentivo à subscrição, conforme parâmetros permitidos pelo referido dispositivo legal. A utilização da cotação de mercado das ações preferenciais como critério para determinação do preço de emissão tanto de ações preferenciais como de ações ordinárias decorre do fato de as ações ordinárias não serem negociadas em bolsa de valores. **Data-Base:** Terão direito à subscrição os acionistas titulares de ações na posição acionária final do dia 24.07.2025, proporcionalmente à posição acionária detida em relação a cada espécie de ações. As ações serão negociadas ex-direito de subscrição a partir de 25.07.2025 (inclusive). As ações a serem emitidas terão os mesmos direitos, vantagens e restrições atribuídos às atuais ações ordinárias e preferenciais integrantes do capital social da Companhia, conforme a sua respectiva espécie, bem como farão jus à percepção integral de todos os benefícios, incluindo dividendos, juros sobre capital próprio e outras remunerações de capital que vierem a ser declarados a partir da homologação, total ou parcial, do aumento de capital pelo Banco Central do Brasil. Nos termos do artigo 171 da Lei das S/A, será concedido aos acionistas que constarem nos registros da base acionária da Companhia em 24.07.2025 o direito de preferência na subscrição de até a totalidade das ações a serem emitidas, na proporção das ações ordinárias e/ou preferenciais detidas, conforme o caso. Os acionistas poderão exercer o direito de preferência à subscrição no período de 25.07.2025 (inclusive) a 25.08.2025 (inclusive). **Negociação e/ou Cessão de Direito de Preferência.** O direito de preferência na subscrição das ações a serem emitidas poderá ser negociado, tanto em ambiente de bolsa quanto em ambiente de negociação privado, bem como livremente cedido, a critério dos acionistas, total ou parcialmente, nos termos do artigo 171, § 6º da Lei das S/A. **Forma de Pagamento.** As ações subscritas deverão ser integralizadas à vista, em moeda corrente nacional, observados os procedimentos da Central Depositária de Ativos da B3 e do Itaú Corretora de Valores S.A., na qualidade de escriturador ("Escriturador"). O mesmo procedimento de integralização também será aplicado às ações subscritas no âmbito do rato de sobras de ações não subscritas durante o período do direito de preferência, nos termos do item 5.2.9 abaixo. **Boletim de Subscrição.** Os acionistas titulares de ações registradas na Central Depositária de Ativos da B3 deverão exercer os direitos de subscrição por meio de seus agentes de custódia (corretoras), observados os procedimentos e prazos da Central Depositária de Ativos da B3. Para os acionistas com ações nos registros escriturais do Escriturador, os boletins de subscrição estarão disponíveis em qualquer agência do Escriturador, devendo o acionista assinalar a forma de integralização e optar ou não pela subscrição de eventuais sobras de ações não subscritas. **5.2.9. Procedimento para Subscrição de Sobras e Pedidos Adicionais de Sobras.** Encerrado o prazo para exercício do direito de preferência, os acionistas que tiverem manifestado o interesse na reserva de sobras em seus respectivos boletins de subscrição, poderão exercer o direito de preferência sobre eventuais sobras no período de 26.08.2025 (inclusive) a 01.09.2025 (inclusive), com o rato proporcional entre tais subscritores, de modo a consumir a totalidade das sobras. Encerrado o processo de subscrição, este Conselho de Administração reunir-se-á novamente para verificar a subscrição e integralização das ações emitidas e homologar o aumento do capital social, desde admitida, desde já, a critério da Companhia, a homologação parcial do aumento do capital social, desde que verificada a subscrição e a integralização do valor mínimo de R\$ 35.396.041,52, mediante a emissão de, no mínimo, 9.410.075 novas ações ordinárias e 1.920.284 novas ações preferenciais. Após a homologação total ou parcial do aumento de capital por este Conselho de Administração, o aumento de capital estará sujeito, ainda, à aprovação prévia pelo Banco Central do Brasil, nos termos da legislação e da regulamentação aplicável. Os procedimentos de subscrição, tratamento de sobras e outras informações, bem como os demais termos e condições do aumento de capital, constarão de Aviso aos Acionistas, que será simultaneamente divulgado ao Mercado, em atendimento ao disposto no inciso XXXI do artigo 33 da Resolução CMV 80/2022, na forma requerida por seu Anexo E. 3. Autorizar a Diretoria a praticar todos os atos necessários para a implementação das deliberações ora aprovadas. **Encerramento:** Nada mais. Ricardo Annes Guimarães, Antônio Mourão Guimarães Neto, Ângela Annes Guimarães, Dorival Dourado Junior, Olga Stankevicius Colpo, Flavio Dias Fonseca da Silva, José Eduardo Gouveia Domínicale, Marco Antonio Antunes e Gueitrio Matsuo Genso. JUCESP nº 297.433/25-8 em 14.08.2025. Marina Centurion Dardani - Secretária Geral.

Edital de Citação Prazo 20 dias. Proc. 1016177-47.2022.8.11.0041. O (r)a Yale Sabo Mendes, Juiz(a) de Direito da 1ª VC do Foro de Curitiba/MT. Faz Saber a Douglas Targa Lima, CPF: 003.377.331-98 que lhes foi proposta ação de Monitoria por **Sem Parar Instituição de Pagamento Ltda.** objetivando o recebimento da R\$ 9.372,59. Referente as faturas Vencidas e não quitadas, devidamente atualizada e, efetue o pagamento de honorários advocatícios correspondentes à 5% do valor da causa, ou apresente embargos ao mandato monitorio, nos termos do artigo 701 do CPC. O réu será isento do pagamento de custas processuais se cumprir o mandato no prazo. Caso não cumpra o mandato no prazo e os embargos não forem opostos, constituir-se-á de pleno direito o título executivo judicial, independentemente de qualquer formalidade. Estando o réu em lugar incerto e não sabido, foi deferida a sua Citação por edital, para que em 15 dias, a fluir após os 20 dias supra, conteste a ação sob pena de serem tidos como verdadeiros os fatos alegados na inicial. Ficando advertido de que, após o nomeado curador especial em caso de revelia. Será o edital afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. Curitiba, 05 de Agosto de 2025.

Edital de Intimação Prazo 20 dias. Proc. 0000882-76.2024.8.26.0080. A Dr.ª Alexandra Lamano Fernandes, Juiz(a) de Direito da Vara Única do de Cabreúva/SP, Faz Saber a **MARCOS ELIAS DAL BELLO - ME**, CPF: 14.867.497/0001-54, que nos autos de cumprimento de Sentença ajuizado por **Sem Parar Instituição De Pagamento Ltda.** foi deferida a sua INTIMAÇÃO por edital para que efetue o pagamento do valor de R\$ 46.342,80 que deverá ser devidamente atualizado até a data do efetivo pagamento, no prazo de 15 dias, (art.513,§2º, IV, CPC) a fluir após os 20 dias supra, sob pena de multa e Honorários de 10 % (art.523, §1º, CPC), podendo oferecer impugnação, no prazo de 15 dias (art.525 CPC). Será o edital afixado e publicado na forma da lei. Nada mais. Cabreúva, 29 de Maio 2024.

Edital de Intimação prazo de 30 dias. Processo Nº 0002250-86.2025.8.26.0665 (O/A) MM. Juiz(a) de Direito da 4ª VC, do Foro de São Caetano do Sul, Estado de SP, Dr(a) José Francisco Matos, na forma da Lei, e, faz Saber o(a) **Reginaldo Nascimento Cruz**, registrado civilmente como Espólio de Reginaldo Nascimento Cruz, CPF 325414767587, com endereço à Rua Arapei, 637, Vila Califórnia, CEP 03215-010, São Paulo - SP que por este Juízo, tramita de uma ação de Cumprimento de sentença, movida por CGMP - **Sem Parar Instituição De Pagamento Ltda.** Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, nos termos do artigo 513, §2º, IV do CPC, foi determinada a sua Intimação por Edital, para que, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, pague a quantia de R\$ 18.993,34, devidamente atualizada, sob pena de multa de 10% sobre o valor do débito e honorários advocatícios de 10% (artigo 523 e parágrafos, do Código de Processo Civil). Fica ciente, ainda, que nos termos do artigo 525 do Código de Processo Civil, transcrito o período acima indicado sem o pagamento voluntário, inicia-se o prazo de 15 (quinze) dias úteis para que o executado, independentemente de penhora ou nova intimação, apresente, nos próprios autos, sua impugnação. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. NADA MAIS. Dado e passado nesta cidade de São Caetano do Sul, aos 22 de julho de 2025.

Edital de Intimação Prazo 20 dias. Proc. 0035893-72.2025.8.26.0100. O Dr. Tom Alexandre Brandão Juiz de Direito da 2ª VC do Foro do Capital/SP, Faz Saber a **Alvorada Comercio de Cereais e Transportes Eireli**, CNPJ: 30.606.521/0001-58, que **Sem Parar Instituição de Pagamento Ltda.**, alegando em síntese: foi deferida a sua INTIMAÇÃO por edital para que efetue o pagamento do valor de R\$ 39.616,22, que deverá ser devidamente atualizado até a data do efetivo pagamento, no prazo de 15 dias, (art.513,§2º, IV, CPC) a fluir após os 20 dias supra, sob pena de multa e Honorários de 10 % (art.523, §1º, CPC), podendo oferecer impugnação, no prazo de 15 dias, (art. 525, do CPC). Será o edital afixado e publicado na forma da lei. Nada mais.

POLÍCIA PENAL DO ESTADO DE SÃO PAULO

COORDENADORIA DE REINTEGRAÇÃO SOCIAL E CIDADANIA

AVISO DE LICITAÇÃO

Encontra-se aberto na Divisão de Administração da Coordenadoria de Reintegração Social e Cidadania, o Edital de Pregão Eletrônico nº 90020/2025 - UASG 380247, critério de julgamento MENOR PREÇO, que tem por objeto a **Contratação de serviços de Telefonia Fixa Comutada - STFC**. A sessão pública será realizada no dia 08 de setembro de 2025, às 10,00h (horário de Brasília), por meio da plataforma Compras.gov.br https://www.gov.br/compras/pt-br. O edital e seus anexos estarão disponíveis para consulta no endereço eletrônico: https://pmc.gov.br/app/editais. Maiores informações pelo telefone: (011) 3101-7703 ramal 228 ou e-mail: rvalexandre@sp.gov.br.

GOPLAN S/A

CNPJ nº 37.422.096/0001-96

EDITAL DE CONVOCAÇÃO DE ASSEMBLEIA GERAL ORDINÁRIA EXTRAORDINÁRIA

Aos 19 dias do mês de agosto de 2025, convocamos os senhores acionistas da GOPLAN S/A, com sede na Rua Antônio Lapa, nº 606, Bairro Cambuí, na cidade de Campinas, Estado de São Paulo, CEP sob nº 13.025-241 inscrita no CNPJ nº 37.422.096/0001-96, para **ASSEMBLEIA GERAL ORDINÁRIA EXTRAORDINÁRIA (AGE)**, a ser realizada no dia 28 de agosto de 2025, às 08:00h (horário de Brasília), exclusivamente em ambiente virtual através da plataforma Teams. A votação será realizada à distância, equiparada à votação presencial, por meio do link que será disponibilizado aos acionistas. Somente terão direito a voto os acionistas ou seus procuradores, desde que possuam documentação específica para participar da Assembleia em nome do acionista. **Pautas:** 1) Aprovação do resultado do período safra 24/25; 2) Aprovação dos demonstrativos financeiros de abril a junho 2025; 3) Deliberações sobre outros temas financeiros; 4) Deliberação sobre acordo de acionistas para definições da Goplan Holding; 5) Assuntos gerais; Sem mais. Campinas, 19 de agosto de 2025. **Antonio Jorge Ferreira Junior** - Diretor Estatutário Presidente

EDITAL PARA CONHECIMENTO DE TERCEIROS INTERESSADOS. COMO PRAZO DE 10 (DEZ) DIAS, expedido nos autos do Processo nº 0400852-39.1998.8.26.0053. O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 3ª Vara de Fazenda Pública, do Foro Central, Fazenda Pública/Acidentes, da Comarca de São Paulo, Estado de São Paulo, Dr(a), Luis Manuel Fonseca Pires, na forma da Lei, e, faz SABER A TERCEIROS INTERESSADOS NA LIDE que o(a) Prefeitu(a) do Município de São Paulo move Ação de Desapropriação por Utilidade Pública / DL. nº 3.665/1941 contra Espólio de Rangel da Costa Rodrigues, objetivando o imóvel na Rua Porto dos Mundos, nº 201, esquina com a Avenida do Tanque, 20A, 28, Jardim Itapólis, contribuinte nº 149.319.0002-9, nos termos do Decreto nº 34.665 de 17/11/1994. Para a transferência dos depósitos efetuados, para o Juízo na Ação de arrolamento de bens nº 0356646-53.1988.8.26.0009, foi determinada a expedição de edital com o prazo de 10 (dez) dias a contar da publicação no Órgão Oficial, nos termos e para os fins do DL. nº 3.665/1941, o qual, por extrato, será afixado e publicado na forma da Lei. NADA MAIS. Dado e passado nesta cidade de São Paulo, aos 25 de junho de 2025.

Edital de Citação prazo de 30 dias. Processo Nº 1003626-40.2023.8.26.0281 (O/A) MM. Juiz(a) de Direito da 2ª VC, do Foro de Itaituba, Estado de SP, Dr(a), Mariane Cristina Maske de Faria Cabral, na forma da Lei, e, faz Saber a **Elisabete Alves Da Silva Benazzi**, CPF: 114.635.988-82, que lhe foi proposta uma ação de Procedimento Comum Cível por parte de **Concessionária Rota das Bandeiras S/A**, que ajuizou nos autos da Ação de Indenização por dano material, referente ao acidente que ocorreu dia 23/05/2022, por volta das 02h40min., o condutor do veículo, ora segundo Requerido, trafegava pelo acesso a Rodovia SP - 065 km 137, sentido norte, com o veículo de propriedade da primeira Requerido, marca/modelo: VW/UP HIGH MB, Ano: 2015, Placa: KRH8J01. Cor: BRANCA. Renavam: 1064819491, conforme descrito no boletim de ocorrência, o veículo informado foi abandonado no local, depois de capotar causando danos para a concessionária batendo na defesa metálica. Assim, para realizar os devidos reparos, a Requerente dependeu, na data da ocorrência, a quantia de R\$ 4.972,57 (quatro mil, novecentos e setenta e dois reais e cinquenta e sete centavos), conforme demonstrativo anexo. Encontrando-se a ré 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 Itaituba, aos 19 de agosto de 2025.

EDITAL DE CITAÇÃO DO REQUERIDO EDILSON MAURO DA COSTA JÚNIOR, EXPEDIDO NOS AUTOS DA AÇÃO DE MODIFICAÇÃO DE GUARDA, PROCESSO DIGITAL Nº 1001324-33.2024.8.26.0045- PRAZO DE 30 DIAS. O Doutor. Guilherme Lopes Alves Pereira, MM. Juiz de Direito da 1ª Vara Judicial do Foro Distrital de Arujá, da Comarca de Santa Isabel, Estado de São Paulo, na forma da Lei, **FAZ SABER** ao requerido **EDILSON MAURO DA COSTA JÚNIOR**, R.G. Nº 25.XXX.X33, CPF 174.19X.XXX-70, com endereço à Rua Herculio Mattos de Oliveira, 130, casa 4, Jardim Angelo, CEP 07400-250, Arujá-SP, que lhe foi proposta uma ação de Procedimento comum por parte de **EDILENE VIDAL CORREIA**, objetivando a guarda unilateral do filho R. V. C., nascido em 09/08/2012, em São Paulo-SP. 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 de 30 dias 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 Arujá, aos 13 de agosto de 2025.

Edital de Citação Prazo 20 dias. Proc. 1044909-93.2018.8.26.0224. O Dr. Daniel Nakao Maibashi, Juiz de Direito da 5ª VC do Foro de Guarulhos/SP, Faz Saber a **Artorio Joaquim Cardoso**, CPF: 120.191.908-85 que lhes foi proposta ação de Monitoria por **CGMP - Centro De Gestao De Meios De Pagamento S/A**, objetivando o recebimento da quantia de R\$ 9.532,75. Referente as faturas Vencidas e não quitadas, devidamente atualizada e, efetue o pagamento de honorários advocatícios correspondentes à 5% do valor da causa, ou apresente embargos ao mandato monitorio, nos termos do artigo 701 do CPC. O réu será isento do pagamento de custas processuais se cumprir o mandato no prazo. Caso não cumpra o mandato no prazo e os embargos não forem opostos, constituir-se-á de pleno direito o título executivo judicial, independentemente de qualquer formalidade. Estando o réu em lugar ignorado, foi deferida a sua Citação por edital, para que em 15 dias, a fluir após os 20 dias supra, conteste a ação sob pena de serem tidos como verdadeiros os fatos alegados na inicial. Ficando advertido de que, após o nomeado curador especial em caso de revelia. Será o edital afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais.

TRANSPARÊNCIA

A TRANSPARÊNCIA GERA CONFIANÇA AOS LEITORES. POR ISSO, AS PUBLICAÇÕES LEGAIS NOS JORNAIS SÃO ESSENCIAIS PARA A SEGURANÇA JURÍDICA. AFINAL, O JORNAL É LEGAL.



Edital de Intimação Prazo 20 dias. Proc. 0000491 25.2019.8.16.0194. O Dr. erick antonio gomes, Juiz(a) de Direito da 14ª VC do Foro de Curitiba/PR. Faz Saber a **Adilson Jose Camargo Pires**, que nos autos de cumprimento de Sentença ajuizado por **Sem Parar Instituição De Pagamento Ltda.**, foi deferida a sua INTIMAÇÃO por edital para que efetue o pagamento do valor de R\$ 37.891,63 que deverá ser devidamente atualizado até a data do efetivo pagamento, no prazo de 15 dias, (art.513,§2º, IV, CPC) a fluir após os 20 dias supra, sob pena de multa e Honorários de 10 % (art.523, §1º, CPC), podendo oferecer impugnação, no prazo de 15 dias (art.525 CPC). Será o edital afixado e publicado na forma da lei. Nada mais. Curitiba, 08 de Agosto 2025.

Publicidade Legal



A liderança no ritmo do rock: lições dos palcos para as empresas

Michel Mariano Pizzetti (*)

Os palcos e as salas de reunião parecem universos distantes, mas, em ambos, a busca pelo sucesso é movida por paixão e estratégia. Para quem vive entre o mundo dos negócios e a música, a energia dos astros do rock se revela um manual valioso sobre liderança, cultura, branding e, principalmente, a arte de criar conexão.

Freddie Mercury não era apenas um vocalista; ele era o maestro do Queen. Ele regia milhares de pessoas, transformando o público em um coro sincronizado. Suas performances históricas ensinam que um líder deve ter carisma e uma visão clara para inspirar a equipe a um nível de excelência que parecia inalcançável. A liderança é uma performance onde a paixão do maestro eleva o talento de cada um.

Uma banda de sucesso não é feita por um único gênio, mas pela sinergia de talentos. A genialidade dos Beatles, por exemplo, nasceu da colaboração e do respeito mútuo entre John Lennon e Paul McCartney. A cultura de uma empresa é como a melodia que ressoa em cada colaborador: ela é a força que transforma um grupo de profissionais em uma equipe

coesa. Uma cultura forte, onde a colaboração e a autenticidade são valorizadas, é o que garante que a “música” da sua empresa seja um sucesso.

O Kiss não vende apenas música; eles vendem uma experiência. A maquiagem icônica e o merchandising transformaram a banda em um império, criando uma legião de fãs fiéis, a “Kiss Army”. O branding é sobre construir uma marca que se conecta com o público de forma emocional. Uma marca forte e autêntica, como a de um rockstar, se destaca da concorrência e transforma clientes em verdadeiros promotores da sua empresa.

O rock ensina que, para alcançar o sucesso, é preciso ter paixão, autenticidade, atitude e resiliência para se reinventar. As empresas que incorporam esses valores em sua cultura e estratégia estão prontas para subir no palco do mercado e criar sua própria melodia de sucesso. Que os líderes de hoje se inspirem nas lendas do rock, encontrem sua voz e transformem suas empresas em verdadeiros sucessos.

(*) Autor de “Seja um rock star nas empresas” e economista com sólida carreira corporativa, além de ser cantor e compositor.

Nova jornada de trabalho é hiperpersonalizada e movida a tecnologia

Tecnologia e novos hábitos impulsionam modelos de trabalho flexíveis, com foco em autonomia, produtividade e bem-estar; geração Z lidera transformação e desafia empresas a repensarem gestão e cultura organizacional

O que começou como uma medida emergencial durante a pandemia se consolidou como um novo padrão do mercado. A flexibilidade no trabalho evoluiu, deixando de ser apenas uma opção entre o home office e escritório para se tornar um arranjo complexo e personalizado, envolvendo autonomia de horários, foco em entregas e produtividade, além de um novo pacto de confiança entre líderes e colaboradores.

De acordo com Thales Zanussi, fundador e CEO do Mission Brasil, maior plataforma de serviços recompensados do país, a discussão superou o ‘onde’ se trabalha para focar no ‘como’ e ‘quando’. “Estamos vendo uma ruptura estrutural na forma como o fluxo de tarefas é pensado e executado”, analisa ele.

Segundo o Digital Worker Experience Survey, do Gartner, 43% dos trabalhadores afirmam que horários flexíveis aumentaram sua produtividade. Já outros 30% destacam que a redução ou eliminação do tempo de deslocamento contribuiu diretamente para a melhora no desempenho.

A entrada da chamada Geração Z ao mercado de trabalho acentuou essa transformação. Jovens profissionais buscam empregos que ofereçam autonomia, propósito, bem-estar e ambientes que respeitem sua individualidade. Ainda de acordo com o levantamento



to, 64% dos ouvidos são mais propensos a considerar um cargo que permita horários flexíveis. “A nova geração não vê sentido em bater ponto. Eles querem ser avaliados por entregas, e não por presença. Querem flexibilidade atrelada à responsabilidade”, avalia Zanussi.

Motor da revolução

Apesar da preferência e a questão da produtividade justificarem a expansão do trabalho flexível, a tecnologia pode ser tratada como a verdadeira viabilizadora por trás da transformação. Novas plataformas digitais permitem que equipes colaborem remotamente, com eficiência, mesmo em diferentes fusos horários e localizações. “Esse cenário abriu espaço para novas possibilidades operacionais que hoje já fazem parte da rotina das empresas”, afirma o executivo do Mission.

Dentre as tendências está a hiperpersonalização da jornada, na qual cada profissional pode seguir um mo-

delo único, adaptado ao seu perfil e função. Ferramentas como Notion, Confluence, Trello e Clip auxiliam gestores a organizar escalas, distribuir recursos e manter a equidade, independente do local ou horário de trabalho. “Algumas pessoas prosperam no escritório, outras em casa, e muitas em um modelo híbrido variável. A tecnologia é o fio condutor que permite essa flexibilidade com base em dados, não em achismos, respeitando individualidades sem perder performance”, reforça Zanussi.

Além da gestão, a tecnologia também atua na proteção do bem-estar. Recursos como “modo foco”, pausas programadas e análise de uso ajudam a combater o excesso de conexão, o chamado always on. A IA generativa também entrou em cena como uma aliada da produtividade, automatizando tarefas repetitivas e liberando tempo para atividades estratégicas. “De resumos de reuniões a relatórios analíticos, a inteligência artificial

já é parte do dia a dia das equipes híbridas”, finaliza o executivo.

Escritórios reconfigurados

Apesar do cenário transitório, é importante ressaltar que o escritório físico não desapareceu, mas foi resignificado. O espaço deixou de ser o único lugar de trabalho para se transformar em um hub de colaboração e cultura entre a equipe. “O escritório moderno vai além da presença em si, oferecendo uma experiência ao colaborador. O deslocamento deve ser justificado com valor agregado”, detalha o CEO do Mission.

Mesmo com ganhos em produtividade, inclusão e bem-estar, a transição do espaço físico não está livre de problemas. Uma pesquisa divulgada pela Microsoft aponta que, enquanto alguns profissionais consideram as reuniões online mais inclusivas, outros encontram dificuldades em se manifestar digitalmente, sendo menos propensos a contribuir.

Para Zanussi, outro ponto de atenção passa pelo enfraquecimento das chamadas “colisões casuais”, como são conhecidas as interações espontâneas entre equipes, sendo importantes para gerar ideias e inovação. “Esse dado reforça a necessidade de um desenho intencional da jornada de trabalho, onde tecnologia, cultura organizacional e modelo de liderança caminham juntos a fim de proporcionar o equilíbrio entre todas as partes”, conclui ele.

Três estratégias para projetar futuros na Era da IA

Em um cenário de aceleração digital, o grande desafio não é apenas adotar novas tecnologias, mas transformar dados em soluções que geram impacto real. Neste ano [2025], mais de 80% das empresas devem incorporar Inteligência Artificial (IA) em seus processos de negócios, de acordo com uma pesquisa da consultoria Gartner. Entendendo a capacidade de transformação que ela traz, o grande desafio não está apenas em adotar novas tecnologias, mas em projetar futuros que façam sentido — transformando dados em soluções capazes de antecipar demandas e gerar impacto real nas organizações.

De acordo com Gabriel Albuquerque, CEO da Loomi, empresa de IA e Transformação Digital, muitas organizações têm perdido oportunidades à medida que o mercado avança. “Estamos entrando em uma nova lógica de competição, onde não vence quem apenas adota IA, mas quem sabe usá-la para antecipar cenários, personalizar experiências em escala e acelerar decisões com inteligência. Empresas que dominam isso estão redesenhando o futuro dos seus setores — e quem ficar parado vai assistir à redistribuição de valor acontecendo diante dos próprios olhos”, explica o executivo.

Diante desse cenário, a Loomi reuniu as três principais estratégias para projetar futuros em um contexto de aceleração digital.

Use IA para construir empresas que aprendem e se adaptam em tempo real

Com a inteligência artificial se tornando parte central da operação das empresas, a vantagem competitiva não está apenas em adotar tecnologia — mas em aprender com ela, em tempo real. A estratégia “organizações que aprendem com IA” propõe uma mudança estrutural: sair da lógica de conhecimento centralizado para operar como um sistema cognitivo distribuído, onde humanos e inteligências artificiais compartilham análise, decisão e evolução. Isso significa transformar a IA em parceira estratégica — capaz de simular cenários, identificar padrões

invisíveis, gerar insights inéditos e acelerar ciclos de aprendizado. Empresas que dominam essa dinâmica criam uma cultura de experimentação contínua, reduzem desperdícios e ganham velocidade para se reinventar. Essas corporações entendem principalmente como habilitar os dados para facilitar essa nova forma de transformar conhecimento em ação.

Utilize a prototipação ágil de futuros

Imaginar o futuro não é mais um exercício abstrato — traz um convite à experimentação. Prototipar para o futuro com a IA abre espaço para transformar a ferramenta passiva em matéria-prima ativa para criar futuros tangíveis, testáveis e interativos, oferecendo mais agilidade e acessibilidade. Em vez de depender de apresentações e planos distantes, líderes e equipes podem usar agentes, copilotos e modelos generativos para simular jornadas, automatizar processos, gerar interfaces e até construir produtos inteiros em horas. Tornando a IA uma aliada criativa, as empresas ganham a capacidade de sair da paralisia e entrar em movimento — testando hipóteses com usuários reais, antecipando erros e refinando soluções com um ciclo extremamente ágil.

Aposte em hiperpersonalização para antecipar necessidades

O futuro da experiência será hiperpersonalizado, fazendo com que seus consumidores, sejam eles B2B ou B2C, sintam que seu serviço ou produto foi feito para eles, desde a comunicação até aspectos personalizados a nível de solução. Segundo a Boston Consulting Group (BCG) nos próximos 5 anos 2 trilhões de dólares de receita serão movidos para empresas que usam personalização com IA. Com IA processando dados em tempo real, torna-se possível oferecer produtos, serviços e comunicações sob medida, garantindo jornadas fluidas e elevando a percepção de valor da marca. Mais do que uma tendência, é uma vantagem competitiva essencial para as empresas que desejam liderar o futuro.

Conheça as áreas que mais estão investindo em pesquisa de mercado para tomar melhores decisões

Levantamento do PiniOn mostra como dados e pesquisa têm ajudado as empresas a conhecer melhor seu consumidor para decisões mais estratégicas nas áreas dentro do mercado

Em um cenário onde o comportamento do consumidor muda com rapidez e as decisões precisam ser cada vez mais baseadas em evidências, a pesquisa de mercado e a análise de dados se tornaram pilares estratégicos para as empresas. Compreender intenções de compra, testar mensagens de campanha e identificar novos públicos são práticas cada vez mais recorrentes para reduzir riscos e otimizar investimentos.

É nesse contexto que áreas como Insights e Market Intelligence ganham protagonismo. Segundo levantamento do PiniOn, empresa de pesquisa de mercado especializada em dados competitivos e comportamentais, essas áreas concentram hoje 35% dos contratos firmados com a empresa, liderando os investimentos em pesquisa de mercado no Brasil.

“Realizamos desde pesquisas de Comportamento, Concorrência, Publicidade, até Pesquisas de Marca e Produto. Ou seja, qualquer empresa que queira conhecer melhor e en-

gajar-se com seu público-alvo pode se beneficiar das nossas soluções ao otimizar suas análises com acesso a dados perfilados, geolocalizados e comportamentais. Essas informações são coletadas de forma rápida e recorrente, oferecendo uma visão completa e contínua sobre consumidores e concorrentes, permitindo decisões bem fundamentadas”, explica Talita Castro, CEO do PiniOn.

Confira, a seguir, as áreas que mais utilizam estudos de consumo e análise de dados de forma tática, de acordo com a plataforma:

Insights e Market Intelligence

A área de Insights e Market Intelligence ocupa o primeiro lugar no ranking. Seu foco está em reunir dados que apoiem decisões de alto impacto, como o lançamento de campanhas, produtos ou mudanças de estratégia. As pesquisas costumam estar ligadas a hipóteses de negócio, validação de mensagens publicitárias e identificação de tendências de mercado.

Consumer Experience

Já a área de Experiência do Consumidor utiliza pesquisas para entender a percepção do público sobre a marca, avaliar jornadas de consumo e identificar pontos de fricção que afetam

a fidelização. Os dados ajudam a aprimorar desde o atendimento até o pós-venda, passando pela experiência nos canais digitais e físicos.

Mídia e Marketing

Equipes de Marketing recorrem às pesquisas principalmente para testar e validar campanhas, tanto antes quanto depois da veiculação. As informações coletadas ajudam a entender se a mensagem foi bem compreendida, se gerou lembrança e se influenciou a decisão de compra.

Logística

Essa área utiliza dados para mapear o ponto de venda: desde a disposição dos produtos nas gôndolas até o cumprimento de acordos com varejistas. Também é comum a análise de regiões com maior ou menor aderência ao produto, o que ajuda a refinar ações logísticas e operacionais.

Para todas essas áreas, os dados têm se mostrado essenciais para fortalecer estratégias e transformar hipóteses em ações validadas. “Hoje, mais do que nunca, as marcas precisam escutar com atenção. Uma pesquisa bem estruturada é capaz de direcionar campanhas, reposicionar produtos e até abrir portas para novos mercados”, finaliza Talita Castro, CEO do PiniOn.

Três estratégias para construir negócios resilientes e inovadores

Em um mercado cada vez mais dinâmico e competitivo, empreender deixou de ser apenas lançar um produto ou serviço, é abraçar uma postura estratégica, eficiente e sustentável

Ewerson Steigleder (*)

A gestão empreendedora, que combina agilidade, controle financeiro rigoroso e inovação tecnológica, tornou-se essencial para empresas que desejam crescer com solidez. É nesse contexto que três pilares se elevam como alicerces da performance: administração inteligente, terceirização eficaz de serviços auxiliares e automação de processos, que explico mais abaixo:

1. Administração inteligente

A administração inteligente já não é apenas uma boa prática, é condição para a sobrevivência. Ela integra tecnologia, dados e processos eficientes para ajudar gestores a tomar decisões mais assertivas, com um olhar claro sobre fluxo de caixa, custos e performance operacional.

Sistemas como ERPs integrados permitem automatizar gestão de clientes, estoques, finanças e administrativos, armazenando históricos e padronizando tarefas para ganhar produtividade. Além disso, transformar dados brutos em relatórios e visualizações fáceis de interpretar empodera gestores para agir com clareza e agilidade.

Entre os principais benefícios da adoção dessa abordagem estão a redução de custos operacionais, a agilidade nos processos internos e a segurança dos dados, fortalecendo a performance financeira e organizacional.



No campo financeiro, ações práticas como separar finanças pessoais e empresariais, manter fluxo de caixa organizado, negociar com fornecedores e investir em software de gestão (como ERP ou soluções automatizadas de controle financeiro) são passos essenciais para manter a saúde do negócio.

2. Terceirização eficaz

Terceirizar não significa renunciar ao controle, mas sim apostar em foco e especialização. Quando bem planejada, a terceirização permite que a empresa concentre seus esforços no core business, enquanto atividades de apoio são entregues a parceiros qualificados.

Serviços como contabilidade, BPO financeiro, bookkeeping, controle de estoque e vendas podem ser terceirizados com segurança, desde que não envolvam funções essenciais à empresa.

Essa estratégia traz benefícios concretos: redução de custos com equipe interna e infraestrutura, maior rigor

nos controles financeiros, governança aprimorada e previsibilidade de fluxo de caixa. Além disso, permite acessar profissionais especializados, liberar tempo da equipe interna para decisões estratégicas e reduzir riscos trabalhistas e operacionais.

3. Automação de processos

A automação eleva a eficiência e permite escalar o negócio com qualidade. Nas corporações maiores, isso significa investir em robótica e maquinário moderno; nas empresas menores, em tecnologia de informação, sensores, software e sistemas integrados. O gerenciamento de processos de negócio - BPM (Business Process Management) - é uma ferramenta poderosa nesse contexto, permitindo mapear, modelar, monitorar e otimizar fluxos operacionais com dados reais e menor burocracia. Empreendedores 4.0 incorporam conceitos como Internet das Coisas (IoT), Big Data, IA, chatbots, robôs autônomos e realidade aumentada para tornar os

processos mais eficientes e autônomos.

Como diz Gilson Marcos Coelho, contador, consultor e especialista em gestão empresarial: "A transformação empresarial vai além da adoção de ferramentas tecnológicas ou da terceirização de processos. A verdadeira mudança ocorre quando há disciplina no controle financeiro, visão estratégica e disposição para inovar. Essa combinação é o que distingue negócios que apenas se mantêm ativos daqueles que alcançam crescimento sólido e sustentável, mesmo em cenários desafiadores. Empreender na atualidade exige clareza de propósito e decisões fundamentadas em dados, sempre equilibrando eficiência operacional com a dimensão humana da gestão. Empresas que conseguem alinhar administração inteligente, terceirização estratégica e automação de processos criam um ambiente propício à inovação, ao foco no que realmente importa e à construção de resultados duradouros no mercado".

Esses três pilares - administração inteligente, terceirização e automação - compõem uma tríade poderosa para qualquer empreendimento que deseje prosperar com eficiência, inovação e visão estratégica. Ao integrá-los, gestores criam um ambiente de trabalho mais enxuto, flexível e apto a crescer, mantendo qualidade e relevância no mercado.

(*) Especialista em Gestão e Empreendedorismo.

Resposta aos EUA sobre o Pix é uma questão de US\$ 37,6 bilhões

(*) Por Eduardo Sgobbi

Nas últimas semanas, a imprensa mundial tem divulgado amplamente diversos questionamentos do presidente americano sobre o Pix. Mas quais seriam os verdadeiros motivos?

Vamos esclarecer os fatos: o Banco Central trouxe uma importante inovação com a inserção do Pix no sistema de pagamentos instantâneos, representando ganhos de caráter econômico, comercial e financeiro.

Afinal, o Pix proporciona a eliminação de intermediários e a substituição de outros meios de pagamento, como a utilização do cartão de débito, e já provou sua capacidade de reduzir custos e gerar receitas para o país. Dessa forma, qualquer pressão que tenha como efeito reduzir ou mesmo frear o desenvolvimento do Pix e suas potencialidades terá como consequência prática significativos prejuízos reais aos cofres nacionais.

Para não me limitar a comentários genéricos, cito como exemplo o estudo Prime Time for Real Time, publicado em 2022 pela consultoria ACI Worldwide, em parceria com a empresa de dados e análises GlobalData e com o Centro de Pesquisa Econômica e Empresarial (Cebr). O estudo destaca que a adoção generalizada de pagamentos em tempo real, ainda no primeiro ano completo de funcionamento do Pix — ou seja, em 2021 — resultou em uma economia de custos estimada em US\$ 5,7 bilhões para empresas e consumidores brasileiros. O relatório apontou ainda que esse resultado proporcionou a liberação de US\$ 5,5 bilhões em produção econômica adicional, equivalente a 0,34% do PIB do país naquele período.

Na ocasião, os autores do levantamento trabalhavam com a expectativa de que o número de transações via Pix chegasse a US\$ 82,4 bilhões anualmente até 2026, o que representaria uma economia líquida para consumidores e empresas de aproximadamente US\$ 37,9 bilhões, contribuindo para gerar cerca de US\$ 37,6 bilhões adicionais de produção econômica — equivalente a 2,08% do PIB.

Considerando que o total de transações realizadas via Pix ao longo de todo o ano de 2024 foi de aproximadamente US\$ 63,51 bilhões, e que esse montante representou um crescimento de cerca de 52,4% em relação a 2023, quando foram processadas cerca de 41,6 bilhões de transações, é possível afirmar que as projeções do estudo de 2022 serão superadas com folga, e que a adoção do Pix contribuirá ainda mais para a economia do país.

Essa superação é totalmente compreensível, uma vez que, ao ser lançado, o Pix oferecia apenas a funcionalidade de pagamento à vista no momento da transação. Até o final deste ano, além dessa função, o meio de pagamento oferecerá aos usuários mais 13 serviços adicionais, que vão desde o troco até parcelamentos.

Em fevereiro, o mercado adicionou ao tradicional boleto com código de barras o BolePix, aumentando a liquidez das empresas com a eliminação do tempo de processamento.

Em 2024, o mercado passou a oferecer o Pix Agendado, que permite programar transferências para datas futuras — diferente do Pix tradicional, que é imediato —, e também o Pix Agendado Recorrente, modalidade que automatiza transferências recorrentes semanais ou mensais sem necessidade de agendamento manual. Ambas substituem o uso da TED, promovendo significativa redução de custos operacionais, tarifas e tempo para clientes.

Em junho de 2025 entrou em funcionamento o Pix Automático, que possibilita ao cliente autorizar uma empresa (pessoa jurídica) a debitar automaticamente valores — fixos ou variáveis — de sua conta em datas recorrentes, como mensalidades ou assinaturas. Essa modalidade substitui o DDA (Débito Direto Autorizado) e o débito automático de contas de consumo (água, luz etc.), com mais praticidade e segurança, envio de notificações e possibilidade de cancelamento da permissão a qualquer momento.

Em breve, o mercado lançará o Pix Parcelado, modalidade na qual o cliente/consumidor terá um limite em sua instituição financeira para parcelar compras via Pix. Essa modalidade poderá substituir grande parte das transações realizadas com cartão de crédito e eliminar custos de intermediação das bandeiras.

De toda forma, o Pix representa um grande avanço, com redução de tempo e eliminação das taxas de intermediação relacionadas ao processamento das transações. Nesse caso, o próprio mercado se encarregou de diminuir o peso para os vendedores ao consolidar a tendência de fixar o valor a ser pago por operação, em vez de vincular a taxa a um percentual da venda, como ocorre com cartões. Essa estrutura contribuiu para previsibilidade financeira e redução de custos para pequenos e médios negócios. Um exemplo prático é a adoção de uma taxa fixa de transação Pix de R\$ 0,50, independentemente do valor processado nas maquininhas. Assim, um lojista que realize cerca de 1.000 vendas a R\$ 300,00 pagará somente R\$ 500,00 em taxas, enquanto, em modelos convencionais de percentuais em cartão de débito ou crédito, o custo aproximado seria de R\$ 3.000,00.

O impacto do Pix é tão significativo que levou Paul Krugman, vencedor do Prêmio Nobel de Economia em 2008, a elogiar sua adoção em um artigo publicado em 22 de julho de 2025. Em sua coluna, Krugman levantou a provocativa pergunta: "Será que o Brasil inventou o futuro do dinheiro?", afirmando que o Pix representa um ponto de referência global em inovação financeira, com transações quase instantâneas, baixo custo e ampla inclusão.

Defender a soberania do Pix significa reconhecer que sua trajetória até aqui comprova que o sistema é não apenas viável, mas essencial para o futuro da economia. Essa constatação impõe à sociedade brasileira o dever de garantir a continuidade de seu sucesso, mantendo um ambiente estável, seguro, acessível, aberto à inovação e controlado apenas por aqueles que tiveram o brilhantismo de sua invenção: OS BRASILEIROS.

(*) Co-Founder & CEO do Edan Finance Group.

Como um suporte em tempo real potencializa o atendimento do cliente em plataformas digitais

Fábio Damas (*)

A tecnologia tem proporcionado dinamismo e facilidade, deixando tudo a apenas um clique de distância. Quando se trata de realizar compras online, é muito mais cômodo não precisar sair de casa para achar uma peça de roupa, um objeto ou um remédio. No entanto, justamente devido à evolução das redes sociais e dos canais de venda, os consumidores estão exigindo um intervalo menor de espera, seja na hora da entrega ou do atendimento. Segundo uma pesquisa feita pela Dbout Mídia, responder a um cliente em menos de 10 minutos após o primeiro contato aumenta as chances de conversão em 70%.

O suporte em tempo real e a responsividade de empresas do e-commerce pode ser o diferencial para fechar um negócio e ganhar a confiança do usuário. Isso porque além de possibilitar uma comunicação mais ágil e eficiente, permite que o atendimento seja personalizado, proporcionando uma melhor experiência da jornada de compra. Assim, o comprador se sente valorizado e visto, criando uma maior conexão. Dessa forma, é provável que ele indique a marca para pessoas próximas.

Isso porque a fidelização não depende apenas de resolver rapidamente o problema do consumidor, mas também de construir um relacionamento.



Responder a um cliente em menos de 10 minutos após o primeiro contato aumenta as chances de conversão em 70%.

Essa aproximação se fez possível por meio de plataformas como chatbots e sistemas de chat ao vivo. Por meio delas, as empresas conseguem responder e antecipar dúvidas, eliminando longas esperas. Quando a resposta demora a chegar, o usuário usa esse espaço para ir atrás de outro estabelecimento que possa dar a ele a devida atenção, sendo que, muitas vezes, o cliente possui somente aqueles cinco minutos para fechar o negócio.

Contudo, não adianta o atendimento ser apenas rápido, mas é preciso que seja de qualidade. O suporte em tempo real pode ser personalizado com base no histórico de busca, de compras e preferências do consumidor, criando uma experiência mais relevante e engajadora. Assim, todas as informações necessárias para que seja feita a conversão estarão disponíveis. Isso não só aumenta a satisfação do usuário, mas também contribui para a

criação de uma imagem positiva da marca, aumentando a confiança e a credibilidade.

A tecnologia também facilita o trabalho da equipe de vendas, automatizando tarefas de suporte, e coletando informações como o motivo de uma desistência de compra e outros dados relevantes, fazendo com que tenham mais tempo para elaborar estratégias. Além disso, custos operacionais são reduzidos quando se concentra o atendimento em uma inteligência artificial. As plataformas costumam disponibilizar a integração de suportes com ferramentas de CRM, sistemas de tickets e outras, para oferecer uma experiência omnichannel completa.

Por fim, concluo que ao adotar o suporte em tempo real, as empresas podem melhorar significativamente a experiência do cliente, aumentar a satisfação e fortalecer a reputação da marca, impulsionando o crescimento do negócio. Com respostas mais precisas e uma tecnologia que antecipa os problemas do usuário, a jornada de compra se torna muito mais agradável, fazendo com que ocorra a fidelização. Quando o consumidor se sente visto, as chances dele retornar é muito maior.

(*) CFO e Sócio Fundador da Bilheteria Express. Formado em Planejamento Estratégico Empresarial, o executivo gerencia as finanças da empresa, garantindo a saúde financeira e a rentabilidade dos projetos.



RealPeopleGroup_CANVA

ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL



COMO A MUDANÇA DE HÁBITOS ABRE ESPAÇO PARA EMPREENDER NO SETOR?

Especialista aponta como a mudança no comportamento alimentar cria novas oportunidades para empreendedores no ramo de alimentação saudável. Confira quatro pilares estratégicos para o segmento

A busca por uma alimentação saudável nunca esteve tão em alta no Brasil. Dados do levantamento da Euromonitor divulgados em 2024 mostram que a preferência global por alimentos 100% naturais está em 36,2%, enquanto no Brasil esse valor chega a 31,2%, atingindo 33,3% entre os jovens da geração Z. Apesar do interesse crescente em alimentos mais saudáveis, o consumidor local ainda enfrenta desafios para manter hábitos que se adequem a essa perspectiva, como preço, falta de tempo e dificuldade em manter a disciplina alimentar.

Para os empreendedores, esse cenário representa uma janela de oportunidade: oferecer soluções que unam saúde, sabor, praticidade e custo-benefício. Segundo Caique Lima, sócio-fundador e CEO da Frutaria Ipiranga, rede de restaurantes de comida saudável, alimentação saudável não precisa ser restritiva nem cara. “O que defendemos é equilíbrio, opções saborosas, nutritivas e acessíveis que caibam na rotina. Nosso papel é facilitar o acesso a escolhas e a praticidade do dia a dia que façam sentido para cada pessoa”, afirma.

Com essa perspectiva, a partir da experiência da marca e de tendências observadas no comportamento do consumidor, o executivo e especialista em alimentação saudável lista quatro pilares estratégicos para quem deseja empreender no setor:



1 Saúde holística como diferencial competitivo

Negócios de alimentação que se posicionam como aliados do bem-estar integral do cliente tendem a gerar mais valor e fidelização. Isso significa oferecer cardápios que impactem positivamente energia, disposição e humor, com variedade de nutrientes e apelo visual. “Empresas que entendem que alimentação vai além do prato e impactam energia,

disposição e até o humor do cliente saem na frente”, orienta o executivo.

2 Investa em produtos naturais, orgânicos e funcionais

A redução de ultraprocessados e a priorização de ingredientes de origem vegetal são movimentos que vieram para ficar. Empreendimentos que oferecem alimentos ricos em fibras, proteínas e benefícios funcionais conseguem se diferenciar, agregando valor e justificando preços mais competitivos. Segundo Caique, “quando priorizamos ingredientes de verdade, entregamos mais saúde e criamos um diferencial que o cliente reconhece e valoriza”, afirma.

“O que defendemos é equilíbrio, opções saborosas, nutritivas e acessíveis que caibam na rotina. Nosso papel é facilitar o acesso a escolhas e a praticidade do dia a dia que façam sentido para cada pessoa

3 Conveniência com propósito

No mundo acelerado, soluções rápidas e nutritivas têm alto potencial de mercado. Investir em produtos e formatos práticos, como snacks saudáveis, embalagens inteligentes e integrações com delivery, amplia o alcance do negócio sem perder a essência de qualidade. O empreendedor ainda reforça que a praticidade não é abrir mão da qualidade, mas sim trazer ao cliente uma proposta de valor que seja direcionada ao objetivo de saúde e bem-estar diário.

4 Nutrição inclusiva e experiência personalizada

Oferecer flexibilidade para o cliente adaptar receitas e escolher ingredientes é uma forma de criar conexão emocional com a marca. Além disso, adaptar pratos tradicionais para versões mais nutritivas mantém o sabor e amplia o público. “O cliente quer se sentir parte da experiência, por isso, dar liberdade para personalizar o prato fortalece o vínculo com a marca”, finaliza.

