

REVER CONCEITOS

OS 15 PECCADOS MORTAIS NA GESTÃO DE UM NEGÓCIO

Leia nas páginas 8



Monitoramento digital corporativo: eficiência ou invasão de privacidade?

Se tem uma coisa que o brasileiro sabe fazer é trabalhar.

Nosso povo não é preguiçoso: encara longas jornadas no transporte público ou gasta muitas horas nas intermináveis filas do trânsito das grandes cidades para garantir o pão de cada dia, mantendo relativo bom humor no processo.

Para quem passava grande parte da sua vida sentado no banco de um veículo, o teletrabalho veio como uma tábua de salvação: as horas na comuta foram resumidas aos minutos gastos entre o quarto e o home office, permitindo ganhos de produtividade e qualidade de vida.

Só que o brasileiro, além de trabalhador, é criativo. Pena que às vezes, essa criatividade é usada no caminho errado: logo o pessoal começou a “fingir que trabalhava” nas jornadas em casa, aproveitando a aparente distância do olhar do patrão.

Assim, a notícia da demissão em massa em um grande banco, supostamente provocada pelo monitoramento de produtividade a distância, caiu como um balde de água fria no mundo corporativo. E, como acontece sempre que um gigante do mercado mexe as peças no tabuleiro, fica a pergunta: até que ponto o empregador pode monitorar seus empregados por meios telemáticos?

No século passado, o maior medo do empregado era o chefe passar atrás da mesa e ver a tela aberta no MSN ou no Orkut. Hoje, os tempos são outros: cada clique, cada toque no teclado, cada e-mail e até mesmo o tempo que o comunicador oficial da empresa fica minimizado podem estar sob escrutínio. As soluções que fazem esse monitoramento atuam sem que o usuário sequer tenha conhecimento, inclusive.

A legislação trabalhista permite o monitoramento dos meios fornecidos pela empresa, como computadores, celulares e e-mails, desde que isso seja feito com transparência



e proporcionalidade. A LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados) reforça a necessidade de informar o empregado sobre quais dados são coletados e para qual finalidade. E o empregador inclusive deveria se preocupar com isso: um empregado que use o seu equipamento para aplicar golpes virtuais, por exemplo, pode atrair a responsabilidade do crime para o empregador num primeiro momento de investigação. Resumindo: pode monitorar, mas não pode bancar o espião secreto sem aviso prévio.

Ainda não temos detalhes públicos e claros sobre os motivos que levaram o banco a desligar tanta gente de uma só vez. Mas é inevitável pensar se não há algum algoritmo interno, alimentado por dados de produtividade, que está decidindo quem fica e quem sai.

Se por um lado a tecnologia traz eficiência, por outro acende um alerta jurídico. Decisões automatizadas — como demitir alguém com base em relatórios gerados por sistemas — precisam respeitar princípios constitucionais, como a dignidade da pessoa humana e o direito à informação. A LGPD, inclusive, prevê o direito de revisão de decisões automatizadas (art. 20), e se o banco assumir que utilizou esse tipo de critério, vai precisar dar transparência e direito de defesa.

A discussão tradicional no mundo do trabalho é definir até onde o empregador pode ir sem invadir a intimidade do empregado. O monitoramento do cumprimento de jornada nem entra nessa discussão: é lícito e pode ocorrer inclusive no trabalho remoto. Os fléis da balança, aqui, são a finalidade legítima do acesso e o consentimento prévio. Em outras palavras, o empregador que pretende fazer esse monitoramento deve deixar todos cientes disso desde o início.

O cenário verificado nos últimos dias serve como lembrete de que todo usuário de tecnologia pode ser alvo de alguma camada de monitoramento. Sendo ela indevida, a justiça pode e deve corrigir, mas eventualmente esta correção pode ser mais tardia do que o adequado.

Por trás dos números dos algoritmos existem pessoas. Ninguém merece ser tratado como um pixel na tela do gestor. O desafio está justamente em encontrar o equilíbrio entre performance corporativa e direitos fundamentais.

(Fonte: Dr. Arthur Felipe Martins é advogado trabalhista, especialista em direito e processo do trabalho e direito acidentário. Mestrando em direito do trabalho pela PUC-SP. Professor em cursos jurídicos voltados ao direito do trabalho e correlações com o direito previdenciário).

Negócios em Pauta

Al/<https://home.abrafatishow.com.br/>



Abrafati Show 2025

Falta pouco menos de duas semanas para a 19ª edição do Abrafati Show, maior evento do segmento de matérias-primas, embalagens, equipamentos, tecnologias e serviços para a indústria de tintas da América Latina. O evento – realizado pela Associação Brasileira dos Fabricantes de Tintas (Abrafati) e promovido pela NürnbergMesse Brasil e pela Vincentz Network – reunirá profissionais, especialistas e empresas do setor entre os dias 23 e 25 de setembro, no São Paulo Expo, para apresentar inovações e soluções para que a indústria de tintas siga evoluindo, assim como para discutir as tendências, as oportunidades e os desafios para o setor (<https://home.abrafatishow.com.br/>). [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Al/Edenred Brasil



Evento gratuito com foco em inteligência artificial e proteção de dados

@A Edenred Brasil, plataforma digital líder em serviços e meios de pagamento, e o BNP Paribas Brasil, banco líder na União Europeia com presença em mais de 60 países, realizam no dia 18 de setembro a terceira edição do DPO Talks, evento gratuito e aberto a pessoas profissionais e interessadas pela área de proteção de dados. A programação reunirá especialistas para debater temas como inteligência artificial, privacidade, segurança digital e estratégias inovadoras de proteção de dados, estimulando, também, a discussão sobre o papel da inovação nesse cenário (https://www.sympla.com.br/evento/dpo-talks-privacidade-e-protecao-de-dados-3-edicao/3077338?_gl=1*r4iitf*_gcl_au*MTMxMjg1MTkwNC4xNzQ5NTc1Mzk4LjcyNDYxMTk2MC4xNzU2MjEwNTkxLjE3NTYyMTA1OTE*_ga*NTE0ODkwNzU4LjE3NDk1NzUzOTk*_ga_KXH10SQTZF*cze3NTYyMTU1ODMkbze2JGcxJHQxNzU2MjE1NjA0JGozOSRSMCRoMTIzOTQyNzkzMQ). [Leia a coluna completa na página 2](#)

Política

E agora, o que fazer com o café?

Heródoto Barbeiro



[Leia na página 2](#)

Economia da Criatividade

A Ética no Marketing Educacional: Como Atrair sem Prometer o Que Não se Pode Entregar

Carol Olival



[Leia na página 4](#)

Ansiedade é uma "epidemia silenciosa" nos escritórios

Setembro Amarelo volta a iluminar uma realidade que persiste dentro das empresas brasileiras: falar sobre sofrimento psíquico no ambiente de trabalho ainda é um tabu. O Brasil ocupa o posto de país mais ansioso do mundo, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS). Cerca de 9,3% da população convive com a ansiedade clínica, enquanto a depressão já atinge 5,8% dos brasileiros. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Inovação consciente ganha força e redesenha o futuro do trabalho

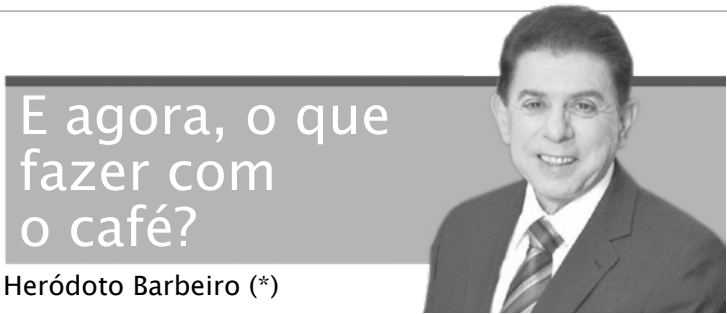
Especialista em futurismo explica quais são as exigências para empresas e profissionais que querem sobreviver no mercado na próxima década. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Cinco dicas práticas para reduzir a inadimplência em pequenas empresas

A inadimplência entre micro e pequenas empresas alcançou o patamar mais alto desde a pandemia, segundo levantamento da Serasa Experian. O estudo aponta que 6,7 milhões de negócios encerraram o primeiro semestre de 2025 com pendências financeiras. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Impostorismo e liderança: o desafio que pode frear carreiras e negócios

Sentimento de não-merecimento atinge a maioria dos profissionais e se intensifica em situações de ruptura, como mudança para o exterior ou um novo empreendimento. [Leia a coluna completa na página 2](#)



Heródoto Barbeiro (*)

Todo mundo sabe que o principal mercado para o café brasileiro são os Estados Unidos.

De cafeicultores a bebedores de café, todos ficam de olho nas compras do produto pelo Tio Sam. Os exportadores do produto aguardam manifestação do governo com socorro para impedir a quebra de fazendas e empresas de exportação diante da queda das vendas.

No passado, o governo federal, apesar de duras críticas de outros setores, interveio com a compra e estocagem do café para impedir a queda dos preços e a ruína da balança comercial do Brasil. O café é a coluna central em que se apoia a economia brasileira, gostem ou não outros setores da economia.

Para alguns analistas econômicos, não há motivo para que as vendas do produto para o mercado americano despenquem. O hábito de beber café está arraigado na sociedade americana e ele é encontrado nos bares, restaurantes, fast foods e escritórios do Atlântico ao Pacífico. É impensável que o hábito vá mudar de uma hora para outra.

Há quem lembre que outros países, de olho nos mercados da Europa e dos Estados Unidos, incentivam a cultura de cafezais em seus territórios e competem com preços e qualidade. A Colômbia é um deles. Ela se intitula ter o melhor café do mundo. Mas os maiores embarques para o exterior se

fazem pelos portos de Santos e do Rio de Janeiro.

O presidente americano é um republicano. Enfrenta uma profunda crise financeira e econômica que deixa o país à mercê da miséria. As ações despencam em Wall Street e muitos bancos fecham as portas, deixando milhares de correntistas sem um centavo no bolso. Acionistas desesperados se suicidam. Alguns se atiram dos prédios em Nova York.

O principal comprador de café brasileiro suspende as encomendas. Os armazéns estão abarrotados do produto por causa de uma superprodução que aumentou assustadoramente na década de 1930. O chefe do governo provisório, Getúlio Vargas, autoriza a compra do café e milhões de sacas precisam de mercado. Com a queda das compras pela Europa e Estados Unidos, não resta alternativa para o governo senão jogar milhões de sacas no mar.

Várias fazendas, especialmente no eixo São Paulo e Minas, ou queimam a colheita ou deixam o café no pé para apodrecer. Acaba o conhecido domínio da política do “café com leite” no Brasil. Nos Estados Unidos, os democratas derrotam o republicano Hebert Hoover e voltam ao poder com Franklin Roosevelt.

(*) - É professor e jornalista, âncora do Jornal Novabrasil, 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).

News @TI

60 mil bolsas de estudo gratuitas para quem quer se desenvolver em programação

O Santander anuncia o programa Santander Imersão Digital, que oferece 60 mil bolsas de estudos gratuitas para quem está dando os primeiros passos na área da tecnologia ou para profissionais em transição de carreira e atuantes no setor. O projeto é desenvolvido em parceria com a Alura + FIAP Para Empresas, solução de educação corporativa em tecnologia, e possui trilhas de aprendizados que incluem conteúdos em UX, Mobile e DevOps, com atividades práticas, acesso à plataforma da Alura e acompanhamento diário de professores e especialistas referências no setor. Não é necessário ter conhecimento prévio ou ser cliente do Banco para participar. As inscrições vão até 14 de setembro e podem ser feitas pelo link (https://app.santanderopenacademy.com/pt-BR/program/santander-imersao-digital?utm_source=Imprensa&utm_medium=Press-Release&utm_campaign=SOABR-Imersao-Alura).

Formação da primeira turma exclusiva de pessoas com deficiência para o marketing do futuro

Considerado o primeiro programa de formação em marketing e tecnologia voltado para a indústria da comunicação, o Martech Academy acaba de formar sua primeira turma composta exclusivamente por pessoas com deficiência. Idealizado pela SoulCode Academy e Meio & Mensagem, o projeto contou com o apoio da BETC HAVAS e do Grupo Reckitt para ampliar a representatividade no mercado, formando talentos diversos e não óbvios para as profissões do futuro. A edição dedicada a pessoas com deficiência recebeu mais de 800 inscrições de todo o Brasil. Ao longo da formação, os selecionados participaram de uma trilha intensiva com 240 horas de conteúdo, combinando teoria e prática em temas como dados, mídia, performance e inteligência artificial aplicados ao marketing. Desde 2021, o programa promove impacto social, empregabilidade e diversidade por meio de bootcamps intensivos nas trilhas de Analista de Dados e Analista de Mídia e Performance com Inteligência Artificial. Já foram mais de mil alunos formados, sendo 58% mulheres, 52% pessoas pretas e pardas e mais de 35% LGBTQIAPN+ (https://soulcode.com/).

OpenAI pretende lançar seus próprios chips

De acordo com o jornal londrino Finanacial Times, a OpenAI estaria se preparando para entrar no mercado de semicondutores, com planos de projetar e fabricar seus próprios chips de inteligência artificial.

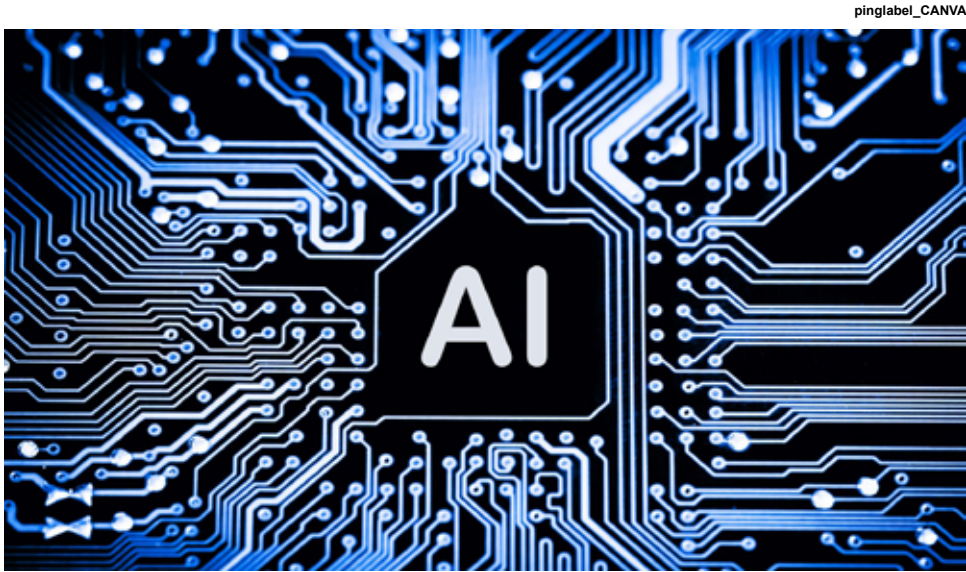
Vivaldo José Breternitz (*)

Segundo o jornal, a empresa norte-americana decidiu trabalhar em conjunto com a americana Broadcom — uma das maiores fabricantes globais de semicondutores — para concluir o desenvolvimento de chips que devem estar prontos em 2026.

Caso se confirme, a iniciativa colocaria a OpenAI no mesmo caminho de gigantes como Google, Amazon e Meta, que já desenvolveram processadores especializados para lidar com cargas de trabalho de IA.

Segundo a publicação, a companhia também estaria considerando adotar um novo nome para distinguir os chips voltados especificamente à inteligência artificial. O termo escolhido seria “xpu”, em contraste com o “gpu”, usado por empresas como Nvidia e AMD.

O Financial Times recorda ainda que, em uma recente conferência com investidores, o CEO da Broadcom, Hock Tan, confirmou que



pinglabel_CANVA

a empresa trabalha no desenvolvimento de aceleradores de IA em parceria com “potenciais clientes”, sem revelar nomes. Ele acrescentou que um desses clientes já fez encomendas, e que as projeções de receita para o ano fiscal de 2026 tiveram forte alta em função do projeto.

Confirmada essa notícia, certamente teremos alterações no cenário dos semicondutores, lembrando que, para os consumidores, quanto mais concorrência, melhor.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas– vjnitz@gmail.com.

Como dominar o algoritmo de IA que gera resultados reais no marketing digital

Com a ascensão de assistentes inteligentes como o ChatGPT e o recém-lançado Google SGE, o marketing digital entra em uma nova fase: a da visibilidade algorítmica. A lógica tradicional de busca baseada em cliques começa a dar lugar a sistemas que entregam respostas prontas e personalizadas, reduzindo drasticamente o tráfego para sites e blogs. Isso inaugura uma mudança significativa no comportamento dos usuários e, consequentemente, exige das marcas uma reestruturação de suas estratégias de conteúdo. É neste novo contexto que surge o conceito de Generative Engine Optimization (GEO), uma abordagem que vai além do SEO tradicional e busca otimizar conteúdos para serem lidos, interpretados e utilizados por inteligências artificiais generativas.



Legasofim_CANVA

Casos recentes já indicam o impacto dessa transformação. Uma marca global do setor de skincare, mesmo investindo pesado em técnicas consagradas como backlinks, produção de conteúdo em massa e influenciadores digitais, não conseguiu tração real. O motivo? Seu conteúdo não era suficientemente estruturado para ser citado ou referenciado por IAs que priorizam fontes bem organizadas, com autoridade, dados confiáveis e clareza na entrega da informação. A constatação foi analisada em reportagens do Financial Times e do The Economic Times, que apontaram a falta de adaptabilidade das estratégias tradicionais ao novo cenário.

Para Leandro Ferrari, estrategista digital e fundador da XFlow, o recado é claro: “Precisamos pensar menos em palavras-chave isoladas e mais em entregar conteúdo profundo, com autoridade e estruturado para responder de forma completa às perguntas do usuário”. Ele alerta que as inteligências artificiais estão aprendendo a ranquear conteúdo não apenas com base em popularidade, mas também na organização lógica, confiabilidade das fontes, e clareza na estrutura narrativa. Em outras palavras, o conteúdo do futuro não será apenas escrito para humanos, será projetado também para ser compreendido por máquinas.

Isso exige uma transformação na forma de criação. Segundo Ferrari, o conteúdo precisa seguir princípios da “engenharia da informação”: uso de títulos e subtítulos hierárquicos, listas bem organizadas, fontes citadas, dados atualizados e uma linha de raciocínio que facilite a leitura e o entendimento tanto para

pessoas quanto para algoritmos. “Quem dominar o algoritmo humano continua relevante, mas quem dominar o algoritmo IA vai sair na frente. GEO não é tendência, é adaptação obrigatória”, afirma.

Outro ponto importante trazido pelo especialista é a escalabilidade dessa nova abordagem. Um conteúdo bem estruturado, com arquitetura sólida, pode alimentar as IAs por meses, ou até anos, mesmo que não receba atualizações constantes. “Essa é a vantagem da arquitetura digital: o esforço concentrado gera efeito contínuo. Não é preciso impulsionar todos os dias quando o seu conteúdo já é útil para a máquina que responde perguntas no lugar do Google”, explica.

Ele destaca ainda que os produtores de conteúdo precisam parar de pensar apenas no volume e passar a pensar em profundidade e usabilidade. “A GEO não é sobre mais posts, e sim sobre conteúdo que responde melhor. É quase como pensar em artigos científicos para o marketing digital: relevância, clareza e autoridade”.

Para quem já está no mercado, o alerta é direto: não basta mais estar presente, é preciso ser a resposta. Isso significa repensar não apenas o que é publicado, mas como esse conteúdo é construído. O futuro do tráfego digital caminha para uma realidade onde máquinas escolherão as melhores fontes para responder às pessoas. E apenas quem estiver preparado para essa curadoria invisível vai sobreviver.

Jornada online para impulsionar o protagonismo feminino na carreira

A Fin4She, plataforma que conecta mulheres e empresas na busca por equidade de gênero no mercado financeiro, anuncia o lançamento do Mapa de Empoderamento Profissional (MEP), programa online criado especialmente para mulheres que desejam assumir os caminhos da própria trajetória profissional com propósito, força e autenticidade. O MEP é uma jornada em cinco etapas: Reflexão, Intenção, Movimento e Ação, Coragem e Risco, Rede e Conexão, que

ajudam a movimentar a carreira de mulheres que atuam no mercado financeiro. Combinando conteúdo prático, reflexões e uma rede de apoio, o programa oferece um espaço seguro e inspirador para que cada participante fortaleça seu protagonismo profissional sem ignorar a própria essência. Além das aulas com Carolina Cavenaghi, CEO da Fin4She e reconhecida pela Bloomberg Línea como uma das 50 mulheres de impacto na América Lati-

na, o programa conta com a participação de nomes de destaque no mercado financeiro e na liderança feminina, como Mariella Gontijo (Vos Investimentos), Natalia Dias (BNDES), Fernanda Camargo (Wright Capital), Sabrina Mello (Artinsight) e Tati Grecco (Itaú Unibanco). Cada convidada compartilhará experiências e estratégias para navegar por desafios, assumir riscos e ampliar conexões profissionais (www.fin4she.com.br/mep).

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

Vendas no comércio recuam 0,3% em julho e caem pelo quarto mês seguido

As vendas no comércio varejista recuaram 0,3% na passagem de junho para julho. Este resultado representa o quarto mês seguido de queda

Neste conjunto de meses, o setor acumula perda de 1,1%. Na comparação com julho de 2024, as vendas cresceram 1%. No acumulado de 12 meses, o comércio varejista soma alta de 2,5%. Os dados fazem parte da Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), divulgada ontem (11) pelo IBGE.

Com os resultados conhecidos em julho, o setor se situa 9% acima do nível pré-pandemia da Covid-19 (fevereiro de 2020) e 1,1% abaixo do ponto mais alto da série histórica (iniciada no ano 2000), alcançado em março de 2025. Das oito atividades apuradas pelo IBGE, quatro apresentaram



Das oito atividades apuradas pelo IBGE, quatro apresentaram desempenho negativo.

desempenho negativo na passagem de junho para julho, e quatro ficaram no terreno positivo:

- Equipamentos e material para escritório infor-

mática e comunicação: • 3,1% • Tecidos, vestuário e calçados: -2,9% • Outros artigos de uso pessoal e doméstico: -0,6% • Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e

fumo: -0,3% • Móveis e eletrodomésticos: 1,5% • Livros, jornais, revistas e papelaria: 1% • Combustíveis e lubrificantes: 0,7% • Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria: 0,6%.

No comércio varejista ampliado, que inclui atividades de atacado – veículos, motos, partes e peças; material de construção; e produtos alimentícios, bebidas e fumo – as vendas cresceram 1,3% em julho na comparação com junho. Já na comparação com julho de 2024, houve queda de 2,5%. No acumulado de 12 meses, o varejo ampliado apresenta alta de 1,1% (ABr).

Sorriso, no MT, tem maior PIB agrícola do país

A paisagem do município de Sorriso, no norte do Mato Grosso, é marcada por imensas áreas de plantação, campos de pastagem e poucas edificações – características que fazem a cidade de quase 125 mil habitantes ser considerada a capital nacional do agronegócio. Em 2024, o município liderou o ranking de valor de produção agrícola no país, alcançando R\$ 7,2 bilhões, empurrado principalmente pelo cultivo da soja.

A oleaginosa rendeu uma colheita de 2,08 milhões de toneladas e representa quase metade do valor total de produção agrícola de Sorriso: R\$ 3,3 bilhões. Sorriso é líder também em valor de produção de milho (R\$ 2,4 bilhões), além de ocupar a quarta posição para o feijão (R\$ 195,7

milhões) e a sexta para o algodão (R\$ 1,3 bilhão). Os dados fazem parte da Produção Agrícola Municipal, divulgada ontem (11) pelo IBGE.

Apesar da força da soja em Sorriso, a cidade não é a maior produtora do grão no país. O título pertence a São Desidério, no oeste da Bahia, que produziu 2,09 milhões de toneladas do grão, com valor alcançando R\$ 3,7 bilhões. O Brasil é o maior produtor de soja do mundo, com 144,5 milhões de toneladas em 2024. Dos dez municípios que lideram o ranking de valor de produção agrícola, oito têm a soja como principal produto cultivado. As exceções são os mato-grossenses Sapezal e Campo Novo do Parecis, impulsionadas pelo algodão (ABr).

Valor da produção agrícola brasileira recua 3,9%

Em um ano marcado por condições climáticas desfavoráveis e queda nos preços internacionais, o valor da produção agrícola no país ficou em R\$ 783,2 bilhões. Esse resultado representa recuo de 3,9% em 2024, na comparação com o ano anterior, e foi divulgado ontem (11), pelo IBGE, na pesquisa Produção Agrícola Municipal. O ano de 2024 foi o segundo seguido de queda no valor da produção do campo. Em 2023, a retração foi de 2,3% ante 2022.

O valor de produção menor é explicado tanto pelas condições climáticas desfavoráveis à agricultura quanto pelos menores preços no mercado internacional, uma vez que grande parte da colheita brasileira é destinada à exportação. Os produtos que mais contribuíram para a queda no valor de produção agrícola nacional foram a soja e o milho, que apresentaram queda de 5% e 12,9% na produção, respectivamente,

além de terem sofrido com a retração dos preços no mercado internacional.

Apesar do recuo na soja, o país segue como maior produtor e maior exportador global da oleaginosa. A produção em 2024 ficou em 144,5 milhões de toneladas, com valor de R\$ 260 bilhões. A pesquisa Produção Agrícola Municipal traz informações como área plantada, colhida, produção e valor de venda de 64 produtos agrícolas, com detalhamento por municípios, estados e regiões.

A produção total de cereais, leguminosas e oleaginosas em 2024 foi de 292,5 milhões de toneladas, volume 7,5% menor que em 2023. Já a área plantada no país somou 97,3 milhões de hectares, com expansão de 1,2% ante o ano anterior. Para se ter noção, essa área de plantio supera a dimensão do estado de Mato Grosso, que tem 90,3 milhões de hectares (ABr).

Colaboradores no centro: como a gestão por objetivos e resultados muda o cenário

Pedro Signorelli (*)

No mercado brasileiro, ainda é comum vermos lideranças apegadas ao velho modelo de “cobrar resultado” como sinônimo de gestão eficiente.

Essa abordagem, baseada em comando e controle, até pode gerar entregas de curto prazo, mas não sustenta inovação nem engajamento. Times pressionados sem clareza ou propósito dificilmente criam diferenciais competitivos que resistam ao tempo, pois a falta de alinhamento corrói a motivação e reduz a capacidade de criar soluções relevantes.

É nesse ponto que os OKRs (Objectives and Key Results) se tornam um divisor de águas. Mais do que uma metodologia para alinhar metas, os OKRs reposicionam o colaborador no centro da estratégia. O segredo não está em listar tarefas ou acumular indicadores burocráticos, mas em conectar cada pessoa a Objectives inspiradores e a Key Results mensuráveis, que demonstram impacto real no desempenho organizacional. Essa conexão entre propósito e resultados tangíveis cria um ambiente em que todos compreendem para onde a empresa quer ir e o que cada contribuição representa nessa jornada.

Empresas globais que já consolidaram esse modelo mostram o caminho. Organizações inovadoras, muitas delas referências em seus setores, utilizam OKRs não apenas para definir prioridades, mas para criar alinhamento cultural. Quando os profissionais têm visibilidade sobre a direção estratégica e compreendem sua contribuição individual, a energia do time muda. A experiência interna se fortalece, a motivação cresce e, naturalmente, a experiência do cliente melhora. Em outras palavras, cuidar do colaborador não é um desvio de foco, é uma forma mais

inteligente de cuidar também do cliente.

Vale destacar que essa transformação não acontece apenas com benefícios superficiais ou ambientes de trabalho “instagramáveis”. O verdadeiro diferencial está em oferecer autonomia com responsabilidade, clareza sobre prioridades e oportunidades constantes de aprendizado. Isso significa construir um terreno fértil para que as equipes se desenvolvam, experimentem, aprendam com erros e avancem de forma consistente. Ambientes assim estimulam protagonismo e fazem com que as pessoas se sintam parte da estratégia, e não meras executoras de ordens.

A lógica é simples: colaboradores que entendem a estratégia e veem sentido nos objetivos organizacionais são capazes de inovar, resolver problemas com criatividade e entregar valor de forma diferenciada. E isso não é retórica, mas prática já observada em empresas que transformaram sua cultura por meio dos OKRs. Clientes percebem o reflexo dessa mudança no atendimento mais humano, em produtos mais bem pensados e em serviços que mantêm qualidade no longo prazo.

Quando bem aplicados, os OKRs transformam a gestão de um exercício de monitoramento em um motor de evolução contínua. Eles criam um fio condutor entre a visão da liderança e o trabalho diário, permitindo que cada conquista, pequena ou grande, seja percebida como parte de uma história maior. Essa clareza sustenta engajamento, acelera inovação e garante competitividade de maneira que nenhum modelo tradicional de “cobrança de metas” consegue alcançar.

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



NEGÓCIOS

em

lobato@netjen.com.br

PAUTA

A – Soluções Inovadoras

Estão abertas as inscrições para o Inova Sem Parar, programa de mentoria e aceleração voltado a startups que desenvolvem soluções inovadoras para o ecossistema de mobilidade. A iniciativa tem como foco startups com propostas voltadas em duas frentes. A primeira envolve inteligência e personalização nos canais de atendimento, com foco em aprimorar a experiência do cliente. A segunda é a inteligência comercial e personalização de ofertas, voltada a aumentar a assertividade na oferta de serviços de mobilidade. As inscrições podem ser realizadas pelo site: (<https://app.distrito.me/lp/desafios>).

B – Indústria Náutica

O diretor da Marina Itajaí, Carlos Gayoso de Oliveira, com formação em engenharia civil e um dos principais especialistas em estruturas náuticas do país, será o mediador do painel “Marinas e Cruzeiros” durante a 3ª edição do Portos & Costas Brasil, um dos principais congressos técnicos sobre infraestrutura costeira e portuária do país. O encontro será realizado nos dias 22 e 23 de setembro, no Riviera Convention Center, na Praia Brava, em Itajaí/SC, e vai reunir especialistas de renome nacional para discutir o impacto econômico e social da indústria náutica e de cruzeiros no Brasil. As inscrições são limitadas a 280 participantes e podem ser realizadas no site oficial do evento: (<https://portosecostas.com.br/>).

C – Liderança Feminina

O Conexão Ebem, encontro para fortalecer, engajar e desenvolver mulheres nas principais cadeiras de liderança do país, realizado pela EBEM – Escola Brasileira de Empreendedorismo Feminino –, anuncia a 5ª edição nos dias 23 e 24 de setembro, no Tokio Marine Hall, em São Paulo. Este ano, a expectativa é reunir cerca de 3 mil participantes em uma programação imersiva, que trará debates sobre inteligência artificial, estratégias inovadoras, diferentes perspectivas geracionais e o impacto da economia do cuidado no empreendedorismo feminino no Brasil. Ingressos e mais informações: (<https://www.conexaoebem.com/>).

D – Rumos da Mobilidade

Nos dias 7 e 8 de outubro, no PROMAGNO – Centro de Eventos, acontece o Congresso SAE BRASIL 2025, reunindo especialistas de diferentes áreas do setor para discutir os rumos da mobilidade no país. Painéis temáticos irão abordar modais essenciais, que vão do aéreo ao ferroviário, passando por aquaviário, intermodalidade, caminhões e ônibus, sempre destacando soluções de engenharia, inovação tecnológica, regulação e sustentabilidade. As inscrições já estão abertas e podem ser realizadas pelo site oficial (<https://saebrasil.org.br/congresso/inscricoes/>)

E – Inovadoras no Uso de TI

O IT Forum, principal ecossistema de tecnologia do país, anuncia a abertura das inscrições do prêmio "As 100+ Inovadoras no Uso de TI 2025". A premiação anual reconhece as companhias brasileiras que utilizam a tecnologia de forma estratégica para impulsionar a inovação. O prêmio é destinado a CIOs, executivos de tecnologia e outros líderes C-Level, como CEOs, CMOs, CHROs e CROs, que estejam envolvidos em iniciativas baseadas em TI e que sejam inovadoras. Ao final da seleção, um ranking com as 100 empresas mais bem avaliadas será divulgado, com os vencedores sendo homenageados em uma cerimônia especial. Mais informações e inscrições: (<https://www.sphinxnaweb.com/surveyserver/s/itmidia/100Inovadoras2025/Portal.htm>).

F – Monografias Jurídicas

Estão abertas as inscrições para o Concurso de Monografias Jurídicas Esther de Figueiredo Ferraz – Edição 2025, promovido e realizado pelo Instituto dos Advogados de São Paulo (IASP). Neste ano, o tema escolhido pelo IASP é “Inteligência artificial e ensino jurídico: desafios contemporâneos”, que propõe aos participantes uma reflexão crítica, atual e multidisciplinar sobre o impacto das novas tecnologias na formação jurídica. O concurso é aberto a duas categorias: Profissionais do Direito (bacharéis, advogados, magistrados, membros do MP e demais carreiras jurídicas) e Estudantes de Graduação em Direito, incluindo estagiários. Mais informações: (www.iasp.org.br).

G – Economia Prateada

O envelhecimento populacional está transformando a economia global. Segundo a Oxford Economics, a chamada Silver Economy (ou economia

prateada) já movimenta mais de US\$15 trilhões no mundo. É neste cenário de inovação e oportunidades de negócios que a Silver Hub, primeira aceleradora de startups focada no mercado da longevidade no país, anuncia a terceira edição do Inova Silver, que acontece no dia 09 de outubro, em São Paulo, e discutirá as principais tendências impulsionadas pelo mercado de longevidade. A iniciativa reunirá líderes, executivos de grandes empresas, empreendedores, investidores e formadores de opinião, que terão acesso a uma programação exclusiva. Mais informações: (<https://materiais.silverhub.net/inova-silver-2025>).

H – Revolution Day

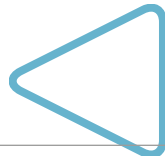
O avanço da infraestrutura digital e a chegada de novas tecnologias estão mudando a forma como consumidores compram e como empresas operam. Mas ainda são poucas as companhias 100% preparadas para esse novo cenário. Cada meio de pagamento não integrado se transforma em uma barreira extra para o cliente, abrindo espaço para a concorrência. O StartSe Payment Revolution Day 2025 acontece no dia 24 de setembro, das 8h às 18h, no Distrito Anhembi, em São Paulo, e vai reunir executivos e especialistas para discutir como a inovação, a digitalização e a integração de diferentes métodos estão moldando o futuro do consumo e dos negócios. Ingressos e informações: (lp.startse.com/paymentrevolution).

I – Cursos de Engenharia

As inscrições para o Vestibular do 1º semestre de 2026 do Instituto Nacional de Telecomunicações – Inatel já estão abertas. São sete cursos de Engenharia disponíveis, e os interessados podem escolher entre duas modalidades de ingresso: prova presencial, que será realizada em 29 de novembro, no campus do Inatel em Santa Rita do Sapucaí (MG), ou pelo Enem. Fundado há 60 anos, o Inatel é referência em Engenharia e Tecnologia no Brasil, sendo pioneiro em pesquisas sobre 6G e reconhecido pelas contribuições em Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação. Inscrições devem ser realizadas no site (www.inatel.br/vestibular).

J – Cadeia da Pedra

Entre 23 e 26 de setembro, o Brasil irá viver um momento histórico: será o único país com um pavilhão exclusivo na Marmomac 2025, a mais importante feira mundial dedicada à cadeia produtiva da pedra, realizada anualmente em Verona, na Itália. No evento, o 'Espaço It's Natural – Brazilian Natural Stone' reunirá 31 empresas brasileiras. O espaço leva o nome do projeto setorial, executado pela Associação Brasileira de Rochas Naturais (Centrorochas) em parceria com a ApexBrasil. A ocupação integral do Hall 1 da Marmomac 2025 por empresas brasileiras representa um marco inédito na trajetória internacional do setor de rochas. Saiba mais: (<https://www.marmomac.com/>).



Carol Olival (*)

Economia da Criatividade

#FullSailBrazilCommunity



A Ética no Marketing Educacional: Como Atrair sem Prometer o Que Não se Pode Entregar

No mercado educacional, confiança é tudo. Diferente de um produto que se compra, testa e troca, a educação é uma escolha com impacto profundo na vida das pessoas. Por isso, sempre me pergunto: estamos comunicando o que realmente podemos entregar? Ou estamos, sem perceber, cedendo à tentação de prometer demais para conquistar um aluno a curto prazo?

Ao longo da minha carreira em marketing educacional, já vi campanhas brilhantes em estética — mas frágeis na coerência. Frases como “a melhor escola da cidade” ou “seu filho bilíngue em seis meses” podem atrair olhares, mas também geram frustração quando não refletem a realidade. E, como bem explica Schein (2010), a cultura de uma organização — incluindo sua comunicação — precisa estar alinhada com suas práticas internas, caso contrário, perde-se credibilidade.

É claro que o marketing tem um papel de persuasão, mas ele também deve ser uma ferramenta de responsabilidade social. Segundo Kotler e Armstrong (2017), o marketing responsável cria valor verdadeiro para o cliente, sem manipulação ou promessas vazias. No caso da educação, isso significa campanhas que mostrem a proposta pedagógica real, os diferenciais autênticos, os resultados que de fato são alcançados.

Recentemente, uma escola me procurou após enfrentar críticas de pais nas redes sociais. A origem do problema? Uma campanha de matrícula que prometia “formar líderes bilíngues preparados para o futuro”. Mas, na prática, o programa de inglês era limitado, e os projetos de liderança ainda estavam em fase piloto. A desconexão entre promessa e entrega gerou ruído e perdas reputacionais.

O aprendizado aqui é claro: menos exagero, mais verdade. É possível sim criar campanhas encantadoras e emocionantes sem precisar recorrer à hipérbole. Mostrar o que se faz

bem — com consistência — gera admiração e confiança no longo prazo.

Meu conselho para quem trabalha com marketing educacional é simples: alinhe seu discurso à prática. Escute alunos e famílias. Teste sua proposta de valor internamente antes de levá-la ao mercado. E siga aprendendo sempre. Minha própria trajetória com a Full Sail University me ensinou o valor de construir marcas autênticas, com base em histórias reais e propósito claro. Porque no fim das contas, ética também é uma poderosa estratégia de marketing.

(*) - 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

Equity Group – 80 empresas em 2 anos com modelo exclusivo de Growth

Capital não basta mais: Investidores exigem estratégia para escalar as empresas. O mercado brasileiro de inovação e empreendedorismo movimentou cifras bilionárias e reúne mais de 80 mil empresas ativas de base tecnológica em diferentes estágios. Só ano passado, o volume de investimentos no setor superou dezenas de bilhões de reais, consolidando a chamada nova economia como um dos motores de crescimento do país. Mas os empresários perceberam que capital sozinho não garante escala. O movimento silencioso que ganha força no Brasil mostra que o diferencial não está mais apenas no equity, e sim em modelos que unem dinheiro, estratégia, governança e conexões. Segundo dados sobre Startups

divulgados recentemente, o Brasil conta hoje com mais de 14 mil empresas inovadoras, mas 70% delas afirmam que a maior dor não está no acesso ao dinheiro, e sim na falta de orientação para crescer de forma estruturada. Esse movimento acompanha uma tendência global: indicam que empresas que contam com apoio estratégico além do capital chegam a crescer até três vezes mais rápido do que aquelas que recebem apenas aporte financeiro.

É nesse contexto que a Equity Group se tornou referência. Criada em setembro de 2023, a holding nasceu da união de João Kepler, Nílito Portella, Túlio Menê e Gabriel Lopes. Em menos de dois anos, já consolidou mais de 80 empresas

em seu portfólio, com atuação em verticais como tecnologia, eventos e educação, finanças, serviços e franquias. Cada vertical é liderada por especialistas de mercado, que oferecem não apenas recursos, mas principalmente direcionamento estratégico para transformar empresas. Esse modelo ganhou corpo no evento que reuniu mais de 100 empresários e empreendedores em uma agenda dedicada a alinhamento estratégico e crescimento acelerado. Juntos, os empresários somam crescimento de 30% nos últimos três meses. O encontro também consolidou o modelo Equity de investir. O formato reforça uma nova lógica no mercado: o crescimento previsível e sustentável só acontece quando capital e

estratégia caminham juntos. "O que construímos é mais do que investimento: é uma rede de especialistas que acelera resultados reais", reforça João Kepler, CEO da Equity Group.

Para Nílito Portella, sócio da Equity Group, o diferencial está justamente nessa combinação: “As empresas já entenderam que dinheiro sem direção não resolve. O que faz diferença é ter ao lado quem consegue transformar investimento em crescimento real. Por isso o nosso modelo atraiu tanta gente em tão pouco tempo: não somos apenas capital, somos estratégia para levar as empresas a outro patamar”, afirma. A mudança de mentalidade vai além do ecossistema de startups

e alcança setores tradicionais como saúde, educação e franquias. Empresários que antes buscavam apenas capital agora se apoiam em formatos que oferecem acompanhamento próximo, governança e inteligência de mercado. Essa virada mostra como a nova economia brasileira está sendo redesenhada: o equity deixa de ser um fim em si mesmo, e o growth se consolida como novo modelo de investimento. "O segredo está em combinar capital com inteligência prática para transformar empresas em negócios escaláveis", afirma Túlio Menê, sócio da Equity Group. Gabriel Lopes, também sócio da empresa, finaliza: “Nosso modelo mostra que crescimento sustentável vem da soma de estratégia, governança e execução”.

Farmácias demais, resultados de menos? Como a tecnologia pode virar o jogo do setor na indústria e no varejo

Dionaldo Passos (*)

Mais de 100 mil farmácias em operação no Brasil estão pressionando margens, aumentando estoques parados e comprometendo a eficiência de toda a cadeia. A boa notícia? A resposta está na tecnologia: previsão de demanda granular, reabastecimento inteligente e colaboração entre elos da cadeia já estão mostrando caminhos para resultados mais sustentáveis.

Nos últimos anos, o varejo farmacêutico cresceu de modo acelerado no Brasil. Segundo a Anvisa, o país contava com 92.282 farmácias e drogarias ativas no final de 2023 — número muito acima da recomendação da Organização Mundial da Saúde (OMS), que sugere uma farmácia para cada 10 mil habitantes, o que indicaria cerca de 21 mil estabelecimentos no país. Esse crescimento, embora impulsionado por oportunidades comerciais e mudanças nos hábitos de consumo, vem trazendo efeitos importantes para indústria, varejo e distribuidor. O excesso de pontos de venda diluiu artificialmente a demanda, expandindo a variabilidade do giro por loja e dificultando a previsão de vendas. O resultado? Ineficiências nos pedidos e risco de erros no planejamento. Sem soluções baseadas em dados e inteligência artificial, o cenário tende a piorar.

Essa pulverização também impacta diretamente a logística e os custos operacionais. Mais lojas, volumes menores por entrega e pressões sobre os prazos comprometem o nível de serviço. Modelos de abastecimento baseados apenas em frequência e volume já não são suficientes: é preciso atuar com dados em tempo real e logística orientada por inteligência.

Essa pulverização também impacta diretamente a logística e os custos operacionais, pois são mais lojas com volumes menores por entrega e pressão sobre prazos comprometem o nível de serviço. Modelos de abastecimento baseados apenas em frequência e volume já não são suficientes: é preciso atuar com dados em tempo real e logística orientada por inteligência.

Em 2024, o setor cresceu 11% em relação ao ano anterior, atingindo R\$ 158,4 bilhões em vendas, e o volume de unidades comercializadas subiu 6,1%, chegando a 8,1 bilhões, de acordo com a Associação Brasileira de Distribuição e Logística de Produtos Farmacêuticos (Abradilan). Esse progresso foi impulsionado principalmente pela abertura de novos estabelecimentos, especialmente redes associativistas e grandes varejistas. O alerta está no fechamento das farmácias independentes, que mostra que crescer sem estratégia pode custar caro.

Esse desequilíbrio pressiona os custos: estoques maiores, menor giro e maior necessidade de capital de giro. Há elevação ainda nos custos de produção, armazenagem e distribuição para atender a uma base mais fragmentada e imprevisível. Sem planejamento colaborativo e visibilidade integral, margens são comprometidas e os acordos comerciais precisam ser revistos. Dentro desse cenário, rupturas e excessos de estoque ocorrem simultaneamente, uma vez que produtos com alta demanda faltam em certas regiões, enquanto os de baixa saída encalham. Em um mercado que depende do equilíbrio entre mix, margem e rotatividade, erros no sortimento ou reposição comprometem resultados.

A solução está em tecnologias de previsão granular, sistemas inteligentes de reabastecimento e maior integração entre produtores, distribuidores e varejo. Trocar a reação pela predição é um passo necessário. O setor precisa evoluir para uma atuação estratégica com modelos avançados de previsão, simulações de cenário e gestão de sortimento baseada em dados. Só assim o setor produtivo e o comércio farmacêutico poderão sustentar o crescimento com mais eficiência, rentabilidade e foco no consumidor final.

(*) Diretor de Supply Chain da Neogrid.

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: **LUIS HENRIQUE DINIZ DOS SANTOS**, estado civil solteiro, filho de Juareis Ferreira dos Santos e de Fabiana Diniz, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **ARIANE DE JESUS**, estado civil solteira, filha de Aparecida de Jesus Benedito, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **ELIAZAR ALVES VARELA**, estado civil divorciado, filho de Ismael Varela e de Maria José Alves, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **CONCEIÇÃO DE MARIA DA SILVA FREITAS**, estado civil divorciada, filha de Bibiano Rabelo de Freitas e de Raimunda Nonata da Silva Freitas, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **BRUNO BARROSO ALI**, estado civil solteiro, filho de Nasser Ali e de Mariana Francilmar Barroso Ali, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **ISABELLA ASCOLI D'ANDRETTA**, estado civil solteira, filha de Osvaldo João D'Andretta e de Teresinha Ascoli, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **WAGNER OURIQUE DE CARVALHO**, estado civil viúvo, filho de Vicente Ourique de Carvalho e de Yolanda Ourique de Carvalho, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **ANA CLAUDIA BERNARDES RODRIGUES**, estado civil divorciada, filha de Wayne Bernardes Rodrigues e de Shirley Cassimiro, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

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

Jornal Empresas & Negócios

Metade dos brasileiros pensa em mudar de carreira

Estudos apontam tendências e mostram que tecnologia lidera como área mais promissora para quem busca novos rumos

Um levantamento da DataCamp, revelou que 51% dos brasileiros estão considerando uma transição de carreira, em busca de novas oportunidades profissionais. A pesquisa, feita com 500 participantes em fevereiro de 2025, mostra ainda que 76% enxergam o setor de tecnologia como o caminho mais promissor. Já o estudo conduzido pela Maturi, em parceria com a NOZ Inteligência, em 2024, indica que 70% das mulheres maduras e 65% dos homens acima dos 45 anos estão em processo de mudança profissional, dados que reforçam a amplitude desse movimento em diferentes gerações.



estabilidade, mas também inovação e crescimento. “A tecnologia se tornou transversal. Mesmo quem não atua diretamente com programação pode migrar para funções relacionadas a dados, marketing digital, gestão de projetos ágeis ou experiência do usuário. O campo é vasto e acessível para quem tem disposição de aprender”, observa Weiler.

Segundo o consultor de carreira da ESIC Internacional, Alexandre Weiler, a transição de carreira é cada vez menos vista como um movimento de risco e mais como um caminho de amadurecimento profissional. “A ideia de permanecer em uma única função por décadas já não faz sentido para a maioria dos brasileiros. Hoje, as pessoas buscam realização, flexibilidade e novas perspectivas, mesmo que isso signifique recomeçar em outra área. Além disso, a ascensão da tecnologia como área de interesse não se limita aos jovens, mas atravessa gerações, atraindo desde recém-formados até profissionais com vários anos de experiência”, afirma.

Esse fenômeno, de acordo com o consultor, reflete mudanças profundas no mercado global, como a digitalização acelerada, a automação e a expansão do trabalho remoto, que abriram portas para que profissionais de diferentes setores enxergassem na tecnologia não apenas

Idade x mudança de carreira
Ao comentar os dados da Matturi, que destacam o alto índice de transição entre profissionais maduros, Weiler resalta que esse grupo já não enxerga o fator idade como barreira. Pelo contrário, a experiência acumulada se torna um ativo valioso em novas funções. “O mercado brasileiro ainda precisa avançar em políticas de diversidade etária, mas os profissionais 50+ já perceberam que mudar de área pode ser uma forma de manter a relevância e até de conquistar posições mais alhinhadas ao propósito pessoal. É uma tendência que veio para ficar”, analisa.

Outro ponto relevante é a busca crescente por qualidade de vida e flexibilidade, já que muitas transições não são

motivadas apenas por salários maiores, mas pela possibilidade de conciliar trabalho e vida pessoal. “As gerações mais novas não aceitam abrir mão do equilíbrio, e isso influencia também os profissionais mais experientes, que começam a priorizar jornadas mais sustentáveis. Nesse contexto, mudar de carreira deixa de ser um tabu e passa a ser uma estratégia de bem-estar”, pontua Weiler.

Para quem deseja dar esse passo, Weiler sugere algumas práticas importantes:

1) **Autoconhecimento:** mais do que um exercício de reflexão, é um processo estruturado de identificar habilidades que podem ser transferidas para outros setores, compreender quais valores pessoais são inegociáveis e definir objetivos de longo prazo. Isso inclui analisar experiências anteriores, mapear pontos fortes e fracos e entender o que realmente gera motivação e satisfação no trabalho.

2) Capacitação contínua: investir em cursos, treinamentos e certificações que estejam alinhados às

tendências de mercado, principalmente em competências digitais, análise de dados, comunicação estratégica e soft skills. Segundo Weiler, o profissional que adota uma postura de “aprendiz constante” ganha vantagem competitiva e se adapta com mais rapidez às novas demandas.

3) Rede de contatos: ampliar conexões de forma genuína, participando de eventos, palestras e comunidades profissionais online ou presenciais. A construção de networking não deve ser apenas transacional, mas baseada em trocas de conhecimento e colaboração. Weiler lembra que muitas oportunidades surgem por meio de indicações e conexões bem cultivadas.

4) **Mentoria:** buscar orientação com profissionais experientes que possam compartilhar vivências, alertar sobre armadilhas comuns e sugerir caminhos mais assertivos. Mentores funcionam como atalhos, ajudando a acelerar aprendizados e a ganhar confiança em uma nova área. Essa relação também serve para expandir contatos e visibilidade no mercado.

5) **Planejamento:** estruturar a mudança de forma estratégica, estabelecendo metas claras, prazos realistas e uma análise financeira que permita atravessar o período de transição sem insegurança excessiva. Planejar também significa testar novas áreas por meio de projetos paralelos, free-las ou cursos práticos antes de dar o passo definitivo.

NOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL

NOTIFICANTE: COOPERATIVA DE CRÉDITO, POUPANÇA E INVESTIMENTO DO NOROESTE DO ESTADO DE SÃO PAULO – SICREDI NOROESTE SP, instituição financeira cooperativa, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 03.065.046/0001-87, com sede e foro na Avenida Alberto Andalo, nº 3.787, 2º Andar, Bairro Vila Santo Antônio, na cidade de São José do Rio Preto, Estado de São Paulo, CEP 15.015-000. **NOTIFICADA: QUALIPEL INDÚSTRIA QUÍMICA LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 06.043.557/0001-21, com sede e foro na Rua Aurélio Herrera, nº 95, Bairro Conjunto P. Mútrici, na cidade de São José Bonifácio, Estado de São Paulo, CEP 15.200-000. **REF: LEILÃO EXTRAJUDICIAL E DESOCUPAÇÃO DE IMÓVEL** Conforme Cédula de Crédito Bancário sob o nº **C30839092-9**, emitida em 22 de junho de 2023, a Cooperativa Credora concedeu crédito na quantia de **R\$1.336.057,07 (um milhão, trezentos e trinta e seis mil, cinquenta e sete reais e sete centavos)**, tendo a NOTIFICADA figurado como emitente da operação. Na oportunidade, a Cédula de Crédito em questão restou garantida pela alienação fiduciária do imóvel matriculado sob o nº **10.268**, do **2º Serviço de Registro de Imóveis da Comarca de Rio Branco, Estado do Acre**. Ocorre que a operação quedou-se inadimplente e, considerando o estado de inadimplência, a NOTIFICANTE fez jus à execução da garantia fiduciária. Consequentemente, a NOTIFICADA supramencionada, por devidamente notificada por Edital para purgar a mora em 15 (quinze) dias, contudo permaneceu inerte. Em razão do inadimplimento da NOTIFICADA e das demais partes contrantes, surge a presente NOTIFICAÇÃO de imóvel supramencionado para identificação e restituição registrada sob a **Carteira de Propriedade** do imóvel supramencionado em nome da NOTIFICANTE, após observado o procedimento estabelecido pela Lei nº 9.514/97. Serve assim o presente documento para notificar a da realização dos públicos leilões, conforme datas e local abaixo descritos: **1º Leilão: 23/09/2025, às 09:00h; 2º Leilão: 25/09/2025, às 09:30h. Local dos leilões:** Modalidade online, exclusivamente através do site: www.prestanleiloes.com.br. Ainda, caso a NOTIFICADA exerça a posse direta sobre o imóvel em questão, surge também a presente NOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL, para que providencie a desocupação do referido imóvel, **no prazo máximo de 30 (trinta) dias**, contados do recebimento desta. São Paulo/SP, 10 de setembro de 2025. **COOPERATIVA DE CRÉDITO, POUPANÇA E INVESTIMENTO DO NOROESTE DO ESTADO DE SÃO PAULO – SICREDI NOROESTE SP**

NOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL

NOTIFICANTE: COOPERATIVA DE CRÉDITO, POUPANÇA E INVESTIMENTO DO NOROESTE DO ESTADO DE SÃO PAULO – SICREDI NOROESTE SP, instituição financeira cooperativa, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 03.065.046/0001-87, com sede e foro na Avenida Alberto Andaló, nº 3.787, 2º Andar, Bairro Vila Santo Antônio, na cidade de São José do Rio Preto, Estado de São Paulo, CEP 15.015-000. **NOTIFICADA: RAABE ESCOLHA CERTA PARTICIPAÇÕES**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 34.907.721/0001-79, com sede e foro na Rua Carlos Klein, nº 289, Complemento Fundos Sala 01, Bairro Socorro, na cidade de São Paulo, CEP 04.766-020. **REF: LEILÃO EXTRAJUDICIAL E DESOCUPAÇÃO DE IMÓVEL** Conforme Cédula de Crédito Bancário sob o nº **C30830902-9**, emitida em 22 de junho de 2023, a Cooperativa Credora concedeu crédito na quantia de **R\$1.336.057,07 (um milhão, trezentos e trinta e seis mil, cinquenta e sete reais e sete centavos)**, tendo a NOTIFICADA figurado como avalista da operação. Na oportunidade, a Cédula de Crédito em questão restou garantida pela alienação fiduciária do imóvel matriculado sob o nº **10.268**, do **2º Serviço de Registro de Imóveis da Comarca de Rio Branco, Estado do Acre**. Ocorre que a operação quedou-se inadimplente e, considerando o estado de inadimplência, a NOTIFICANTE fez jus à execução da garantia fiduciária. Consequentemente, a NOTIFICADA supramencionada, fora devidamente notificada por Edital para purgar a mora em 15 (quinze) dias, contudo permaneceu inerte. Em razão do inadimplimento da NOTIFICADA e das demais partes contrantes, surge a presente NOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL para identificar a quem restou registrada a **Contendação da Propriedade** do imóvel supramencionado em nome da NOTIFICANTE, após observado o procedimento estabelecido pelo Lei nº 9.514/97. Serão emitido o presente documento para notificar a da realização dos públicos leilões, conforme datas e local abaixo descritos: **1º Leilão: 23/09/2025, às 09:00h; 2º Leilão: 25/09/2025, às 09:30h. Local dos leilões:** Modalidade online, exclusivamente através do site: www.prestanaleiloes.com.br. Ainda, caso a NOTIFICADA exerça a posse direta sobre o imóvel em questão, surge também a presente NOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL para que providencie a desocupação do referido imóvel, **no prazo máximo de 30 (trinta) dias**, contados do recebimento desta. São Paulo/SP, 10 de setembro de 2025.

COOPERATIVA DE CRÉDITO, POUPANÇA E INVESTIMENTO DO NOROESTE DO ESTADO DE SÃO PAULO – SICREDI NOROESTE SP

Edital de Citação para 20as. Processo Nº 1103501-10/2014.8.2.6.0002 (O/A) Mm. Juiz(a) de Direito da 9ª VC, do Foro Regional II - Santo Amaro, Estado de SP, Dr(a) Adilson Akari Ribeiro, na forma da Lei, etc. Faz Sabêr a **tracema Tortola de Brito**, RG 9569273, CPF 90154042853, que lhe foi proposta uma ação de Procedimento Comum para a tutela de conservação e melhoramentos do Lote 15, da Quadra GF, do Loteamento Santa Cristina, Gueia VII (Comercialmente conhecido como Riviera de Santa Cristina XII - Santa Marina). 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 fará apor o decurso do prazo do presente edital, apresente resposta. Não sendo contestada a ação, o réu responderá em nome próprio e em nome dos seus herdeiros e sucessores, sob pena de ser condenado a pagar o valor devido e publicado na forma da Lei, NADA MAIS. Dado e passado nesta cidade de São Paulo, aos 09/09/2024.

NOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL

NOTIFICANTE: COOPERATIVA DE CRÉDITO, POUPANÇA E INVESTIMENTO DO NOROESTE DO ESTADO DE SÃO PAULO – SICREDI NOROESTE SP, instituição financeira cooperativa, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 03.065.046-0001-87, com sede e foro na Avenida Alberto Andaló, nº 3.787, 2º Andar, Bairro Vila Santa Antônio, na cidade de São José do Rio Preto, Estado de São Paulo, CEP 15.015-000. **NOTIFICADA: FLAVIA COSTA AKAGUI**, brasileira, casada, diretora geral de empresa e organizações, inscrita no CPF/MF sob o nº 326.589.518-90, residente e domiciliada na Rua David Pimentel, nº 514, Bairro Fazenda Morumbi, na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, CEP 05.657-010. **REF: LEILÃO EXTRAJUDICIAL E DESOCUPAÇÃO DE IMÓVEL**. Conforme Cédula de Crédito Bancário sob o nº C30839092-9, emitida em 22 de junho de 2023, a Cooperativa Credora concedeu crédito na quantia de **R\$1.336.057,07 (um milhão, trezentos e trinta e seis mil, cento e seis reais e sete centavos)**, tendo a NOTIFICADA figurado como avalista da operação. Na oportunidade, a Cédula de Crédito em questão restou garantida pela alienação fiduciária do imóvel **matriculado sob o nº 03.2088, do 2º Serviço de Registro de Imóveis da Comarca de Rio Branco, Estado do Acre**. Ocorre que a operação quedou-se inadimplente e, considerando o estado de inadimplência, a NOTIFICANTE fez jus à execução da garantia fiduciária. Consequentemente, a NOTIFICADA supramencionada, fora devidamente notificada por Edital para purgar a mora em 15 (quinze) dias, contudo permaneceu inerte. Em razão do inadimplemento da NOTIFICADA e das demais partes contratantes, serve a presente **NOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL** para identificar-lhe o que restou registrada a **Consolidação da Propriedade** do imóvel supramencionado, no nome da NOTIFICADA, após observância do procedimento estabelecido pela Lei nº 9.514/1997. Serve ainda o presente documento para notificá-la da realização dos públicos leilões, conforme datas e locais abaixo descritos: **1º Leilão: 23/09/2025, às 09:30h; 2º Leilão: 25/09/2025, às 09:30h. Local dos leilões:** Modalidade online, exclusivamente através do site: www.prestanaleiloes.com.br. Ainda, caso a NOTIFICADA exerça a posse direta sobre o imóvel em questão, serve também a presente **NOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL** para que providencie a desocupação do referido imóvel, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados do recebimento desta. São Paulo/SP, 10 de setembro de 2025.

COOPERATIVA DE CRÉDITO, POUPANÇA E INVESTIMENTO DO NOROESTE DO ESTADO DE SÃO PAULO – SICREDI NOROESTE SP

NOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL

NOTIFICANTE: COOPERATIVA DE CRÉDITO, POUPANÇA E INVESTIMENTO DO NOROESTE DO ESTADO DE SÃO PAULO – SICREDI NOROESTE SP, instituição financeira cooperativa, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 03.065.046-0001-87, com sede e foro na Avenida Alberto Andaló, nº 3.787, 2º andar, Bairro Vila Santa Antônio, na cidade de São José do Rio Preto, Estado de São Paulo. **CPF 15.015-000. NOTIFICADO: WILLIAN BORGES GADIELHA**, brasileiro, solteiro, diretor geral de empresa e organizações, inscrito no CPF/MF sob o nº 046.589.752-54, residente e domiciliado na Avenida Miguel Damha, nº 1.515, Bairro Jardim Santa Gertrudes I, na cidade de São José do Rio Preto, Estado de São Paulo, **CPF 15.063-000. REF: LEILÃO EXTRAJUDICIAL E DESOCUPAÇÃO DE IMÓVEL**. Conforme Cédula de Crédito Bancário sob o nº **C30830902-9**, emitida em 22 de junho de 2023, a Cooperativa Credora concedeu crédito na quantia de **R\$1.336.057,07 (um milhão, trezentos e trinta e seis mil, cinquenta e sete reais e sete centavos)**, tendo o NOTIFICADO figurado como avalista da operação. Na oportunidade, a Cédula de Crédito em questão restou garantida pela alienação fiduciária do imóvel matriculado sob o nº **010.268**, do 2º Serviço de Registro de Imóveis da Comarca de Rio Branco, Estado do Acre. Ocorre que a operação quedou-se inadimplente, e considerando o estado de inadimplimento, a NOTIFICANTE fez *us* a execução da garantia fiduciária. Consequentemente, o NOTIFICADO supramencionado, fora devidamente notificado por Edital para purgar a mora em 15 (quinze) dias, contudo permaneceu inerte. Em razão do inadimplimento da NOTIFICADA e das demais partes contrantes, serve a presente NOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL para identificar o imóvel já registrado a **Consolidação da Propriedade do imóvel supramencionado** em nome da NOTIFICANTE, para o procedimento estabelecido pela Lei nº 9.514/97. Serve ainda o presente documento para notificar a realização dos públicos leilões, conforme datas e local abaixo descritos: **1º Leilão: 23/09/2025, às 09:0h; 2º Leilão: 25/09/2025, às 09:30h**. Local dos Leilões: Modalidade online, exclusivamente através do site: www.prestanaleiloes.com.br. Ainda, caso o NOTIFICADO exerça a posse direta sobre o imóvel em questão, serve também a presente NOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL para que providencie a desocupação do referido imóvel, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados do recebimento desta. São Paulo, SP, 10 de setembro de 2025. **COOPERATIVA DE CRÉDITO, POUPANÇA E INVESTIMENTO DO NOROESTE DO ESTADO DE SÃO PAULO – SICREDI NOROESTE SP**

Kizaru Participação S.A.
CNPJ/MF 57.811.610/0001-92 - NIRE 33006557764

ATA DE ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA REALIZADA EM 25 DE FEVEREIRO DE 2025

Aos 25/02/2025, às 11h., na sede, com a presença da **totalidade**. **Mesa- Presidente:** Marcelo Humberto Ticani, **Secretário:** Rafael José Severina da Silva. **Deliberações Unâнимes:** (a) Neste ato, é aprovado o aumento de capital social da sociedade para R\$ 10.000,00, em 10.000 ações ordinárias, todas nominativas e sem valor nominal, totalmente subscrito e integralizado em moeda corrente nacional, conforme boletins de subscrição; (b) consequente alteração do Artigo 5 do Capítulo I do Estatuto Social; (c) aprovar a renúncia do Sr. Marcelo Humberto Ticani, CP nº 341.229.728-33, RG nº 4057455249 – SSP conforme Termo de Renúncia no Anexo II desta ata; (d) aprovar a eleição da Sra. Larissa Seid Fernandez, RG nº 970.022.091-39 SSP-CE, CP nº 916.533.633-04, conforme Termo de Posse e Desimpenhamento no Anexo I desta ata; (e) consolidação do Estatuto Social. Nada mais. SP 25/02/2025. A Ata encontra-se disponível no site: <https://portalpresencaenegocios.com.br/luceps/p/336.697.25-1> em 23/04/2025. **Mozino E Soares Junior** – Secretário Geral em Exercício.

Edital de Citação prazo de 20 dias. Processo Nº 1004081-10 em 19.8.2008 (OJA MJJ, Juiz(a) de Direito da 4ª Vara, do Foro de Barueri, Estado de SP, Dr(a) Renata Bittencourt Couto da Costa, na OJA, na f.m.l, etc. Faz Saber ao(a) **Mrla** **Orlania** Inácio (representante do Espólio de Benedita Lúcia Inácio, que lhe foi proposta uma ação de Procedimento Comum Cível por parte de **Momentum Empreendimentos Imobiliários** Ltda., Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua Citação, por Edital, para os atos e termos da ação proposta e para que, no prazo de 15 dias, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, apresente resposta. Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. Dado e passado nesta cidade de Barueri, aos 01/09/2025.

**EDITAL DE LEILÃO EXTRAJUDICIAL DE IMÓVEL
ALIEIÇÃO FIDUCIÁRIA - CONDIÇÕES BÁSICAS**

COOPERATIVA DE CRÉDITO, POUPANÇA E INVESTIMENTO DESEKS - SICREDI DEKS, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob n. 73.942.069/0001-53, com sede na Avenida Paraná, n. 891, Zona 01, Maringá, Estado do Paraná, CEP 87101-730, traz ao conhecimento dos interessados que levará a **LEILÃO PÚBLICO EXTRAJUDICIAL - ALIEIÇÃO FIDUCIÁRIA**, por intermédio de **LEILOEIRO OFICIAL CREDENCIADO**, regularmente matriculado na Junta Comercial do Estado do Paraná, para alienação do imóvel recebido em garantia fiduciária, conforme Cédula de Crédito Bancário n. **C28803231-8**, emitida por **AZEVEDO MARQUES ENGENHARIA LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob n. 05.239.529/0001-86, **pela maior oferta, no estado de ocupação e conservação em que se encontra**, regendo-se conforme instituem o Decreto n. 21.981, de 19 de outubro de 1932, que regula a profissão de Leloeiro Oficial e art. 22 e seguintes da Lei n. 9.514, de 20 de novembro de 1997, com as alterações introduzidas pela Lei n. 10.931, de 02 de agosto de 2004.

I. LOCAL, DATA E HORÁRIOS DOS LEILÕES
1.1. 1ª Leilão: **28 de Outubro de 2025**, a partir das **10:50 horas**. 1.2. 2ª Leilão: **30 de Outubro de 2025**, a partir das **10:50 horas**. **1.3.** Local dos leilões: Avenida Carlos Gomes, n. 226, Térreo, Zona 05, Maringá, Estado do Paraná, somente **on-line** (www.kleiloes.com.br). **1.4.** Leiloeiro: Werno Klöckner Júnior - Jucepar 660; e-mail kleiloes@kleiloes.com.br; site: www.kleiloes.com.br; fones: (44) 3026-8008 / 99973-8008.

2. OBJETO DO LEILÃO

2.1. Descrição do imóvel: Matrícula n. 0.287 do Registro de Imóveis da Comarca de Espírito Santo do Pinhal, Estado de São Paulo – “Um lote de terreno sem benfeitoria alguma, sob o n. 16 da quadra ‘A’, com frente para a ‘Rua A’ da planta de loteamento, denominado ‘Jardim das Rosas’, situada nesta cidade, lote que mede em seu todo 390,00 m², ou sejam, 15,00 mts. de largura na frente e no fundo, por 26,00 mts. de comprimento em ambos os lados, da frente ao fundo; confrontando em seu todo com o lote 15 de um lado; com o lote 17 de outro lado; com o lote 33 no fundo; e com a Rua ‘A’, já referida na frente”.

3.2. DO PREÇO E DAS FORMAS DE PAGAMENTO

3.1. O referido imóvel encontra-se devidamente registrado perante o Registro de Imóveis da Comarca de Espírito Santo do Pinhal, Estado de São Paulo, sob a matrícula n. 2.087, e será vendido no estado em que se encontra e em caráter *“ad corpus”* em **PRIMEIRO LEILÃO PÚBLICO EXTRAJUDICIAL ALIENAÇÃO FIDUCIÁRIA** pelo valor mínimo de **R\$1.100.000,00 (um milhão e cem mil reais)**, correspondente ao valor de avaliação do imóvel, nos termos do art. 27, § 1º da Lei n. 9.514/1997.

3.2. Se o maior lance oferecido no primeiro leilão for inferior ao valor mínimo estipulado, fica desde já designado para o dia 30 de Outubro de 2025, a partir das 10:50 horas, no mesmo local, somente *on-line*, a realização do **SEGUNDO LEILÃO** pelo maior lance oferecido, desde que igual ou superior a quantia de **R\$732.962,03 (setecentos e trinta e dois mil, novecentos e sessenta e dois reais e três centavos)**, correspondente ao valor integral da dívida garantida pela alienação fiduciária, nos termos do art. 27, § 2º da Lei n. 9.514/1997.

3.3. Havendo arrematação, será lavrada escritura pública no prazo de até 90 (noventa) dias contados a partir da data do leilão. Todas as despesas *“propter rem”* ou seja, condomínio, ITR etc., com fato gerador até a data da arrematação, serão de responsabilidade da Credora Fiduciária. As despesas com a transferência da propriedade correrão por conta do comprador. O arrematante pagará no ato do leilão, o valor da arrematação, mais 5% (cinco por cento) correspondente à comissão do Leiloeiro Oficial.

4.1. Os interessados em participar do leilão poderão fazê-lo na modalidade *on-line* através do site do leiloeiro, indicado no item 1.4 do presente.

5. DA APURAÇÃO DO LANCE VENCEDOR

5.1. Será considerado lance vencedor aquele que resultar no maior valor acima do preço mínimo apresentado no ato do leilão.

6. DOS PAGAMENTOS NO ATO DO LEILÃO

6.1. O arrematante pagará ao leiloeiro, no ato do leilão, o valor da comissão do leiloeiro, correspondente a 5% (cinco por cento) do lance vencedor. **6.1.1.** O valor da comissão do leiloeiro não compõe o valor do lance ofertado. **6.2.** O arrematante pagará ao leiloeiro, no ato do leilão, o valor correspondente a 100% (cem por cento) do lance ofertado. **6.3.** Os pagamentos no ato far-se-ão em moeda nacional e/ou pela emissão de 02 (dois) cheques, sendo um de valor correspondente à comissão do leiloeiro e o outro referente ao valor do lance, ou ainda por intermédio de depósito bancário. **6.4.** Caso o arrematante não efetue o pagamento do valor correspondente ao lance vencedor e ao valor da comissão do leiloeiro no prazo estipulado, o lote correspondente estará automaticamente cancelado, bem como **6.4.1.** Deverá o arrematante pagar multa em favor do promitente vendedor, correspondente ao valor de 20% (vinte por cento) do o valor do lance ofertado acrescido da comissão do leiloeiro. **6.4.2.** A comissão do leiloeiro é devida pelo arrematante a partir do momento em que o lote é declarado vendido, sendo esta cobrada em sua integralidade e independente do cancelamento do lote, interposição judicial ou extrajudicial. **6.5.** O não pagamento do lance e da comissão do leiloeiro no ato do leilão implicará ao arrematante faltoso as penalidades da Lei, que prevê, no caso de inadimplência, a denúncia criminal e a execução judicial contra ele.

7. DA ATA DO LEILÃO

7.1. Será elaborada no leilão a Ata do Leilão contendo o valor do lance vencedor, valor pago no ato do leilão e dados do arrematante, bem como demais acontecimentos relevantes. **7.2.** A Ata do Leilão será assinada pelo arrematante, leiloeiro e por um representante legal da Credora Fiduciária. **7.3.** A Ata do Leilão informará a não ocorrência de lance para os imóveis, se for o caso.

8. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

8.1. Nenhuma diferença porventura comprovada nas dimensões do imóvel pode ser invocada, a qualquer tempo, como motivo para compensações ou modificações no preço ou nas condições de pagamento, ficando a cargo e ônus do adquirente/arrematante a sua regularização. **8.2.** O imóvel é ofertado à venda como coisa certa e determinada (venda "ad corpus"), sendo apenas enunciativas as referências neste edital e serão vendidos no estado de ocupação e conservação em que se encontram, ficando a cargo do adquirente a sua desocupação, reformas que ocasionem alterações nas quantidades e/ou dimensões, averbação de áreas e/ou regularização, quando for o caso, arcando o adquirente com as despesas decorrentes. **8.3.** A participação no presente leilão implica, no momento em que o lance for considerado vencedor no leilão, na concordância e aceitação de todos os termos e condições deste Edital, bem como submissão às demais obrigações legais decorrentes.

8.4. O arrematante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações e documentos apresentados. **8.5.** O arrematante está ciente que o comitente vendedor, o leiloeiro e a empresa de leilões, não se enquadram nas condições de fornecedores, intermediários ou comerciantes e que o Leiloeiro é um mero mandatário, ficando assim, eximido de eventuais responsabilidades por defeitos ou vícios ocultos que possam existir no bem alienado, nos termos do art. 663 do Código Civil, como também por indenizações, trocas, consertos, e compensações financeiras, em qualquer hipótese ou natureza. **8.6.** Para dirimir qualquer questão que decorra direta ou indiretamente deste Edital, fica eleito o foro da Comarca de Maringá, Estado do Paraná.

Maringá/PR, 10 de Setembro de 2025

Oxyeau & Co Tecnologia Cosmética Ltda

CNPJ 42.429.435/0001-04 - NIRE 35.237.357.193

Reunião Extraordinária de Sócios - Convocação para Dissolução

Nos termos da Cláusula 15ª do Contrato Social, ficam os Srs. sócios da Sociedade, convocados para se reunirem em Assembleia Geral de Sócios, a realizar-se no dia 26/09/2025, às 14 horas, no endereço situado em São Paulo/SP, na Avenida Doutor Churci Zaidan, 1550, 22º andar, conjunto 2212/2213, Vila São Francisco, a fim de deliberarem sobre a seguinte Ordem do Dia: (i) Deliberar sobre a dissolução e encerramento da sociedade; (ii) Proceder ao levantamento patrimonial e deliberar sobre a eventual distribuição do acervo líquido entre os sócios; (iii) Autorizar os Diretores, conforme previsto na Cláusula 7ª e 8ª do Contrato Social, a praticarem todos os atos necessários ao completo encerramento da sociedade junto aos órgãos competentes; e (iv) Deliberar sobre outros assuntos e /ou alteração do contrato social para fins de solucionar as exigências da JUCESP São Paulo, 12 de Setembro de 2025. Oxyeau & Co. Tecnologia Cosmética Ltda, representada por Cape To Cape - Consulting and Services, LDA.

SJH-Comércio Empreendimentos Participações Ltda.

CNPJ/MF nº 57.196.727/0001-03 – NIRE 35.215.942.727

Comunicado de Redução do Capital Social

A presente sociedade **SJH-Comércio Empreendimentos Participações Ltda.**, com sede e foro na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, na Rua Benta Pereira, nº 204, Conjunto 192-A, Santa Terezinha, CEP 02451-000, fundada nos artigos 1.082 a 1.084 da Lei nº 10.406/02, declara a redução de seu capital social conforme deliberado por unanimidade dos sócios na 17ª Alteração do seu Contrato Social datada e realizada no dia 10 de setembro de 2025 e assinada pela totalidade dos sócios. Capital este reduzido de R\$ 5.605.942,00 (cinco milhões, seiscentos e cinco mil e novecentos e quarenta e dois reais) para R\$ 1.707.056,00, (um milhão, setecentos e sete mil e cinquenta e seis reais) redução, portanto, no valor de R\$ 3.898.886,00, (três milhões, oitocentos e noventa e oito mil e oitocentos e oitenta e seis reais) uma vez que o referido capital se mostra excessivo para a prática de seu objeto social, bem como ante as necessidades da Sociedade. Por meio deste comunicado abre-se o prazo legal para oposição dos credores da empresa. **Sócios:** Fabiane Helvadjian e Rubens Helvadjian.

AS PUBLICAÇÕES LEGAIS
NOS JORNAIS SÃO DATADAS E
AUTENTICADAS, SEM MARGEM
PARA ALTERAÇÃO POSTERIOR
DO CONTEÚDO DIVULGADO.

AFINAL, O JORNAL É LEGAL.



Indústria 4.0: o papel da automação e digitalização de processos no mercado gráfico

A inteligência artificial tem revolucionado diversas áreas do mercado, trazendo a automatização de processos e a integração de tecnologias, entre outros aspectos

Fábio Carvalho (*)

Quando se fala da indústria gráfica, o setor está deixando para trás a imagem de um segmento tradicional para se reinventar. Dados da Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf) indicam que, no Brasil, a produção física do setor registrou um crescimento de 3% nos últimos dois anos, um avanço que se deve em grande parte aos investimentos em inovações tecnológicas.

Quando se fala da Indústria 4.0, ferramentas como a Internet das Coisas (IoT), a IA e a Big Data permitem a criação de fábricas inteligentes e conectadas. Isso resulta em uma maior eficiência, possibilitando, também, a personalização de produtos, manutenção preditiva e modelos de negócios inovadores, impulsionando o segmento para que se torne mais ágil, flexível e competitivo. Além disso, esse movimento permite que as empresas atendam à crescente demanda por customização e entregas mais rápidas, antes restritas a grandes tiragens.

Um dos principais avanços das novas aplicações é o uso da IoT, em que sensores co-



Visão da indústria CANVA

nectados às máquinas coletam dados em tempo real do chão de fábrica, permitindo o monitoramento e controle contínuo das operações. Por sua vez, a automação utiliza robôs que manuseiam papéis e equipamentos que preparam as impressões, otimizando o fluxo de trabalho e minimizando erros humanos. Ambas as tecnologias não apenas reduzem custos, mas também aceleram o tempo de produção, permitindo que as organizações se adaptem à demanda do mercado com agilidade e segurança. O uso de braços robóticos para mover objetos, por exemplo, garante que a operação seja contínua.

Paralelamente, a digitalização dos processos transformou o ciclo de vida de um produto impresso. Assim, os

softwares de gestão integrada conectam o cliente, que envia o pedido online, diretamente à linha de produção. Essa comunicação fluida garante que cada etapa, da criação ao acabamento, seja monitorada e otimizada em tempo real. Com o uso de Big Data, a capacidade de coletar e analisar dados de produção permite que as gráficas identifiquem pontos de melhoria.

Outra facilidade trazida pela Indústria 4.0 é a personalização em massa. O uso da tecnologia possibilita imprimir diferentes designs em uma única tiragem, um conceito conhecido como impressão de dados variáveis, em que as marcas conseguem criar campanhas de marketing com materiais exclusivos para cada cliente,

desde etiquetas de produtos com nomes individuais até embalagens com designs únicos. Essa customização não apenas melhora a experiência do consumidor, mas também aumenta o valor percebido do produto, gerando maior engajamento. Além disso, os algoritmos de IA analisam os grandes volumes de dados coletados, fornecendo insights para a tomada de decisões estratégicas, previsão de falhas e otimização de recursos.

Em suma, a indústria de impressão tem utilizado a tecnologia a seu favor. Com a popularização dos e-commerces, as gráficas online se tornam a principal opção para quem busca por velocidade e flexibilidade. Sendo assim, a robotização do processo de compra e produção garantem que o produto seja entregue com qualidade e tempo recorde. Quando se está inserido em um mercado que exige cada vez mais agilidade e diferenciação, a integração e digitalização são a chave para o sucesso e a sustentabilidade do setor gráfico, garantindo que ele se mantenha relevante e competitivo.

(*) CRO da Printi. Engenheiro de Produção por formação, conta com uma trajetória de mais de uma década em gestão operacional e estratégica.

Os embates na intralogística com a mão de obra e a evolução tecnológica

Reinaldo A. Moura (*)

Os efeitos da escassez de mão de obra qualificada na intralogística são perturbadores

Os novos trabalhadores de movimentação e armazenagem de materiais não desejam hoje se sujeitar as tarefas 3K (que, em japonês, significam: sujas, perigosas e pesadas). Os operários mais experientes também não querem continuar praticando as tarefas de carga/descarga de caminhões, carregar caixas para o estoque e abri-las para executar o picking fracionado de acordo com os pedidos, e embalar e conferir as remessas a serem expedidas e assim sucessivamente.

Em síntese, as tarefas de intralogística, tornaram-se um forte potencial à automação. Assim, observa-se a tecnologia evoluir e solucionar estas questões e outras similares. Neste momento há diversos meios e ferramentas que já estão sendo aplicadas em indústrias e centros de distribuição e que serão apresentados ao mercado principalmente por meio das feiras de negócios em logística, além de outras ações pontuais.

Apesar de muita inovação, nada foi descoberto ou criado sem uma base de conhecimentos que evoluiu nas últimas décadas. A intralogística é a nova forma de ver o clássico material handling (manuseio) dos norte-americanos, enquanto manutenção evoluiu para o loger (abastecer em francês), e vale destacar ainda o sistema Toyota de Produção que, nos anos 1990, motivou o pensamento Lean.

Partindo do todo, na Cadeia de Suprimentos ou Supply Chain, vemos uma integração cada vez maior dos sistemas de planejamento e gestão (ERP, TMS, WMS, WCS, MES e outros) proporcionando uma visibilidade de ponta a ponta, com o emprego de sensores, IoT, RFID, etiquetas inteligentes e dispositivos conectados para monitorar em tempo real inúmeras variáveis como temperatura, inventário, ocupação, entre outras.

Há uma comunicação ultrarrápida e estável dos robôs por meio de tecnologias de conectividade, sistemas de apoio à decisão avançados, com apoio da IA para otimização de recursos e processos.

Surgiram também os veículos autônomos e drones para vencer os desafios da logística e que fazem interface com a intralogística. Os sistemas logísticos (inbound e outbound), gestão de fretes, devoluções, logística reversa/circular também contribuem para agilização e avanços no processo.

A lista de novidades na logística é animadora com a automação de processos de compras, programação, transporte, armazenagem, e programação de entregas/docas. Em nossos dias, há grande presença de armazéns automáticos com transelevadores, shuttles, empilhadeiras autônomas, conveyors e sorters inteligentes e paletes, e unitizadores que evoluem a cada edição de nossos treinamentos ou seminários nesta área tão complexa, mas fascinante.

Já estão ficando frequentes robôs (manipuladores), com visão computacional e machine learning, que evoluem também para a forma humanoide. E há mais novidades ainda, como a IA analytics, gêmeos digitais e dashboards inteligentes que são aplicados cada vez mais em um ambiente de segurança cibernética e operacional para uma gestão robusta da operação.

Os adventos abrangem também a sustentabilidade e eficiência energética, racionalização de embalagens e fluxos para reduzir a emissão de CO₂. Estes tópicos são apenas uma amostra do estado da arte da intralogística pelo mundo e que também se apresenta no Brasil. Não se pode, portanto, lutar contra os avanços tecnológicos e operacionais, pois ninguém jamais venceu essa batalha. O caminho certo é a tecnologia.

(*) Engenheiro industrial com mais de 60 anos de experiência, é fundador do Grupo IMAM (1979) e atual conselheiro.

Onde eu construo define o quanto vou lucrar

Localização continua sendo determinante, mas exige análise além do CEP. A máxima de que localização é o fator decisivo para o sucesso de um empreendimento imobiliário permanece atual, mas com uma camada de complexidade que vai além de estar em um endereço valorizado. Em 2025, o mercado exige compreender a vocação do terreno, a dinâmica econômica local, as mudanças urbanas planejadas e o comportamento futuro do público-alvo.

O Índice FipeZAP registrou um aumento de 0,50% na média de venda dos imóveis em agosto de 2025, uma porcentagem maior do que a alta registrada pelo IGP-M (0,36%) e do que o IPCA-15 (-0,14%), considerado a prévia da inflação oficial do país. O resultado reforça a resiliência do setor imobiliário frente à desaceleração de outros indicadores e evidencia a valorização dos ativos como proteção contra a inflação em um cenário de instabilidade.

Para o empresário Marcos Koenigkan, fundador da LK Engenharia e da MK Participações, a análise territorial é determinante para transformar terreno em ativo rentável. “Não basta olhar para a média de preços da região. É necessário avaliar vocação, absorção

local e variáveis que nem sempre aparecem nos relatórios técnicos, mas que influenciam diretamente a valorização e o retorno de um empreendimento”, afirma.

Koenigkan desenvolveu um guia estruturado em seis etapas para a análise de viabilidade, oferecendo um roteiro prático que ajuda investidores a avaliar rigorosamente novos projetos e a maximizar margens de sucesso.

Vocação atual e projetada do entorno - Identificar se a região tem perfil residencial, comercial ou logístico e se há espaço para transformação. A vocação define o tipo de empreendimento que terá maior aderência ao público.

Projetos públicos previstos em 5 a 10 anos - Obras de transporte, saneamento e mobilidade podem acelerar a valorização. O desafio é avaliar a probabilidade de execução e os prazos reais de entrega.

Absorção e lançamentos comparáveis em raio de 1 km - Mapear vendas recentes e produtos concorrentes ajuda a medir a elasticidade da demanda. Esse diagnóstico mostra se o mercado está saturado ou receptivo a novos formatos.

Risco regulatório e complexidade de aprovação - Cada cidade possui regras de zoneamento e exigências distintas. Um projeto viável financeiramente pode se tornar inviável se enfrentar barreiras legais ou burocráticas.

Sensibilidade do produto a variações de preço - Simular cenários otimistas e conservadores mostra até que ponto a margem suporta oscilações de custos e ajustes no valor final de venda. Essa análise evita surpresas no fluxo de caixa.

Sinergias com ativos privados já anunciados - Empreendimentos vizinhos como shoppings, hospitais ou universidades geram polos de atração e elevam o valor do entorno. Avaliar esses projetos é essencial para antecipar efeitos de rede.

É certo que a localização segue sendo central, mas deixou de ser uma variável unidimensional. Hoje, o desempenho de um ativo imobiliário depende da capacidade de alinhar produto, cronograma e dinâmica urbana. “O maior retorno vem de quem traduz diagnóstico territorial em estratégia de negócio, antecipando os movimentos da cidade e convertendo-os em ativos de alto valor”, conclui Koenigkan.

O futuro do trabalho: quais as exigências do mercado para os próximos 5 anos?

Segundo especialista da Afferrolab, a moeda de ouro será adaptabilidade e foco em competências

O mercado de trabalho passa por uma transformação impulsionada por mudanças culturais, tecnológicas e sociais. A lógica de carreiras lineares e longas permanências nas empresas dá lugar a experiências fluidas, alocação de capital humano por competências e maior rotatividade.

A tendência nacional mostra profissionais permanecendo em média, até dois anos em uma mesma companhia, segundo a pesquisa “Mind the Soft Gap” da Afferrolab, consultoria de aprendizagem corporativa do Brasil. Essa nova dinâmica exige que as organizações se adaptem e valorizem o que o profissional sabe fazer, para além do currículo.

“Estamos na era da performance crônica, marcada pela pressão constante por entregas e pela valorização do comportamento no centro das relações de trabalho.



Nesse cenário, influência não é mais atribuída por cargo, mas conquistada por relevância e entrega. O desafio agora é equilibrar uma capacitação rápida, mas sem deixar de lado a educação formal”, afirma a sócia e Managing Director da Afferrolab, Alessandra Lotufo.

Nesse contexto de hiperconectividade e culturas difusas, o modelo de trabalho baseado em habilidades (skill based) ganha destaque. As estruturas

organizacionais se tornam mais flexíveis e a progressão de carreira ocorre por meio de desafios e experiências. “As habilidades comportamentais, ou soft skills, como escuta ativa, colaboração e inteligência emocional, tornaram-se essenciais”, comenta Alessandra.

Alessandra também aponta que, segundo o levantamento e a dinâmica do mundo atual, profissionais de alta performance devem reunir competên-

cias estratégicas (57%), competências de comunicação (53%) e competências emocionais (51%). “A liderança também se transforma, com a ascensão de profissionais que dominam tecnologia e possuem alta capacidade de adaptação, independente da senioridade tradicional”, analisa a sócia da Afferrolab.

Pilares da alta performance - A especialista aponta quatro pilares para a alta performance nesse cenário: Bond (confiança relacional e segurança psicológica), Fit (alinhamento com propósito), Agility (capacidade adaptativa) e Delivery (disciplina de execução).

“Nos próximos cinco anos, o futuro do trabalho será definido pela transição de funções fixas para capacidades dinâmicas, exigindo profissionais com aprendizado rápido e atuação flexível em ambientes complexos”, conclui a sócia da consultoria.

Consórcio descomplicado: mitos e verdades que você precisa saber

Muito além de carro e casa, esse tipo de investimento cresceu mais de 30% no último semestre

O consórcio é uma modalidade de compra planejada que movimentou bilhões de reais todos os anos no Brasil, mas ainda gera muitas dúvidas entre consumidores. De acordo com dados da Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (ABAC), no encerramento do primeiro semestre, o sistema registrou novos recordes em negócios realizados, com um crescimento de 30,5%, comparado ao mesmo período do ano passado, atingindo a maior alta dos últimos 20 anos.

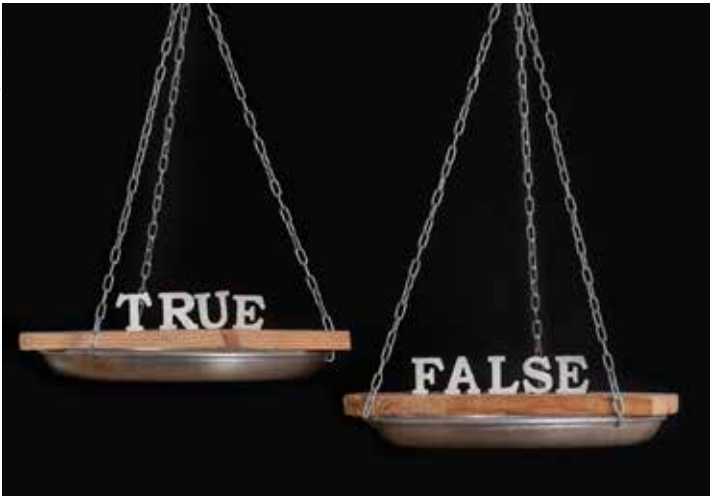
Ainda assim, muitos brasileiros acreditam em informações equivocadas que acabam afastando potenciais investidores. Cléber Gomes, CEO e sócio-fundador da Maestria, empresa especializada em consórcio e produtos financeiros, explica o que é mito e verdade sobre o investimento.

“Consórcio é a mesma coisa que financiamento” - **Mito** - O consórcio não tem juros, diferentemente do financiamento. O que existe é a taxa de administração, que é geralmente entre 10% e 20% do valor total do crédito e fundo de reserva, usado para cobrir inadimplências e emergências, cobrada por algumas empresas. “O consórcio tem uma taxa de administração definida em contrato, mas é diluída ao longo do período. Ainda assim, é uma possibilidade bem mais econômica do que o financiamento”, explica Cléber.

“Posso usar consórcio apenas para comprar carros” - **Mito** - Hoje, o consórcio vai muito além de automóveis. É possível adquirir também, imóveis, eletroeletrônicos, troca de dívidas, viagens e maquinários no setor agrícola. “Para quem pode esperar um pouco mais para fugir da alta de juros, essa é a melhor alternativa. Sem falar que a carta de crédito tem correção conforme o índice da categoria contratada. Então o valor que você coloca no período contratual, antes de ser contemplado, não fica desvalorizado”, diz o especialista.

“O consórcio é uma boa opção de compra planejada” - **Verdade** - Para quem tem dificuldades de juntar dinheiro para adquirir bens, essa é uma forma de poupança forçada e de conquistar bens, sem os juros exorbitantes do financiamento.

“Só vale a pena se eu for contemplado logo” - **Mito** - Esse é um dos maiores equívocos. O consórcio é uma modalidade de médio a longo prazo. Mesmo que a contemplação



não seja imediata, o valor investido continua sendo seu patrimônio, e a carta de crédito será liberada em algum momento do contrato: “Para quem tem dinheiro guardado, existe a modalidade por lance. Pergunte à administradora qual é a média de vencedores nos últimos meses e se há opção de usar parte da carta de crédito. Essa informação ajuda a montar uma estratégia realista de acelerar o processo”, explica o CEO de Maestria.

“É arriscado, posso perder meu dinheiro” - **Mito** - Quando o consórcio é administrado por uma empresa autorizada e fiscalizada pelo Banco Central (BC), o cliente tem a segurança de receber a carta contemplada até o final do prazo contratual. “Empresas que prometem uma data exata para essa contemplação, é preciso acender um sinal de alerta. Ela é sim garantida dentro do período de contratação, mas não existe um prazo definido para o cliente conseguir essa carta dentro dos primeiros meses, por exemplo”, orienta.

“Posso usar a carta de crédito de forma flexível” - **Verdade** - Dependendo da categoria contratada, a carta de crédito pode ser usada para adquirir diferentes tipos de bens ou até quitar dívidas relacionadas. “A empresa adquire uma cota de consórcio compatível com o valor da dívida que deseja quitar, seja de um caminhão, imóvel, equipamento ou até mesmo veículo leve. A diferença é que ao invés de pagar juros, ela paga pela taxa administrativa que, em alguns casos, pode ser dez vezes menor que os encargos de um financiamento”, diz Cleber.

O consórcio pode ser uma ferramenta eficiente de planejamento e aquisição de bens sem juros, desde que o consumidor saiba lidar com os prazos e escolha uma administradora regulamentada.

Como vender qualidade e não preço no setor elétrico

Marcelo Mendes (*)

O mercado elétrico tem sido bastante competitivo no Brasil e o preço apresenta uma importância substancial neste assunto. As marcas do setor mais avançadas não estão de olho apenas na venda, mas estão mirando a necessidade do mercado, do que o mercado precisa concretamente. Elas devem vender o seu valor, não só um produto ou serviço.

Na prática estão comercializando também o conhecimento acumulado de anos, o trabalho que executou no desenvolvimento do produto, além do esforço para alcançar qualidade, o tempo dispendido em horas, que pode até levar anos muitas vezes para atingir o resultado projetado. O aspecto principal da gestão comercial é que a empresa com seriedade está comercializando sobretudo tecnologia intrínseca e isso tem valor e custo.

Vale relembrar aqui a velha definição, mas nunca ultrapassada, entre preço e valor. De acordo com a teoria econômica, preço é o valor monetário de um produto ou serviço, enquanto valor é a percepção de benefício ou utilidade que um cliente associa a esse produto ou serviço. O preço é objetivo e quantificável, enquanto o valor é subjetivo e pode variar de pessoa para pessoa.

Lamentavelmente, a busca voraz pelo preço mais baixo de produtos ou componentes no setor elétrico, ainda costuma dominar a escala de valor nas transações comerciais. No entanto, principalmente, a venda da qualidade intrínseca se torna com certeza muito mais lucrativa e justificável no longo prazo. Mas é sempre uma situação desafiadora quando o preço é o primeiro filtro no negócio.

Neste cenário é preciso uma estratégia refinada e muita paciência da força de vendas para superar as objeções e contra-argumentar sempre com a razão e menos emoção. Todas as alegações devem ser bem fundamentadas, especialmente porque esse mercado historicamente tem sido muito sensível a custos. O ponto-chave é o processo educativo em relação ao produto, à redução de riscos e à demonstração do valor real do que se está comprando juntamente com o artigo ou item de compra.

Existem pessoas com muito dinheiro que pagam com muita satisfação e até orgulho uma mala de viagem de grife de R\$ 60 mil, enquanto outros consumidores da mesma classe social – AAA ou premium – não abrem sua carteira nesta situação e ainda reclamam achando um absurdo a oferta. Um mesmo consumidor pode também ser moderado monetariamente em relação a um artigo como uma roupa sofisticada, no entanto, pode ser bem mais flexível na compra de um carro caro, possivelmente a maior paixão ou sonho de consumo de boa parte dos brasileiros. Seres humanos têm expectativas diferentes e muito pessoais, e isso explica as escolhas.

Entender qualidade

Entre os maiores desafios dos vendedores de produtos eletroeletrônicos B2B hoje em dia é entender claramente o que “qualidade” realmente significa na mente do cliente. Sendo a percepção de qualidade subjetiva para os indivíduos, ela pode ser significativamente diferente entre profissionais e setores. Por essa razão, é essencial ajustar as expectativas e interpretar as demandas particulares de cada cliente.

Naqueles setores, onde o mercado é competitivo como o nosso, produtos ou serviços com preço mais baixo podem parecer mais atraentes e vantajosos. Diante disso, o dever é fundamentar o valor do produto, atestando que um preço mais elevado significa um desempenho superior, maior durabilidade, ou característica superior que pode fazer uma diferença brutal. O ditado popular “o barato sai caro” é quase sempre comprovável em geração, transmissão e distribuição de energia. Certa vez um profissional do ramo da vestimenta declarou que “nem tudo que é bom é caro, mas tudo que é caro tem que ser bom”. É bom pensar nisso.

Como também lembrou o respeitável autor Marcos Cobra em seu livro Administração de Marketing no Brasil, “a estratégia de marketing de qualquer empresa está sempre associada ao preço. Um produto de baixa qualidade e baixo esforço promocional deve ter sempre preço baixo, a menos que a demanda esteja reprimida. É como vender quinquilharias na Selva Amazônica ou em Serra Pelada. Mas o produto de alta qualidade, diferenciado, com alto preço promocional, justifica o preço alto”.

As situações não são tão simples e não se pode generalizar diante de todas as circunstâncias. Para vender qualidade é necessário saber comunicar esse predicado. A negociação ultrapassa a enumeração de recursos, atributos e características positivas. Envolve também evidenciar o valor adicional e as vantagens que o produto ou serviço proporciona ao comprador. É preciso continuamente demonstrar aos interessados as propriedades técnicas e seus benefícios concretos e palpáveis.

Para alguém vender qualidade, deve-se ir além da simples listagem de funcionalidades. Envolve destacar o valor agregado e os benefícios que o produto ou serviço oferece. Para o cliente é imprescindível ele transformar aquelas características técnicas em benefícios tangíveis e concretos de seu interesse.

Barato e baixa qualidade

A fim de que o comprador tenha mais segurança nas suas decisões é crucial ele avaliar os riscos de escolha por soluções baratas e uso de materiais de baixa qualidade como, por exemplo, em relação a falhas, acidentes, retrabalhos, curtos-circuitos, incêndios, tempo de parada, multas por não conformidade e até processos judiciais. Dizem no mercado que “prevenir é mais barato que corrigir”.

Quem compra também precisa mensurar sempre os benefícios da qualidade, como eficiência energética, durabilidade, segurança, e menor gasto com manutenção, além de outros. Um disjuntor pode custar 15% a mais, evita, porém, sobrecargas que podem gerar prejuízos de milhares de reais.

Para transmitir confiança é indispensável comprovar que os produtos ou serviços cumprem rigorosamente os padrões estabelecidos. Na venda de produtos elétricos é muito conveniente se resguardar com as certificações nacionais como os selos ISO, INMETRO, ABNT, IEC, da NR10 e, também os internacionais como a SGS – System Certification, a UKAS – Management Systems Certification, UL Underwriters Laboratories e TÜV (Technischer Überwachungsverein). Laudos técnicos e as fotos de instalações e projetos são provas de fato de que a imagem vale mais do que milhares de letras ou sons reunidos que são proferidos.

Os próprios depoimentos de clientes atendidos e estudos de caso de parceiros são testemunhos de que um preço mais alto pode na prática economizar tempo e também dinheiro no futuro. Há muitos exemplos que circulam no mercado de casos de projetos que falharam exclusivamente pela escolha mais barata (low price) e sem qualidade. E por que isso ainda acontece, afinal? Não sei... Talvez seja por “burrice” ou “birrice”. Será mesmo?

Análise técnica

Muitas vezes, é necessário contar com uma análise técnica mais precisa para entender onde se pode estar perdendo eficiência ou segurança. Uma venda tem a possibilidade de ser muito mais uma solução do que de um produto, porque tem a oportunidade de ser parte de um sistema mais amplo e inteligente, e que proporciona segurança. Valores agregados como instalação rigorosa, bom suporte técnico, manutenção preventiva, e até garantia estendida podem fazer muita diferença na final das contas...

Um diagnóstico consultivo sobre a infraestrutura elétrica tem também a possibilidade de revelar “dores” ocultas, entre as quais as sobrecargas, falhas e serviços recorrentes de manutenção. As declarações de experiências de empresas renomadas que tiveram êxito com uma solução são comprovações para um preço/valor ser mais elevado.

Naturalmente o preço importa, mas quanto vale efetivamente proteger uma operação, a redução de riscos e a garantia que todo o processo permaneça em funcionamento por longo tempo? Hoje, os compradores devem esquecer aqueles chapões ultrapassados como: “sempre fizemos assim” ou “o mais barato resolve”. O Retorno sobre o Investimento (ROI) é essencial nos novos tempos e os diferenciais precisam ser mensuráveis ou ficar visíveis. Qualidade verdadeiramente não é um luxo, como alguns entendem, mas uma necessidade. Pense nisso, sempre.

(*) Gerente geral da KRJ Conexões (<https://krj.com.br/>). É economista e executivo de marketing e vendas do setor eletroeletrônico há mais de 15 anos, com atuação inclusive em vários mercados internacionais.



studioroman_CANVA

REVER CONCEITOS

OS 15 PECADOS MORTAIS NA GESTÃO DE UM NEGÓCIO

Se você acha que paixão, contratação técnica e marketing salvam uma empresa, reavalie seus conceitos para não entrar na estatística de 48% de falências em até três anos de empreendimento no país

Dados do IBGE: 48% das empresas brasileiras fecham em até três anos. Um dos principais motivos (25% dos casos) é a gestão. Ou a falta dela. Entende-se por gestão o conjunto de práticas para planejar, organizar, dirigir e supervisionar pessoas, processos e recursos. Se tudo isso funciona bem, o negócio emplaca e até cresce.

Como diria Peter Drucker, consultor, escritor e professor austríaco, considerado o pai da gestão moderna, negócios não quebram por falta de ideias: eles morrem por falta de consciência. E silenciosamente. Consciência pode perfeitamente ser substituída por gestão para que a mensagem continue a mesma. Com vasta experiência na administração de negócios, passando pelo segmento fitness e de hotelaria, Keko Rôdrigues, empresário e empreendedor de São Paulo (SP), com MBA em gestão empresarial pela FGV, selecionou os principais erros de gestão que podem levar uma empresa à falência:

1 Esquecer que vender é prioridade – Negócio que não vende, não sobrevive. Toda estrutura operacional, planejamento estratégico ou branding só se sustenta com fluxo de caixa. Sem receita recorrente, até uma boa ideia se transforma em dívida. Priorizar produto antes da venda é inverter a lógica do negócio

2 Fugir dos números como quem foge da conta no bar – É preciso amar os números como se ama a visão da empresa. Gestores que não encaram e dominam índices, com os números do negócio, como margem de lucro e retorno de investimento, vivem em um universo de suposições, não conseguindo identificar o que está matando o caixa.

3 Crescer sem validar o modelo de negócio – Expandir antes de ratificar o produto é como construir uma ponte sem alicerces. A empolgação com os primeiros resultados pode levar a um investimento pesado, sem a certeza de aderência real do negócio. “Crescer sem prova de conceito não é coragem. É imprudência disfarçada de ambição”, afirma Keko. A Webvan, por exemplo, startup de delivery americana, entrou em colapso por investir bilhões em centros logísticos, antes de validar o modelo de negócios.

4 Pessoas competentes ficam paralisadas por não saberem o que podem fazer e não por falta de vontade

4 Montar time sem alma – Uma empresa também é feita de pessoas que acreditam na visão dela e sentem-se parte do negócio. Sem esse sentimento, a equipe se arrasta e o cliente percebe. Cultura organizacional é o alicerce invisível que sustenta o moral, a performance e a reputação do empreendimento.

5 Utilizar apenas critérios técnicos na seleção – Contratar apenas pelo que a pessoa sabe, e não pelo que ela é, custa caro. Habilidade técnica se desenvolve. Caráter, não. Um talento tóxico pode paralisar a equipe inteira, desmotivar líderes e contaminar clientes. É preciso valorizar inteligência emocional, ética e valores compatíveis com a cultura da empresa na contratação de um colaborador.

6 Líderes pessimistas disfarçados de realistas – Existe um tipo de líder que parece sensato, mas, na verdade, vive sem fé. Ele diz ser realista, mas é derrotado. Esse tipo de postura também contamina a equipe. Empresas não morrem só por falta de capital: morrem por falta de energia.

7 Insistir no modelo de negócio que já era – Quando o mercado muda, o negócio precisa seguir a mesma direção. Apegar-se a um modelo ultrapassado, por medo, ego ou teimosia, é cavar a sepultura do empreendimento. A inovação não é uma opção, é uma necessidade contínua. “O que trouxe você até aqui, pode ser impedimento de avanço”, lembra Keko. A BlackBerry, por exemplo, que reinou no segmento de smartphones, desapareceu desse mercado por negar o touchscreen.

8 Acreditar que marketing salva tudo – Não há marketing que levante um produto ruim ou salve uma gestão bagunçada. Pode atrair clientes, mas também acelera o “boca a boca” negativo. Investir em marketing sem sustentar o que se promete é a mesma coisa que divulgar restaurante com comida malfeita. Ou seja, o cliente que chegou vai embora e não volta nunca mais.

9 Jogar o novato na arena sem mostrar o mapa – Contratar sem integrar corretamente é perder dinheiro. Colaborador novo precisa de clareza, cultura, acompanhamento e direcionamento para poder render. Sem isso, há risco do profissional sair, levando o custo da contratação e da demissão, além do moral do time.

10 Achar que paixão basta – Paixão sem gestão é receita romântica e bem dolorosa de falência. O amor empurra o negócio para frente, mas a sustentação dele depende de disciplina e estratégia, capazes de surpreender até clientes fiéis. A Polaroid, por exemplo, faliu porque confiou demais no apego do cliente (e dos próprios estrategistas da empresa) à experiência “vintage”, ignorando o digital.

11 Esperar que as pessoas pensem igual – É preciso apostar em uma gestão estratégica que inspire e motive pessoas que não tem a mesma alegria na alma pelo negócio que os líderes, por exemplo. Inspiração, alinhamento e cultura são conceitos que podem ser trabalhados, levando a um pensamento comum.

12 Não cortar o mal na hora certa – Cuidar da saúde de uma empresa envolve também fazer “cirurgias”. Manter um problema por medo de confronto faz com que ele fique maior ou mesmo irreversível. Colaborador desalinhado, unidade deficitária e projeto que não anda, drenam tempo, energia e dinheiro.

13 Não definir papéis e limites de autoridade com clareza – Quando as fronteiras entre funções, decisões e responsabilidades não estão claras, o ambiente de trabalho vira um campo de batalha de egos. Isso gera conflitos silenciosos, sobrecarga em alguns e passividade em muitos. Sem clareza de autoridade, decisões travam, responsabilidades evaporam e a empresa enfraquece. “Pessoas competentes ficam paralisadas por não saberem o que podem fazer e não por falta de vontade”, afirma Keko.

14 Não construir um sistema de feedback estruturado – Empresas que crescem sem um ciclo consistente de feedback institucionalizado fomentam ambientes tóxicos, onde ninguém diz o que pensa ou ouve o que precisa. Assim, os problemas crescem camuflados pela cordialidade. Sem feedback, a cultura entra em modo de sobrevivência: os talentosos saem, os medianos se escondem, e os líderes operam no escuro.

15 Não mapear e padronizar processos críticos da operação – Quando cada pessoa executa uma tarefa à sua maneira, o negócio vira refém do talento individual, não escalando com consistência. Assim, vive-se apagando incêndios, há variações de qualidade e ciclos de retrabalho. “Times de alto rendimento não crescem à base de improviso, mas de processos simples, eficientes, mapeados e treinados”, diz Keko.



mediaphotos_CANVA