



HIPERCONNECTIVIDADE NO TRABALHO

ENTENDA QUANDO O "SEMPRE ONLINE" SABOTA (OU POTENCIALIZA) A PRODUTIVIDADE

▶▶ Leia nas páginas 8

Crescimento em tempos de crise

Três lições para transformar instabilidade em oportunidade

As dicas são de Fritz Paixão, ex-lavador de carros que tornou-se um influente empresário e CEO da CleanNew

Enquanto muitos associam crises a retração e cortes, outros as enxergam como terreno fértil para inovar, se reinventar e crescer. A diferença está no olhar do líder diante da instabilidade: ameaça ou oportunidade. Com postura estratégica e confiança, os desafios podem ser convertidos em inovação e expansão. Uma mentalidade que tem se consolidado como grande diferencial no empreendedorismo atual.

Para Fritz Paixão, líder da CleanNew, rede de higienização e blindagem de estofados, a instabilidade não deve ser vista como inimiga, mas como combustível para crescer. Ele acredita que, justamente nos momentos em que muitos recuam, surgem as melhores oportunidades de inovar e se destacar. “Quando todos estão com medo, é aí que a liderança precisa mostrar coragem e inspiração”, afirma o executivo, que construiu sua trajetória aprendendo a extrair valor em cenários de incerteza. Após fracassar em um primeiro negócio e deixar para trás o sonho de ser ator, o ex-lavador de carros encontrou no empreendedorismo sua verdadeira vocação e, com um investimento inicial modesto, persistiu até transformar a CleanNew em uma rede de referência em higienização e blindagem de estofados.

O empresário listou dicas sobre como equilibrar o negócio e traçar novas rotas em tempos difíceis.

Have_a_nice_day_photo_CANVA



“Mais do que vender, trata-se de criar experiências que transmitam confiança, proximidade e valor real. Negócios que cultivam vínculos autênticos conquistam lealdade mesmo em crises.”

Clareza e direção - Nesse momento, confusão e desorientação tendem a tomar conta do cenário. Cabe ao líder ser como um farol para a equipe. Isso inclui estabelecer prioridades, traçar objetivos reais e comunicar tudo isso de forma simples e objetiva, para que todos entendam como a estratégia deve ser executada. “Uma liderança forte não se mede na calma, mas na tempestade. Quando tudo parece incerto, é preciso oferecer direção e clareza, criando um ambiente em que as pessoas se sintam capazes de enfrentar os desafios”, afirma.

Resiliência com inovação - Passar por momentos difíceis não é apenas sobre resistir, mas adaptar-se com velocidade ao momento, revisitando o modelo de

negócio, explorando novos canais ou testando novos produtos. “Crises não são apenas obstáculos, mas também portas de reinvenção. Quem ousa testar novos canais, produtos e formatos consegue não apenas atravessar turbulências, mas sair delas fortalecido”, explica o executivo.

Cliente como centro das decisões - Mudanças de consumo costumam acelerar em tempos incertos e só prospera quem escuta o cliente de perto e ajusta sua oferta rapidamente. “Mais do que vender, trata-se de criar experiências que transmitam confiança, proximidade e valor real. Negócios que cultivam vínculos autênticos conquistam lealdade mesmo em crises”, destaca Paixão.

A ascensão da IA Generativa está abrindo as portas para um novo boom de startups

A ascensão da IA generativa está realmente impulsionando um novo boom de startups, tornando o empreendedorismo mais acessível, ágil e técnico do que nunca. ▶▶

Com inteligência tributária, transição vira vantagem competitiva

Reforma Tributária exigirá mais do que experiência. Especialistas e empresários de diferentes áreas falam sobre o planejamento para atravessar com segurança a maior transformação fiscal do país. ▶▶

Economia prateada: cinco razões para investir em uma franquia do segmento

Com o aumento da expectativa de vida e a crescente preocupação com o bem-estar, negócios com foco em cuidados de idosos são escolhas assertivas. ▶▶

Era da IA Agêntica: quando inovação e talento se tornam indissociáveis

A inteligência artificial deixou de ser apenas uma ferramenta de apoio para se tornar parceira estratégica de empresas e profissionais. A popularização dos modelos generativos foi a porta de entrada: agora, vivemos a ascensão das IAs Agênticas, sistemas capazes de operar de forma autônoma, com decisões e execuções em tempo real. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

AI Global Vision



Marcus Marques

Tour Acelera Brasil chega a Rondonópolis (MT) com foco em gestão e crescimento sustentável

Rondonópolis será a próxima cidade a receber a Tour Acelera Brasil em 2025. No dia 7 de outubro, o município mato-grossense sediará o Workshop Acelere sua Empresa, imersão de cinco horas conduzida pelo empresário Marcus Marques, fundador e CEO do Grupo Acelerador. O evento terá edição única na cidade e é voltado a donos de pequenas e médias empresas que buscam clareza estratégica, autonomia e estrutura de crescimento sustentável. Com mais de 30 mil participantes em edições anteriores e 250 mil empresários já impactados pelos programas do Grupo Acelerador, o workshop apresenta os cinco pilares do chamado Diamante Empresarial: gestão, liderança, cultura, vendas e atuação estratégica (<https://www.aceleradorempresarial.com.br/workshop-acelere-sua-empresa-2025-rondonopolis-vendas/>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI

Ongkantong_CANVA



TrueChange e Porto Digital trazem a Recife o Capture The Flag 2025 da Mendix

@A TrueChange, com apoio do Porto Digital, anuncia que Recife será palco de uma das etapas do Capture The Flag 2025 (CTF25), um dos maiores desafios globais de segurança em aplicações low-code promovido pela Mendix, plataforma low-code da Siemens voltada à aceleração da transformação digital. O encontro ocorre nos dias 9 e 10 de outubro de 2025, no Porto Digital. Com formato híbrido, o evento conecta participantes de todo o mundo em uma experiência prática e colaborativa. Durante dois dias, desenvolvedores, engenheiros de software, arquitetos de TI e entusiastas da inovação digital terão acesso a desafios de cibersegurança em aplicações Mendix, com níveis que vão do iniciante ao avançado, além de workshops conduzidos por especialistas internacionais e oportunidades de networking global (<https://www.mendix.com/capture-the-flag/>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

Conexão Corporativa

Governança de IA: Estamos Gerenciando o Risco da IA ou Criando uma IA de Risco?

Glades Chuery



▶▶ Leia na página 5

Automóveis

Via Digital Motors

Lucia Camargo Nunes



▶▶ Leia na página 4

OPINIÃO

A revolução da IA no CRM: Além da tecnologia, uma questão cultural

Marco Silva e Silva (*)

Imagine-se entrando em uma concessionária de supercarros e sendo abordado pelo vendedor, expondo seus desejos e sendo apresentado para máquinas capazes de atingir 500 km/h.

É fácil se encantar com tantas funcionalidades, potência e recursos. O problema é que uma vez comprado o carro, descobrimos rapidamente que não há pistas adequadas para explorar todo esse potencial. O test drive foi feito em condições muito especiais e para muitos, pode ficar a sensação de ter sido enganado no momento da venda ou que aquela experiência não pode ser reproduzida na vida real.

Algo muito parecido acontece hoje nas empresas com as ferramentas de CRM e de automação de marketing: apenas ter a tecnologia de última geração não garante o sucesso, ou seja, não adianta ter o supercarro e dirigi-lo na hora do rush. Quando se trata de CRM e, principalmente, de Inteligência Artificial (IA) ligada ao CRM, a questão tecnológica está longe de ser o principal problema. O grande desafio que se coloca é criar um ecossistema humano e organizacional capaz de extrair o máximo valor dessas tecnologias.

A revolução da IA no relacionamento com clientes já está em curso, mas grande parte das organizações ainda não conseguiu sair do modo "spam". Enviamos mensagens genéricas para bases inteiras porque não sabemos quem realmente precisa receber aquela informação específica. Nossos retornos de campanha ficam estagnados e baixos porque atiramos para todos os lados, esperando acertar alguém. Temos todas as ferramentas para fazer diferente, mas faltam elementos críticos: a mudança cultural que permite às pessoas alimentarem adequadamente os sistemas com informações valiosas e a ausência de interconexão dos canais de contato com os clientes – estes canais estão se multiplicando com o avanço da tecnologia. É fundamental tornar a estratégia de dados algo relevante para a empresa.

Imagine quando os investidores começarem a analisar a estratégia de dados das empresas para precificar uma ação? Isso vai mudar o ponteiro da balança. Isso vai se tornar tão relevante quando revenue e EBT. Todas as empresas ainda enfrentam problemas técnicos com seus legados antigos e, mais difícil de resolver, a barreira cultural.

Tecnicamente estamos prontos. Já temos os supercarros! Ferramentas como Salesforce e ServiceNow já oferecem recursos avançados de análise de dados, automação e personalização em tempo real. Entretanto, para que essas soluções funcionem, é preciso que as informações estejam disponíveis, organizadas e institucionalizadas, não apenas guardadas na memória dos times comerciais ou dispersas em caixas de e-mail e mensagens instantâneas. Sem isso, se perde todo o potencial de revolucionar a forma como organizações vendem, atendem e se conectam com seus consumidores.

Essa realidade escancara a importância de uma mudança cultural profunda. Adotar a IA em processos de relacionamento com o cliente vai além de uma transformação tecnológica: exige que todos os envolvidos compreendam a relevância de registrar dados, compartilhar conhecimento e colaborar entre áreas. Por exemplo, de nada adianta cobrar resultados de vendas sem integrar metas que valorizem o uso estratégico da informação. A cultura

organizacional precisa estar alinhada com a visão de colocar o cliente no centro.

Empresas que já alcançaram maturidade nesse campo entendem que a IA só gera valor quando está inserida em um ecossistema com governança de dados robusta. Esse trabalho passa por padronizar processos, eliminar silos de informação e estabelecer políticas claras de incentivo. Somente assim é possível nutrir sistemas com dados confiáveis e permitir que a IA transforme essas informações em insights acionáveis, impulsionando campanhas direcionadas, melhorando taxas de conversão e prevendo comportamentos de clientes antes mesmo que os problemas escalem.

O impacto humano é, portanto, incontornável. A tecnologia existe, porém o fator crítico de sucesso está na capacidade das pessoas de utilizá-la. A evolução de plataformas com assistentes de voz, automações inteligentes e análise preditiva só faz sentido se os colaboradores estiverem preparados e dispostos a usar essas ferramentas como apoio estratégico. A IA pode indicar o próximo lead mais promissor, prever uma insatisfação iminente ou sugerir uma campanha hiperpersonalizada, mas cabe ao ser humano interpretar e transformar essas informações em ação.

Aqui me permito dar um exemplo. As ferramentas de IA conversacional já permitem que um vendedor grave um áudio no caminho entre reuniões, descrevendo o que foi discutido, e o sistema automaticamente cria oportunidades, identifica contatos, sugere valores e até propõe horários para próximas reuniões. Não se trata mais de preencher formulários extensos, mas de conversar naturalmente com um assistente inteligente que entende contexto e toma ações práticas.

Essa jornada também envolve reverter estruturas de remuneração, metas e indicadores. Companhias que segmentam departamentos sem promover colaboração interna acabam desperdiçando oportunidades valiosas. Para ser realmente centrado no consumidor ("customer-centric"), é preciso alinhar incentivos entre vendas, marketing, atendimento e operações, criando uma visão única do cliente. Dessa forma, a tecnologia deixa de ser apenas um investimento caro e se transforma em um diferencial competitivo.

Organizações que já começaram a trilhar esse caminho mostram que a verdadeira transformação não está na ferramenta em si, mas no processo de adoção. A IA não substitui o relacionamento humano: ela o potencializa. Para isso, é preciso coragem para mudar mentalidades, disciplina para registrar cada interação e perspicácia para extrair valor desses dados. O resultado é uma empresa capaz de entregar experiências personalizadas, resolver problemas antes que o cliente reclame e, principalmente, construir relacionamentos de confiança.

No fim das contas, ter o supercarro é só o começo. Para atingir todo o potencial das ferramentas modernas de relacionamento com o cliente, é necessário construir a "autobahn" (estrada alemã conhecida pela alta qualidade e ausência de limite de velocidade) organizacional: processos bem definidos, governança rigorosa, cultura orientada a dados e profissionais preparados para dirigir em alta velocidade. Assim, a IA deixa de ser uma promessa distante e passa a ser uma aliada estratégica no crescimento sustentável dos negócios.

(*) Diretor-executivo da GFT Technologies no Brasil.

Leonidas: uma nova arma antidrones

Os drones tornaram-se uma das armas mais importantes na guerra moderna, razão pela qual encontrar formas eficazes de neutralizá-los é essencial.

Vivaldo José Breternitz (*)

É relativamente comum que enxames desses drones, carregados com explosivos, sejam lançados sobre um determinado alvo, normalmente uma instalação militar, veículo blindado ou grupo de soldados, destruindo-os.

A empresa norte-americana Epirus, voltada a produtos destinados à guerra eletrônica, desenvolveu tecnologia voltada ao enfrentamento desse tipo de ataque, uma arma que dispara micro-ondas de alta potência (High-Power Microwave - HPM), que vem sendo chamada "Leonidas".

Em teste recente, que contou com a presença de representantes do Departamento de Defesa dos EUA e de nove países aliados, o Leonidas colocou fora de combate um enxame composto por 61 drones, sendo 49 deles com um único disparo.

Devido ao baixo custo dos drones, grandes quantidades deles são usadas em missões de ataque e reconhecimento. Os pulsos de energia eletromagnética do Leonidas são projetados para desativar ou destruir a eletrônica interna dos drones hostis.

A arquitetura de software do Leonidas permite que os operadores ajustem as formas de onda em tempo real, adaptando os efeitos para diferentes alvos e minimizando os riscos para sistemas aliados próximos e outros danos colaterais.

O design modular também permite múltiplas configurações, desde plataformas fixas até unidades montadas em veículos e barcos – nesse caso o alvo são os motores das embarcações inimigas.

Além disso, o Leonidas oferece vantagens táticas e econômicas significativas, com munição praticamente ilimitada enquanto houver energia, reduzindo drasticamente o custo por engajamento em comparação com disparos de artilharia, foguetes e mísseis.

No entanto, o Leonidas ainda enfrenta desafios típicos de armas desse tipo, como o alto consumo de energia, alcance limitado e o risco de interferência em eletrônicos próximos.



Apesar disso, seu potencial é grande, em um momento em que enxames de drones com inteligência artificial já estão em uso em diversos conflitos; esses enxames podem superar as defesas antiaéreas tradicionais, o que torna as armas de micro-ondas de alta potência cada vez mais relevantes.

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

Atualizações de software: seu primeiro escudo contra ameaças cibernéticas

A cada novo modelo de smartphone que chega ao mercado, os desenvolvedores não apenas buscam inovar no design e nas funcionalidades, mas também lançam atualizações de software para corrigir possíveis vulnerabilidades que os cibercriminosos poderiam explorar. Usar as funções de atualização automática nos dispositivos ajuda a manter o software atualizado e a proteger-se contra ameaças.



Em um mundo cada vez mais digitalizado, a segurança online é mais crucial do que nunca. As atualizações de software, muitas vezes vistas como um incômodo, são essenciais para proteger os dispositivos e dados dos usuários.

Especialistas da Norton, a marca de cibersegurança da Gen™ (NASDAQ: GEN) voltada para consumidores, alertam que as vulnerabilidades de software representam fragilidades de segurança em

sistemas operacionais ou programas. "Os cibercriminosos aproveitam essas falhas usando códigos maliciosos, infectando dispositivos simplesmente ao visitar um site, abrir uma mensagem comprometida ou executar arquivos infectados. Sem atualizações, os dispositivos das pessoas podem estar em risco de malware e ataques cibernéticos", explica Iskander

Sanchez-Rola, Diretor de IA e Inovação da Norton.

O executivo esclarece que essas atualizações não apenas corrigem vulnerabilidades que os cibercriminosos podem explorar, mas também melhoram significativamente o desempenho e a estabilidade do software, proporcionando acesso às funcionalidades e melhorias mais recentes. "Ignorar as atualizações pode ter consequências graves, reforçando a importância de manter os sistemas atualizados para mitigar riscos", recomenda Iskander.

Os usuários devem lembrar que sistemas desatualizados são alvos fáceis para os cibercriminosos e limitam o aproveitamento completo das funcionalidades de seus dispositivos. "É essencial entender a importância dessas atualizações para se proteger adequadamente", comenta Sanchez-Rola (www.norton.com).

News @TI

ricardosouza@netjen.com.br

AVEVA expande a oferta de infraestrutura de dados com o Amazon RDS

@ A AVEVA, líder global em software industrial que impulsiona a transformação digital e a sustentabilidade, está colaborando com a Amazon Web Services (AWS) para ajudar empresas industriais a reduzir sua carga de TI e acelerarem a adoção da nuvem. A colaboração permite que as equipes se concentrem em transformar dados operacionais em valor comercial. A integração do Amazon RDS ao AVEVA PI Data Infrastructure permite que organizações industriais simplifiquem e escalem o gerenciamento de dados operacionais executando o backend SQL do PI Asset Framework em serviços de banco de dados gerenciados na nuvem da AWS. A oferta combina toda a escala dos recursos de banco de dados seguros e gerenciados na nuvem da AWS com o gerenciamento especializado de dados de operações industriais da AVEVA, fornecendo uma infraestrutura de banco de dados confiável e de alto desempenho que pode ser dimensionada de acordo com as necessidades em constante mudança de uma empresa.

TE Connectivity é finalista do Prêmio Automotive Business na categoria Indústria 4.0

@ A TE Connectivity foi selecionada como finalista do Prêmio Automotive Business 2025 na categoria Indústria 4.0 com o um projeto que utiliza inteligência artificial para ampliar a eficiência e a performance de suas operações. O reconhecimento integra a 15ª edição do prêmio, que contou com mais de 200 inscrições e destacou 37 empresas em 12 categorias entre as finalistas. O case apresentado pela TE Connectivity mostra como a empresa vem aplicando inteligência artificial para transformar áreas estratégicas, da manufatura ao design de produtos, passando por prototipagem, manutenção preventiva e desenvolvimento de talentos. A tecnologia contribuiu para ganhos de produtividade, redução de custos e menor impacto ambiental, alinhando inovação a práticas de sustentabilidade. A votação para eleger as empresas vencedoras de cada categoria estão abertas ao público no link https://pt.surveymonkey.com/r/premioab25 até o dia 31 de outubro de 2025 (limite de 1 voto por CPF).

Empresas & Negócios | José Hamilton Mancuso (1936/2017) | Laurinda Machado Lobato (1941-2021) | Responsável: Lilian Mancuso

Editorias: Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br); Comercial: comercial@netjen.com.br; Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; Edição Eletrônica: Ricardo Souza. Revisão: Maria Cecília Camargo; Serviço Informativo: 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

Botão de contestação do Pix já está disponível aos usuários

O botão de contestação de transações do Pix já está disponível aos usuários com a finalidade de facilitar a devolução de valores para as vítimas de fraude, golpe e coerção

Formalmente chamado de autoatendimento do Mecanismo Especial de Devolução (MED), o botão pode ser acionado pelo aplicativo da instituição financeira com a qual o usuário tenha relacionamento.

Assim, o MED, criado em 2021, passa a ser feito de forma 100% digital, sem a necessidade de interação com a central de atendimento pessoal da instituição. De acordo com a autarquia, ao contestar uma transação, a informação é instantaneamente repassada para o banco do golpista, que deverá bloquear os recursos em sua conta, caso existam, inclusive valores parciais.

Depois do bloqueio, ambos os bancos têm até sete dias para analisar a contestação. Caso concordem que se trata realmente de um golpe, a devolução é efetuada diretamente para a conta da vítima.



O MED passa a ser feito de forma 100% digital, sem a necessidade de interação com a central de atendimento pessoal da instituição.

O prazo para essa devolução é de até onze dias após a contestação. O BC explicou que o autoatendimento do MED dará mais agilidade e velocidade ao processo de contestação de transações fraudulentas, "o que aumenta a chance de ainda haver recursos na conta do fraudador para viabilizar a devolução para a vítima".

O MED, bem como seu botão de contestação, não se aplica a casos de desacordos comerciais, arrependimento e erros no envio do Pix (como erro de digitação de chave) ou que envolvam terceiros de boa-fé, por exemplo. O BC ressalta que ele é específico para fraude, golpe e coerção. Outra mudança no MED é que será possível fazer a devolu-

ção do dinheiro a partir de outras contas, e não apenas daquela utilizada na fraude. Esse recurso estará disponível a partir de 23 de novembro, de forma facultativa, e se torna obrigatória em fevereiro do ano que vem.

Até então, a devolução dos recursos poderia ser feita apenas a partir da conta originalmente utilizada na fraude. O problema é que os fraudadores, em geral, retiram rapidamente os recursos da conta que recebeu o dinheiro e transferem para outras. Dessa forma, quando o cliente faz a reclamação e pede a devolução, o mais comum é que a conta já esteja esvaziada. Com os aprimoramentos, o MED vai identificar possíveis caminhos dos recursos. Essas informações serão compartilhadas com os participantes envolvidos nas transações e permitirão a devolução de recursos após a contestação (ABR).

Por que a educação financeira ainda é um desafio no Brasil?

Paulo Cunha (*)

Falar em educação financeira no Brasil ainda é, infelizmente, falar sobre um desafio estrutural

Apesar dos avanços recentes, o brasileiro médio segue com pouco acesso a informações práticas sobre como lidar com o dinheiro, investir e planejar o futuro.

Dados divulgados recentemente pela 17ª edição da pesquisa Observatório Febraban, 55% da população admite entender pouco ou nada de educação financeira, mesmo reconhecendo sua importância. Esse cenário se reflete também nos hábitos, apenas cerca de 37% dos brasileiros fazem algum tipo de aplicação financeira, percentual ainda baixo quando comparado a outros países emergentes.

Mas o problema não se resume à falta de conteúdo disponível. Hoje, vivemos justamente o oposto, há um excesso de informações, muitas vezes desencontradas, superficiais ou enviesadas. Para o investidor comum, isso gera confusão e escolhas equivocadas. Em meio a termos técnicos, jargões de mercado e promessas de ganhos rápidos, a sensação é de que investir é algo restrito a poucos especialistas, quando na verdade, deveria ser parte da vida cotidiana de todos.

O primeiro passo para simplificar essa jornada é resgatar o básico. A educação financeira não precisa ser complexa. Entender a importância de gastar menos do que se ganha, criar uma reserva de emergência, diversificar os investimentos e ter disciplina

já representa um avanço considerável para a maioria das famílias brasileiras. Mais do que buscar fórmulas mirabolantes, trata-se de consolidar hábitos saudáveis e consistentes.

Outro ponto crucial é a personalização. Cada investidor tem objetivos, perfil de risco e horizontes de tempo distintos. Nesse sentido, a assessoria de investimentos qualificada desempenha um papel essencial, ajudando a traduzir cenários econômicos e produtos financeiros para a realidade concreta de cada pessoa. É por meio dessa orientação que conseguimos reduzir ruídos, alinhar expectativas e mostrar que investir não é um jogo de apostas, mas uma construção gradual de patrimônio.

Por fim, é preciso combater a ilusão da "riqueza instantânea". O mercado financeiro oferece oportunidades, mas exige paciência e visão de longo prazo. Educação financeira de verdade é aquela que forma investidores conscientes, capazes de tomar decisões baseadas em planejamento, e não em impulsos.

O Brasil tem condições de avançar. À medida que mais pessoas compreendem a importância de cuidar bem do próprio dinheiro, cria-se um ciclo virtuoso que beneficia indivíduos, famílias e a economia como um todo. Simplificar o acesso ao conhecimento é o caminho mais eficaz para transformar o desafio da educação financeira em uma oportunidade de crescimento sustentável.

(*) - É Sócio-fundador da iHUB Investimentos e especialista em mercado financeiro certificado pela ANCORD.

CNU 2025: consultar locais de prova com antecedência

No próximo domingo (5), 760 mil candidatos participarão da segunda edição do Concurso Público Nacional Unificado (CNU), que será aplicado em 1.294 locais de provas em 228 cidades. O chamado "Enem dos Concursos" oferece, nesta edição, 3.652 vagas, em 32 órgãos da administração pública federal. O certame é organizado pelo Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (MGI), em parceria com a Escola Nacional de Administração Pública (Enap) e a Fundação Getúlio Vargas (FGV). Para evitar atrasos no dia da prova, o MGI e a FGV recomendam que os inscritos consultem com antecedência o cartão de confirmação. Todos os inscritos podem acessar o Cartão de Confirmação de Inscrição no site da

FGV (<https://conhecimento.fgv.br/cpnu2>). Para fazer o login, é preciso digitar o número do Cadastro de Pessoa Física (CPF) e a senha da conta Gov.br.

O documento traz endereço completo do local de aplicação das provas, horário de apresentação, número de inscrição e informações adicionais, como atendimento especializado ou uso de nome social, quando solicitado.

Apesar de não ser obrigatório, a organização recomenda levar o cartão impresso no dia da realização das provas para facilitar a localização. É necessário ainda levar documento de identificação com foto, caneta de tinta preta ou azul em material transparente (ABR).

Cerrado perdeu 28% da vegetação nativa em 40 anos

Uma análise dos dados da série histórica do MapBiomas sobre o uso do solo no Brasil, divulgada ontem (1º), traz dados alarmantes sobre o Cerrado, que ocupa 23,3% de todo o território do país. De acordo com o estudo, em 40 anos, o bioma perdeu 40,5 milhões de hectares, equivalentes a 28% de vegetação nativa. Essa mudança somada ao que já havia sido transformado antes do período entre 1985 e 2024, resulta em uma transformação total de quase metade, 47,9%, do Cerrado.

"Os impactos disso vão desde a fragmentação de habitats e a pressão sobre os serviços ecossistêmicos até mudanças regionais no regime hídrico, o que pode tornar o bioma mais vulnerável aos extremos climáticos", alerta a analista de pesquisa do IPAM e da equipe do Cerrado do MapBiomas, Bárbara Costa. A formação savânica foi a mais atingida ao longo de todo o período com uma redução de 26,1 milhões de hectares, seguido das formações florestais

reduzidas em 10,5 milhões de hectares. Os campos alagados também diminuíram 1,3 milhão de hectares.

As atividades humanas que ocuparam esses espaços foram principalmente o uso do solo para pasto, agropecuária e silvicultura, que, em 2024, já respondiam por 24,1%, 13,2% e 1,7% do território do bioma. Apesar das pastagens ocuparem mais espaço, a agricultura foi a atividade que mais avançou nos últimos 40 anos, tendo registrado uma variação de 533% desde 1985 e um avanço sobre 22,1 milhões de hectares.

O estudo aponta que as pastagens tiveram um crescimento significativo até 2007, mas nos anos seguintes a agricultura foi ganhando mais espaço. As lavouras temporárias, como a de soja, ocupavam, em 2024, 25,6 milhões de hectares enquanto a agricultura perene, como o café, estava, no ano passado, em 700 mil hectares do bioma (ABR).

A - Oportunidades em IA

O mercado de tecnologia continua aquecido. É nesse cenário que a Gateway, empresa com mais de 25 anos de atuação em soluções e serviços de TI, anuncia novas oportunidades para profissionais da área com salários que podem chegar a R\$ 21 mil, dependendo do nível de senioridade e da complexidade da posição. Entre as vagas abertas estão posições para pesquisadores em IA, engenheiros de prompt, especialistas em NLP, arquitetos de soluções e gerentes de produtos com foco em IA. Mais informações acesse (<https://gateway.com.br/nossas-vagas/>).

B - Área Cinematográfica

Em sua sexta edição, o Vitrine Lab, laboratório de distribuição cinematográfica do Grupo Vitrine Filmes, oferecerá 100 vagas gratuitas para profissionais e estudantes de todo o país. O Vitrine Lab é um curso voltado à formação de estudantes e profissionais interessados em atuar na área de distribuição cinematográfica. Também é destinado a produtores, diretores, roteiristas e demais profissionais do audiovisual que desejam aprofundar seus conhecimentos em áreas correlatas à sua atuação principal. Terá início no dia 13 de novembro e será realizado totalmente online ao longo de 10 encontros. Mais informações: (<https://www.vitrinefilmes.com.br/vitrinelab/>).

C - Inovação Industrial

Diferentes públicos ligados à indústria já podem se preparar para a maior feira de negócios e inovação do setor na América Latina, a Mercopar. A 34ª edição da feira multisetorial vem para fomentar negócios e networking, antecipar tendências e ser fonte de conteúdo técnico relevante para os segmentos da indústria, empreendedorismo e inovação. O evento é uma realização do Sebrae RS e do Sistema FIERGS e acontecerá em Caxias do Sul de 14 a 17 de outubro. A participação do público em geral é gratuita, e os interessados podem se inscrever no site (<http://mercopar.com.br>).

D - Carro Sustentável

Dois meses após o lançamento do programa Carro Sustentável, a procura por veículos nos modelos e versões contemplados pela iniciativa

do Governo Federal cresceu 13,5% no Brasil. É isso que aponta um levantamento exclusivo do Webmotors Autoinsights, ferramenta que fornece dados e informações sobre o mercado automotivo brasileiro. O Fiat Argô, nas versões contempladas pelo programa e disponíveis na plataforma, foi o modelo que observou maior crescimento de buscas e visitas, com alta de 37% no acumulado dos dois meses do programa, em comparação aos meses anteriores. Na sequência, estão Renault Kwid (+19%), Volkswagen Polo (+18%), Hyundai HB20S (+16%), Chevrolet Onix (+13%) e Fiat Mobi (+9%).

E - Bioinsumos no Agro

As inscrições para participar do 2º Fórum Bioinsumos no Agro, que acontecerá no dia 9 de outubro, no Auditório da Ocesp, em São Paulo, estão abertas. O evento reunirá lideranças, autoridades, executivos e especialistas dos setores público e privado, pesquisadores e representantes de entidades setoriais para tratar dos temas mais importantes para a promoção e fortalecimento do uso de bioinsumos no agro nacional. Para realizar a inscrição, de forma gratuita, basta acessar o site oficial: (<https://forumbioinsumosnoagro.com.br/>), clicar na aba "inscrições" e preencher os dados solicitados.

F - Turismo Religioso

O ano de 2025 marca mais um passo decisivo para o fortalecimento do turismo religioso no Brasil com a realização da 7ª edição do Fórum Nacional de Turismo Religioso, que acontecerá nos dias 25 e 26 de novembro, no Cine Teatro do Santuário do Divino Pai Eterno, em Trindade (GO). O evento, de caráter gratuito, consolida-se como o principal encontro do Brasil voltado ao desenvolvimento do turismo religioso, reunindo lideranças religiosas, gestores públicos, profissionais do trade turístico, acadêmicos, agentes culturais e representantes da sociedade civil. Saiba mais: (<https://www.forumturismoreligiosobr.com.br/>).

G - Dragagem no Porto

A Autoridade Portuária de Santos (APS) concluiu no início de setembro uma campanha de dragagem no Porto Organizado de Santos. O serviço

durou cerca de dois meses e consistiu na retirada de sedimentos e manutenção da profundidade esperada no canal de navegação, desde a região da Alemoa até a Barra, na Ponta da Praia. O serviço contemplou também berços de atracação. Após a dragagem, a APS realizou batimetria, que confirmou as profundidades - o canal de navegação, por exemplo, permanece com aproximadamente 15 metros, permitindo o acesso por navios de grande porte. Graças às campanhas de dragagem, o Porto de Santos vem mantendo o calado operacional e a segurança da navegação.

H - Veículo Icônico

Um dos veículos mais icônicos da história automotiva nacional, o Fiorino 147 completa 45 anos. Lançado em 1980, o modelo foi baseado no consagrado Fiat 147 e se consolidou como um símbolo de versatilidade e robustez, uma ferramenta de trabalho para diversos profissionais. O modelo reforça o espírito pioneiro, vanguardista e inovador da Fiat ao buscar soluções baseadas nos produtos do lineup e alinhadas aos desejos e necessidades dos consumidores. Pensado para atender às crescentes demandas urbanas por um transporte ágil e eficiente de cargas leves, o Fiorino 147 foi pioneiro no mercado brasileiro ao unir um espaço de carga na base de um veículo passeio, minimizando custos e melhorando a viabilidade de manutenção do modelo.

I - Loja na Ásia

A LIVE!, referência em moda fitness e lifestyle, acaba de inaugurar sua primeira loja na Ásia, localizada no Dusit Central Park, em Bangkok, Tailândia. Com 167 m² de área útil, o espaço representa um marco na expansão internacional da marca, que já soma quase duas décadas de trajetória desde sua fundação no Brasil. No Brasil, a marca consolidou presença em shoppings e agora acelera sua internacionalização. Além das operações já presentes em Dubai e nos Estados Unidos, a chegada à Tailândia acontece em parceria com o Tanachira Group, operador reconhecido por administrar marcas globais de lifestyle no varejo tailandês.

J - Fonte Fotovoltaica

O mercado de energia solar se consolidou como um dos motores de geração de empregos e transformação econômica no Brasil. No último ano, a fonte fotovoltaica gerou cerca de 500 mil novos empregos considerados "verdes", movimentou R\$ 57,5 bilhões em investimentos e evitou a emissão de 27 milhões de toneladas de CO₂, segundo dados da ABSOLAR. Hoje, 22,2% da energia consumida no país vem de sistemas solares, ficando atrás apenas da geração hídrica (44,5%). Desde sua chegada ao mercado, nos anos 90, o setor já gerou R\$ 250,9 bilhões em investimentos, com 1,6 milhão de empregos e R\$ 78 bilhões em tributos arrecadados.



Via Digital Motors

Lucia Camargo Nunes (*)

Jeep Avenger será produzido em Porto Real

A Stellantis confirmou a produção do Jeep Avenger no Polo Automotivo de Porto Real, no Rio de Janeiro – pela primeira vez no Brasil um Jeep fora de Goiana (PE).

Com plano de investimentos de R\$ 3 bilhões entre 2025 e 2030 para ampliar a produção, a planta passa a ser multimarca. O Avenger será construído sobre a plataforma Smart Car (antes era chamada de CMP), a mesma dos modelos Citroën feitos nessa fábrica – C3, AirCross e Basalt.

A iniciativa inclui a contratação de 300 funcionários e a instalação de cinco novos fornecedores em Porto Real até 2026.

O Avenger é compacto (mede 4,08 metros de comprimento) e vai brigar com SUVs como VW Tera, Fiat Pulse e Renault Kardian, além dos novos Toyota Yaris Cross e Honda WR-V.

O motor deve ser o mesmo que equipa alguns Citroën – T200 1.0 turbodiesel de até 130 cv, que poderá vir com sistema híbrido-leve.

O Jeep Avenger será lançado no Brasil em 2026 para completar a linha nacional ao lado do Renegade, Compass e Commander, esses produzidos em Goiana, junto com Ram Rampage e Fiat Toro.



Jeep Avenger.

Toyota adia lançamento do Yaris Cross

Após uma tempestade atingir suas instalações em Porto Feliz, interior de São Paulo, a Toyota revê planos e adia

seu principal lançamento do ano. A produção de motores nessa fábrica foi interrompida, levando à suspensão das atividades nas unidades de Indaiatuba e Sorocaba (SP), que dependem dos motores produzidos lá.

A retomada pode levar meses, e a Toyota busca alternativas de fornecimento de motores em unidades da Toyota em outros países.

A estimativa é de uma perda de cerca de 25 mil carros até o final do ano. Para minimizar os impactos, a Toyota e o Sindicato dos Metalúrgicos adotaram medidas de layoff, suspendendo temporariamente os contratos de trabalho, e adiando o lançamento do SUV Yaris Cross, ainda sem data definida.

Nissan atualiza Frontier e enxuga versões

A Nissan Frontier Attack recebeu atualizações no pacote de segurança Adas, incluindo alerta avançado de colisão frontal, assistente inteligente de frenagem e alerta de atenção ao motorista.

Todas as versões da linha 2026 agora permitem ao motorista desligar o airbag do passageiro quando necessário, com indicação no painel.

A picape, projetada para atender diferentes perfis de consumidores, apresenta avanços tecnológicos como visão 360° inteligente, detector de objetos em movimento, teto solar, multimídia de 8 polegadas e seis airbags. Traz ainda bancos com tecnologia “gravidade zero”, controles de tração e estabilidade, bloqueios de diferencial, controle de descida e auxílio de partida em rampas, entre outros.



Frontier Attack 2026.

Sob o capô, todas as versões contam com motor 2.3 16V biturbo a diesel de 190 cv de potência.

Às vésperas de deixar a Argentina e concentrar sua produção no México, a Frontier perde a versão XE. A picape média está à venda em três versões: Attack por R\$ 277,6 mil e Platinum AT 4x4 e Pro-4X AT 4x4 ambas por R\$ 318 mil.

Carregador rápido e eficiente

O novo Omoda 5, híbrido chinês que será lançado em outubro no Brasil, promete revolucionar a tecnologia a bordo com um sistema de carregamento sem fio de 50W para smartphones, o mais potente do mercado, com recarga rápida de até 50% em meia hora.

O sistema inclui um ventilador de resfriamento para proteger o dispositivo e um alerta de voz que avisa se o motorista esquecer o celular no carregador.

Dolphin Mini desvaloriza menos que Polo Track

O BYD Dolphin Mini, carro elétrico mais vendido no Brasil, mantém a liderança no segmento desde seu lançamento em fevereiro do ano passado. O marketplace Mobiauto constatou que, entre agosto de 2024 e agosto de 2025, o preço médio do modelo teve uma desvalorização de -7,85%, passando de R\$ 115.800 para R\$ 106.715.

Em comparação, o Volkswagen Polo Track, o automóvel mais vendido do país em 2024, desvalorizou -17% no mesmo período, de R\$ 89.990 para R\$ 74.301.



Dolphin Mini.

(*) - É economista e jornalista especializada no setor automotivo, editora do portal www.viadigital.com.br e do canal [@viadigitalmotors](https://www.youtube.com/@viadigitalmotors) no YouTube. E-mail: lucia@viadigital.com.br

Feira de inovação industrial fomenta negócios e networking no setor

Diferentes públicos ligados à indústria já podem se preparar para a maior feira de negócios e inovação do setor na América Latina, a Mercopar. A 34ª edição da feira multissetorial vem, mais uma vez, para fomentar negócios e networking, antecipar tendências e ser fonte de conteúdo técnico relevante para os segmentos da indústria, empreendedorismo e inovação. O evento é uma realização do Sebrae RS e do Sistema FIERGS (Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul) e acontecerá

em Caxias do Sul de 14 a 17 de outubro. A participação do público em geral é gratuita, e os interessados podem se inscrever no site da feira.

Os números de 2024 mostram o impacto do evento. O volume de negócios gerados foi de R\$ 935 milhões, o que representa crescimento de 66% em relação ao ano de 2023. Durante os quatro dias da feira, foram registrados 42.184 visitantes presenciais, que tiveram a oportunidade de visitar 561 expositores.

Também houve aumento de 80% no número de máquinas industriais expostas com relação a 2023.

Para 2025, as expectativas são otimistas. São esperados mais de 500 expositores e 60 startups, com empresas dos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e São Paulo. A organização já comercializou 100% dos espaços destinados aos expositores, e também haverá participação de empresários da China, um dos maiores parceiros

comerciais do Brasil. A feira reúne segmentos como metalmeccânico, automação industrial, borracha, plástico, movimentação e armazenagem, tecnologia da informação, energia e meio ambiente, atestando a grande diversidade do setor.

Os grandes diferenciais, segundo Luiz Carlos Bohn, presidente do Conselho Deliberativo Estadual do Sebrae RS, são a forte conexão entre grandes e pequenas empresas, fomentando negócios, e a difusão

de inovações, aumentando a competitividade do setor. “A Mercopar é uma fonte de conteúdo técnico, que busca aproximar os participantes do que há de mais inovador e do que é tendência e solução para a indústria. É voltada a um público gerador de negócios e interessado em conteúdo técnico qualificado, como empreendedores de pequenas, médias ou grandes empresas, CEOs, fornecedores, profissionais e acadêmicos”, afirma Bohn (<http://mercopar.com.br>).

PMEs Go Green: Inscrições para participar de programa de aceleração vão até 5 de outubro

Como objetivo de reconhecer e capacitar pequenas e médias empresas dos setores químico e automotivo, promovendo o crescimento sustentável e a geração de empregos na América Latina, a Câmara Brasil-Alemanha de São Paulo (AHK São Paulo), em parceria com a Fundação Eco+, no âmbito do programa AL-INVEST Verde, criou o PMEs Go Green.

Financiado pela União Europeia, o programa acelera projetos que desenvolvem negócios, produtos ou processos sustentáveis, alinhados aos princípios da economia verde, fortalecendo ainda mais o papel das MPMEs na construção de um futuro mais responsável e competitivo.

A participação na imersão de aceleração é gratuita e as inscrições para o programa vão até 05 de outubro.

“O PMEs Go Green está alinhado com a missão da Câmara Brasil-Alemanha: fomentar soluções inovadoras e sustentáveis, estimular o crescimento de negócios e abrir novas oportunidades de cooperação bilateral. Nosso objetivo é apoiar pequenas e médias empresas na transição para uma economia mais verde e competitiva, capacitando-as para os desafios do presente e do futuro de cadeias de valor globais. Desenvolvida no âmbito do programa AL-INVEST Verde, financiado pela União Europeia, a iniciativa oferece as ferramentas e conexões necessárias para que empreendedores transformem ideias em negócios de impacto real”, afirmou Bruno Vath Zarpellon, Diretor Executivo de Desenvolvimento de Negócios da Câmara Brasil-Alemanha de São Paulo.

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

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

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

O pretendente: **FABRICIO MARTINS DE OLIVEIRA**, profissão: empreendedor, estado civil: divorciado, naturalidade: Caxias, MA, data-nascimento: 18/07/1975, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Manoel Martins de Oliveira e de Francisca Martins de Oliveira. A pretendente: **FLAVIA GOMES DE ARAUJO**, profissão: professora, estado civil: divorciada, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 24/05/1978, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Durval Gomes de Araujo e de Clea Maria de Araujo.

O pretendente: **CARLOS EUGÊNIO AZEVEDO**, profissão: chapeiro, estado civil: divorciado, naturalidade: Itarema, CE, data-nascimento: 05/11/1996, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Francisco Nande Marciano Azevedo e de Maria Flavia Matias. A pretendente: **CRISTIANE SILVA DE SOUZA**, profissão: auxiliar administrativa, estado civil: divorciada, naturalidade: Petrópolis, RJ, data-nascimento: 04/03/1997, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Luís Antonio de Souza e de Cirlene da Conceição Silva de Souza.

O pretendente: **BRUNO CESAR BARRETO DE SOUZA**, profissão: motorista de aplicativo, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 13/10/1994, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Adailton Pereira de Souza e de Alexandra Barreto de Souza. A pretendente: **DRIELE DE ANDRADE BATISTA**, profissão: garçonete, estado civil: solteira, naturalidade: Cotia, SP, data-nascimento: 09/12/1994, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Elias Batista e de Maria Riiza da Conceição Andrade.

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

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

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

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

O pretendente: **RODRIGO CALDAS MORAES**, estado civil solteiro, filho de Paulo Vicente Moraes e de Ana Rita Pinheiro Caldas, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **BRUNA CRISTINA ROCHA SCHIPPA**, estado civil solteira, filha de Almerinda Ambrosina Rocha e Mary Suelly Schippa, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **RAFAEL VANTI PEREIRA**, estado civil divorciado, filho de Rudney Pereira e de Maria Helena Luizon Vanti Pereira, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **RAPHAELA MARQUES MACEDO**, estado civil solteira, filha de Valter Donizeti Macedo Junior e de Milene Raquel Marques Garcia, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **LEONARDO MARQUES FIRMINO**, estado civil solteiro, filho de Adilson Gomes Firmino e de Ester Araujo Marques Firmino, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **JOICE MARIA DA SILVA**, estado civil solteira, filha de Jose Antonio da Silva e de Clarice Maria da Conceição, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **BRUNO DOMINGUES DE OLIVEIRA**, estado civil solteiro, filho de Ermson Domingues de Oliveira e de Marilice Cunha Domingues de Oliveira, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **NATALIA PIAGENTINI NAMESNIK**, estado civil solteira, filha de Rogerio Arthur Namesnik e de Cecília Cecchetti Piagentini Namesnik, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - 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



Marketing sob medida: o momento certo de usar cada estratégia para crescer de verdade

Robson V. Leite revela como o timing e a inteligência no modelo de negócios transformam ações de marketing em crescimento sustentável

Recentes estudos destacam a importância da personalização como elemento-chave do sucesso em marketing. Relatórios da McKinsey apontam que 71% dos consumidores esperam interações personalizadas, enquanto 76% se frustram quando isso não acontece. Pesquisa da Aberdeen Group mostra ainda que campanhas com marketing personalizado apresentam 88% mais resultados positivos. Esses dados confirmam que adotar estratégias sob medida não é mais diferencial, é exigência.



para o modelo de negócios, estruturar o processo comercial com inteligência e, então, potencializar com a tática correta de marketing.”

Robson V. Leite, fundador da Agência de Valor, reforça que o equívoco comum das agências é iniciar pelas táticas de marketing, sem antes entender o modelo de negócios. Ele afirma: “O maior erro não está na escolha da estratégia de marketing, mas em começar pelo marketing. No Agência de Valor, eu mostro que o primeiro passo é entender o modelo de negócios, realizar um diagnóstico e melhorar o processo comercial do cliente. Só depois, conhecendo profundamente o mercado em que ele atua e como realiza vendas, é possível potencializar resultados com marketing.”

Essa abordagem evita o efeito “cópia de mercado” e resultados com baixa percepção de valor. Robson complementa: “Sem essa visão, qualquer estratégia aplicada tende a ser apenas uma cópia do que outros negócios estão fazendo, sem considerar o momento, a operação e a capacidade de execução. Isso leva a investimentos mal direcionados e a uma percepção de baixo retorno, porque a ação não foi construída sobre um diagnóstico real. A melhor estratégia é, portanto, olhar

Para dar suporte técnico às decisões, ele utiliza o método “Jornadas de Valor”, que classifica o estágio de maturidade da empresa e define quais alavancas acionadas em cada fase. “Cada negócio está em um estágio diferente de maturidade, e isso muda completamente quais ações de marketing vão gerar resultado real. Se o negócio ainda não tem um processo comercial sólido ou uma base mínima de clientes ativos, por exemplo, investir pesado em tráfego pago pode gerar volume, mas não conversão. Nesse caso, o foco precisa estar em estruturar a operação e criar previsibilidade de vendas antes de ampliar o alcance. Entender o momento, evitar decisões precipitadas, reduzir desperdício de investimento e permitir construir um crescimento sustentável.”

Segue-se um fluxo adaptável, mas estruturado: primeiro posicionamento, depois conteúdo estratégico e, por fim, ativação via tráfego, tudo sustentado por branding contínuo. “Existe

uma lógica ideal, mas ela sempre precisa ser adaptada ao momento e ao modelo de negócios. No Agência de Valor, trabalhamos primeiro o posicionamento, porque é ele que define como a marca vai ser percebida no mercado e qual público será atraído. Sem um posicionamento claro, qualquer investimento em branding, tráfego ou conteúdo perde força. Depois, entramos no conteúdo estratégico, que serve para validar a autoridade e reforçar a proposta de valor. Em seguida, o tráfego é acionado para ampliar o alcance das mensagens certas para as pessoas certas. Já o branding, no sentido mais amplo, é um trabalho contínuo.”

No que diz respeito ao equilíbrio entre ações de curto e longo prazo, Robson estabelece a distinção e a convivência consciente entre elas: “Uma estratégia de resultado imediato normalmente está ligada a ações de conversão direta, como campanhas de tráfego pago para oferta específica. Já uma estratégia de longo prazo é aquela que fortalece a marca, posiciona a empresa como autoridade e cria ativos que continuam gerando retorno mesmo depois de encerrada a cam-

panha inicial.” Para negócios urgentes, ele defende usar ações rápidas para gerar caixa, enquanto constrói, simultaneamente, estrutura capaz de sustentar crescimento duradouro.

Quando questionado sobre o momento certo para abandonar uma estratégia que não está funcionando, Robson esclarece: “O momento certo para pivotar ou abandonar uma estratégia não pode ser decidido no calor da frustração, e sim com base em dados e ciclos de validação bem definidos.

Para confirmar que a estratégia está realmente funcionando, ele busca previsibilidade nos resultados e alinhamento com o posicionamento e modelo de negócios do cliente: “O primeiro sinal é quando a estratégia começa a gerar previsibilidade, ou seja, quando os resultados deixam de ser acidentais e passam a acontecer de forma consistente, mês após mês. Avaliamos evolução em indicadores como taxa de conversão, ticket médio, LTV e previsibilidade de receita. Quando a agência apenas repete o que o mercado faz, comunicação genérica, diferenciais pouco claros, cliente competindo por preço. Já quando a estratégia é sob medida, há conexão direta entre as ações, proposta de valor e resultados. Isso se traduz em contratos mais longos, menor churn e margens mais saudáveis. No final do dia, se você está trazendo o resultado esperado pelo cliente, você estará no caminho certo, mas repetir o resultado todos os meses, mesmo que positivo, representa estagnação. Uma Agência de Valor opera para escalar os resultados lado a lado com o objetivo do cliente.” finaliza Robson V. Leite.

Conexões Corporativas

Glades Chuery (*)



Governança de IA: Estamos Gerenciando o Risco da IA ou Criando uma IA de Risco?

Uma análise crítica dos frameworks de governança, do voluntarismo do NIST à incerteza regulatória no Brasil, e o perigo do “teatro da conformidade”.

A Inteligência Artificial deixou de ser promessa e já impacta a sociedade com benefícios e riscos. A resposta institucional a esses riscos foi a criação de frameworks de governança, mas a questão central é: estamos realmente gerindo os perigos da IA ou apenas construindo uma “IA de risco”?

O NIST, nos EUA, lançou em 2023 o AI Risk Management Framework (AI RMF 1.0), estruturado em quatro funções — Governar, Mapear, Medir e Gerir. O modelo é flexível, voluntário e busca promover sistemas de IA confiáveis, seguros, transparentes e justos. Entretanto, sua natureza voluntária é também sua fragilidade: sem mecanismos de *enforcement*, acaba servindo mais como guia de boas práticas do que como instrumento eficaz de mitigação. Num mercado em que velocidade e lucro predominam, confiar na autorregulação é comparável a pedir que a raposa cuide do galinheiro.

Em contraste, a União Europeia avançou com o EU AI Act, a primeira legislação abrangente e obrigatória sobre IA, baseada em risco e acompanhada de sanções pesadas para o descumprimento — multas de até €35 milhões ou 7% do faturamento global. A diferença revela a fratura filosófica entre abordagens voluntárias e vinculativas na governança global da IA.

O Brasil caminha lentamente com o PL 2338/2023, inspirado na União Europeia. A proposta cria o Sistema Nacional de Regulação e

Governança da Inteligência Artificial (SIA), coordenado pela ANPD. Apesar da ambição regulatória, o desenho institucional gera incertezas: sobreposição de competências entre ANPD e outras autoridades, risco de burocracia excessiva e insegurança jurídica. O perigo é construir um “monstro” regulatório antes mesmo de dominar a tecnologia, sufocando a inovação responsável e favorecendo zonas cinzentas.

O cerne do debate, no entanto, vai além: não se trata apenas de mitigar riscos da IA, mas de reconhecer que estamos desenvolvendo uma “IA de risco”. Modelos de larga escala (LLMs), cada vez mais usados, são opacos até mesmo para seus criadores, mudando de forma imprevisível ao interagir com o mundo real. Admitir a necessidade de “gerir viés” é reconhecer que aceitamos implantar sistemas enviesados em larga escala e que a governança virou mera gestão de danos. Em vez de prevenir riscos fundamentais, lidamos com consequências inevitáveis.

Assim, a proliferação de frameworks corre o risco de se tornar um “teatro da conformidade”: um checklist para garantir selos de “IA responsável”, enquanto os riscos estruturais seguem intocados. O desafio é sair da superfície, questionar a validade dos frameworks e enfrentar os perigos da complacência regulatória.

No fim, a pergunta que permanece é se estamos realmente construindo pontes para um futuro mais seguro com a IA, ou apenas decorando as grades de uma jaula dourada que nós mesmos projetamos.

Glades Chuery mãe da Helena, é uma das principais vozes no Brasil em Governança, Inovação e Inteligência Artificial Aplicada aos Negócios. É Business Partnership Manager no Grupo Ag Capital, Referência em Taxtech.

Erro do INSS permite revisão para quem trabalhou em mais de um emprego

Aposentados e pensionistas que tiveram benefícios concedidos antes da Reforma da Previdência, em 2019, e que exerceram duas ou mais atividades profissionais simultâneas podem ter direito à recuperação de valores junto ao Instituto Nacional do Seguro Social (INSS). Médicos que conciliavam hospitais e consultórios próprios, professores que ministravam aulas particulares paralelamente ao emprego formal ou trabalhadores que atuavam como autônomos em serviços extras estão entre os grupos que podem ser beneficiados.

Durante anos, o INSS aplicou uma metodologia restritiva no cálculo das aposentadorias de contribuintes com atividades concomitantes. Em vez de somar todas as contribuições realizadas ao mesmo tempo, considerava apenas o valor da maior contribuição. Na prática, isso reduziu os salários de benefício de milhares de pessoas. O procedimento correto, no entanto, é a

soma das contribuições respeitando o teto previdenciário, atualmente fixado em R\$ 8.157,41 em 2025. Quando os valores ultrapassam esse limite, o excedente pode ser restituído por meio da declaração de Imposto de Renda.

“Imagine um profissional que recebia R\$ 3.000 na empresa e, simultaneamente, R\$ 2.000 como autônomo. O INSS considerava apenas os R\$ 3.000, quando o correto seria calcular sobre os R\$ 5.000”, explica Pietro Ceccatto, diretor da Assessoria Previdenciária do Brasil (APB). Segundo ele, o próprio INSS reconheceu recentemente a necessidade de correção, entendendo que as contribuições devem ser somadas para o cálculo do salário de benefício, o que abre espaço para revisão de décadas de cálculos equivocados. Esse processo pode ser solicitado administrativamente.

Ceccatto orienta que o cidadão procure atendimento especializado para

analisar a Carta de Concessão e avaliar se houve erro. “Assim é possível corrigir distorções com segurança”, afirma. Ele destaca que a APB, referência nacional no setor, oferece o serviço de revisão sem custo para averiguação inicial.

Têm direito à revisão de atividades concomitantes os aposentados e pensionistas com benefícios concedidos antes de 18 de junho de 2019, profissionais que exerceram múltiplas atividades simultaneamente e cujos cálculos originais desconsideraram contribuições paralelas, além daqueles que não realizaram revisão administrativa ou judicial até o momento.

“Uma assessoria previdenciária especializada pode ser a via mais eficaz para resolver esse tipo de situação. Em muitos casos, basta a Carta de Concessão para confirmar se há valores a recuperar”, conclui o diretor da APB. Fonte e mais informações: (www.apbprev.com.br) ou pelo Instagram @apb.prev.

ULTRA MOBILIDADE S.A.

CNPJ nº 47.170.439/0001-26 - NIRE: 35300668197

Ata de Assembleia Geral Extraordinária

Data, Hora e Local: 20 de junho de 2025, às 10 horas, na sede social. Mesa: Alexandre Mendes Palhares - Presidente; Denize Sampaio Bicudo - Secretária. Ordem do dia e Deliberações: 1. Aprova o aumento do capital social da Companhia no montante de R\$ 2.500.000,00, passando o capital social de R\$ 9.499.808.732,00 para R\$ 9.502.308.738,00, mediante a emissão de 2.500.000 ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal, ao preço de emissão de R\$1,00 cada, totalmente subscritas neste ato pela Ultrarap Participações S.A., conforme Boletim de Subscrição (Anexo II). 2. Em razão do aumento de capital da Companhia, aprova a alteração da redação do Artigo 5º do Estatuto Social, descrito na íntegra desta ata (anexo I). 3. Aprova a alteração do Capítulo V do Estatuto Social, descrito na íntegra desta ata (anexo I). 4. Aprova a consolidação do Estatuto Social (Anexo I). Esta ata foi lida, aprovada e assinada pelos presentes. A íntegra da ata está publicada no endereço eletrônico deste jornal nesta data. Registro JUCESP nº 337.426/25-9, em 12/09/2025. Marina Centurion Dardani - Secretária Geral.

ULTRA MOBILIDADE S.A.

CNPJ nº 47.170.439/0001-26 - NIRE: 35300668197

Ata de Assembleia Geral Extraordinária

Data, Hora e Local: 18 de julho de 2025, às 11 horas, na sede social. Mesa: Alexandre Mendes Palhares - Presidente; Denize Sampaio Bicudo - Secretária. Ordem do dia e Deliberações: 1. Aprova o aumento do capital social da Companhia no montante de R\$ 15.000.000,00, passando o capital social de R\$ 9.502.308.738,00 para R\$ 9.517.308.738,00, mediante a emissão de 15.000.000 ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal, ao preço de emissão de R\$1,00 cada, totalmente subscritas neste ato pela Ultrarap Participações S.A., conforme Boletim de Subscrição (Anexo II). 2. Aprova a alteração da redação do Artigo 5º do Estatuto Social, conforme descrito no anexo I, que integra esta ata. Esta ata foi lida, aprovada e assinada pelos presentes. A íntegra da ata está publicada no endereço eletrônico deste jornal nesta data. Registro JUCESP nº 334.569/25-1, em 26/09/2025. Marina Centurion Dardani, Secretária Geral.

Registro Civil de Pessoas

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL
3º Subdistrito - Penha de França
Dr. Mario Luiz Migotto - Oficial Interino

Faço público a saber que: **ADHEMAR GAMA DA SILVA**, nascido em São Paulo, SP, em 04/07/2002, filho de Ademir Fermino da Silva e de Josefa Erenita da Silva, nos termos do artigo 56 da Lei 6015/73 alterada pela Lei Federal 14.382/2022 promoveu a alteração do seu nome para: **ZANON GAMA DA SILVA**. 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



Turismo



 Empresas
&
Negócios

TIERRA PATAGONIA COM NOVIDADES EM EXPERIÊNCIAS, BEM-ESTAR, GASTRONOMIA E SUSTENTABILIDADE

O Tierra Patagonia Hotel & Spa, parte do portfólio da rede Baillie Lodges, inicia a temporada 2025/2026 – que vai de 4 de outubro a 18 de abril – celebrando novidades que reforçam sua essência: oferecer experiências autênticas e memoráveis, sempre em profunda conexão com a natureza e a cultura local.

Entre as principais novidades estão excursões voltadas à vida selvagem e às paisagens da região. Nelas, os hóspedes terão a oportunidade de vivenciar experiências exclusivas de observação de pumas, seja em saídas guiadas diretamente do hotel, em expedições de dia inteiro com rastreadores especializados ou em estâncias reconhecidas mundialmente pela prática. Também será possível explorar ecossistemas únicos, como Vega Castillo, ricos em fauna e avifauna, e desfrutar de dias típicos na Laguna Azul, com cavalgadas, churrasco tradicional e caminhadas cênicas.

O programa de bem-estar também foi ampliado e agora vai além das práticas clássicas de yoga e massagem. Há novas terapias e equipamentos, incluindo massagens com esfoliantes de calafate, tratamentos com argila especial e técnicas esportivas. Terapias alternativas como reiki, meditação e sound healing com tigelas tibetanas, de quartzo e gongs completam a proposta, enquanto as aulas de yoga foram adaptadas para diferentes níveis e incluem sessões ao ar livre em locais de rara beleza como Laguna Azul e Laguna Verde. O objetivo é permitir que cada hóspede encontre a experiência que mais se adapte às suas necessidades, sempre guiado por wellness hosts dedicados.

Na gastronomia, a proposta mantém a essência de uma cozinha caseira, calorosa e profundamente

conectada à cultura chilena e patagônica. O cardápio celebra ingredientes frescos e regionais, com pratos que transitam entre o mar e a terra, além de opções vegetarianas. Entre as novidades estão receitas que valorizam a centolla magalhânica, a truta patagônica e o congrio frito, além de preparos clássicos como cordeiro braseado, fraldinha grelhada com chimichurri e o tradicional pollo arvejado. Para os vegetarianos, pratos como curry de grão-de-bico e milanesa de berinjela trazem aconchego e sabor. Todas as refeições são harmonizadas com vinhos cuidadosamente selecionados, representando a diversidade das regiões vitivinícolas do Chile.

O conforto das acomodações também ganhou atenção especial. Elas agora contam com mais espaço de armazenamento, minibar completo, cafeteira Nespresso com cápsulas e café peruano Ciclos servido em prensa francesa. Detalhes artesanais criados por artistas chilenos, como luminárias, tapetes, trilhos de cama e louças feitas à mão, acrescentam autenticidade e calor a cada ambiente.

Além disso, a loja foi transferida para um espaço maior, ampliando sua oferta com uma curadoria especial dedicada a apoiar pequenos empresários e artesãos locais. Nomes como Alpakia, Karina Leathers, La Biota Jewelry, Conexión Nativa e Barbucho trazem

produtos que vão de ponchos artesanais e bolsas de couro a joias inspiradas na flora patagônica, cosméticos naturais e itens tradicionais da cultura gaúcha.

Outro destaque é a inauguração da Guide House, um espaço dedicado ao planejamento de itinerários, com apoio audiovisual e vistas panorâmicas, oferecendo aos hóspedes uma experiência ainda mais personalizada. Na área ambiental, o hotel dá um passo significativo ao implementar um novo programa de gestão de resíduos em parceria com a empresa Resister, garantindo a separação e reciclagem de papelão, vidro, plásticos e metais (www.tierrahotels.com).



Turismo

Empresas
&
Negócios

SERRA NEGRA CELEBRA O DIA INTERNACIONAL DO CAFÉ COM TRADIÇÃO E TURISMO RURAL

No dia 1º de outubro, o mundo inteiro se uniu para celebrar o Dia Internacional do Café, data oficializada pela Organização Internacional do Café (OIC) em 2015. Muito além de uma bebida, o café é símbolo de encontros, afeto e identidade cultural em diversos países. No Brasil, maior produtor do grão no planeta, a ocasião ganha ainda mais relevância. E, no coração do Circuito das Águas Paulista, Serra Negra é um dos destinos que melhor representam essa herança.

Liçada à cafeicultura há mais de dois séculos, a cidade transformou o cultivo em patrimônio e experiência. O café está presente até no brasão oficial do município e se tornou um dos pilares da economia e da cultura local. Com registros de comercialização de café datando de 1850, a cultura rapidamente tomou o protagonismo, a ponto de, em 1882, a cidade receber um ramal ferroviário da Companhia Mogiana com o objetivo de escoar a produção rumo ao porto de Santos.

Nas últimas duas décadas, produtores locais investiram em conhecimento técnico, em práticas sustentáveis e em processos de torra e cultivo cada vez mais sofisticados. O resultado desse esforço coletivo é que o café de Serra Negra passou a conquistar prêmios em feiras nacionais e internacionais, sendo reconhecido

entre os melhores da América do Sul. Esse reconhecimento fez com que a bebida deixasse de ser apenas parte do cotidiano local e se tornasse um atrativo turístico de peso.

O Café Nonno Marchi é um dos principais representantes dessa nova fase do turismo rural cafeeiro. Localizado na Rota do Café, o empreendimento familiar cultiva grãos 100% arábica a 1.150 metros de altitude, oferecendo visitas guiadas que vão do pé à xícara, com direito a conhecer a lavoura, os processos de produção e, claro, degustar o café com vista para o vale das Três Barras. São 19 hectares plantados e mais de 100 anos de tradição passada de geração em geração.

Outro destaque é o charmoso Museu do Café Vale do Ouro Verde, que oferece o passeio cultural "Do cafezal ao cafezinho". A



iniciativa alia história, natureza e cultura, com acervo de objetos antigos, máquinas e fotos que contam a trajetória da família imigrante italiana fundadora da propriedade e sua paixão pelo café. O espaço, emoldurado por cafezais, funciona aos fins de semana com entrada franca e atendimento a grupos com agendamento.

Já o Café Santa Serra, outro ponto imperdível, proporciona uma pausa para apreciar a bebida em um ambiente bucólico e acolhedor. Ideal para quem busca relaxar e se conectar com os sabores e aromas de um bom café artesanal em meio à natureza exuberante de Serra Negra, onde é possível visitar e conhecer o terreiro de café e sua linha de produção.

A cidade também é berço de marcas reconhecidas, como o Café Grão da Serra e o Café da Montanha, que, embora não recebam visitantes em suas propriedades, reforçam a tradição e qualidade do grão serra-negrense no varejo.

Para mais informações sobre o destino além de dicas de hospedagem e restaurantes acesse: <https://visiteserranegra.com.br> e www.instagram.com/visiteserranegraoficial



Turismo da melhor idade ganha força e movimentação o setor de viagens no Brasil

No Dia do Idoso, a ABAV Nacional destacou as opções preferidas do público 60+

Viajar não tem idade. A cada ano cresce o número de pessoas com mais de 60 anos que encontram no turismo uma forma de lazer, bem-estar e descobertas culturais. Atentas a essa tendência, agências de viagens têm ampliado e personalizado suas ofertas para atender às preferências desse público, que se consolida como um dos segmentos mais relevantes do setor. Neste 1º de outubro, Dia Internacional do Idoso, a Associação Brasileira de Agências de Viagens - ABAV Nacional - celebra a data reforçando a importância do turismo 60+ e sua contribuição para um mercado cada vez mais diverso e inclusivo.

O crescimento desse nicho traz também uma atenção especial aos cuidados. Planejar com antecedência, buscar pacotes adaptados às necessidades de mobilidade e contar com o suporte de um agente de viagens, que garante assistência em casos de imprevistos, são fatores fundamentais para garantir tranquilidade e segurança durante a jornada.

No Brasil, cidades litorâneas, especialmente no Nordeste, atraem pela combinação de clima agradável, infraestrutura hoteleira de qualidade e opções de lazer voltadas ao descanso. Já destinos de natureza e bem-estar, como a Serra Gaúcha, a Chapada dos Veadeiros e as cidades termais de Goiás e Minas Gerais, se destacam por oferecer paisagens encantadoras, gastronomia típica e experiências que priorizam saúde e qualidade de vida.

Entre os destinos mais procurados por esse público também estão os cruzeiros marítimos, que oferecem comodidade, conforto e a segurança de reunir hospedagem, lazer e deslocamento em uma única experiência. Circuitos religiosos, com destaque para Aparecida (SP); Fátima, em Portugal; e o roteiro da Terra Santa, proporcionam momentos de fé, espiritualidade e convivência em grupo.

Divulgação: Castelo Park Aquático





Andrea_Piacquadio_de_Pexels_CANVA

HIPERCONNECTIVIDADE NO TRABALHO

ENTENDA QUANDO O "SEMPRE ONLINE" SABOTA (OU POTENCIALIZA) A PRODUTIVIDADE

Cada vez mais presentes no cotidiano corporativo, notificações, e-mails e reuniões online prometem encurtar distâncias e acelerar processos. Porém, essa hiperconexão, que parece sinônimo de eficiência, pode facilmente se tornar um fator de dispersão, desgaste e queda de produtividade. A questão não é estar conectado ou não, mas como essa conexão é gerida, com quais limites e qual intencionalidade.

Adilson Batista (*)

O que significa a palavra hiperconectividade? - Hiperconectividade é a condição de estar permanentemente ligado a múltiplos canais digitais, sendo e-mails, chats, plataformas colaborativas, redes sociais e aplicativos móveis. O conceito surgiu para descrever indivíduos e organizações que interagem por diversos meios simultaneamente, aumentando o volume e a velocidade das trocas. No mundo do trabalho, isso se traduz em jornadas repletas de alertas, solicitações instantâneas e expectativa de retorno imediato. Se por um lado isso viabiliza respostas rápidas e colaboração remota, por outro, sem regras claras, abre espaço para interrupções constantes, excesso de reuniões e pressão por disponibilidade ininterrupta.

O que a hiperconectividade pode causar no ambiente de trabalho? - Dados recentes ajudam a dimensionar esse impacto. Uma análise da Microsoft mostra que um trabalhador médio recebe 117 e-mails por dia e é interrompido a cada dois minutos por mensagens, convites de reunião ou notificações. Mais da metade das reuniões ocorrem sem agendamento prévio, e a incidência de encontros após as 20 horas cresceu 16% em apenas um ano. Esse padrão desloca energia de atividades produtivas para o chamado "trabalho sobre o trabalho", onde boa parte do tempo é gasta acompanhando status, buscando informações dispersas e participando de reuniões redundantes. Segundo o Work Trend Index, 57% do tempo de um colaborador é consumido com comunicação e apenas 43% com atividades criativas ou de entrega efetiva. Além disso, 62% relatam gastar tempo demais apenas para localizar dados que deveriam estar facilmente disponíveis.

O que é uma pessoa hiperconectada e como identificá-la? - No nível individual, a hiperconectividade se manifesta em comportamentos que já se tornaram comuns: checar mensagens compulsivamente, alternar entre diferentes canais a cada poucos minutos, responder fora do expediente com frequência e sentir que o dia termina sem avanços significativos em tarefas que exigem concentração profunda. Pesquisas da Universidade da Califórnia mostram que, diante de telas, nossa atenção permanece, em média, apenas 47 segundos antes de mudar de foco. Esse ciclo de fragmentação constante mina o desempenho cognitivo e reforça a sensação de caos.



oia_danielovich_de_Pexels_CANVA

Quais são as principais consequências da hiperconectividade nas empresas? - Empresas que não estabelecem diretrizes para o uso equilibrado da tecnologia enfrentam consequências que vão além da perda de produtividade. Estudos da Asana indicam que até 60% do tempo de um trabalhador pode ser

consumido com atividades de alinhamento, resultando em centenas de horas anuais gastas "falando sobre o trabalho" em vez de realizá-lo. Interrupções contínuas tornam decisões mais lentas, afetam a qualidade de entregas estratégicas e corroem a satisfação da equipe. A Organização Mundial da Saúde já reconhece o burnout como um fenômeno ocupacional. Em 2024, 41% dos trabalhadores em todo o mundo relataram altos níveis de estresse. A normalização de mensagens e reuniões fora do expediente reforça a sensação de jornada sem fim, aumenta a percepção de injustiça e pode comprometer a retenção de talentos.

Como lidar com a hiperconectividade de forma saudável e produtiva? - Esse desafio exige mudanças em duas frentes: individuais e organizacionais. Para os profissionais, algumas práticas ajudam a recuperar o controle sobre o tempo e a atenção, como desativar notificações não essenciais, reservar blocos de trabalho concentrados ao longo do dia, checar mensagens em horários definidos e avaliar com critério a necessidade de participar de cada reunião. Para as lideranças, o desafio é sistêmico: definir janelas de resposta realistas, desencorajar mensagens fora do expediente, estabelecer períodos sem reuniões e incentivar a comunicação assíncrona são medidas que contribuem para um ambiente mais sustentável. Monitorar métricas de higiene digital, como o número de interrupções por hora ou a quantidade de reuniões improvisadas, ajuda a entender onde estão os principais gargalos.

“ Para os profissionais, algumas práticas ajudam a recuperar o controle sobre o tempo e a atenção e como desativar notificações não essenciais.

Como usar a hiperconectividade a favor da cultura organizacional? - É importante entender que a solução não está em desconectar, mas em redesenhar a forma de colaborar. Empresas que criam clareza nos fluxos de comunicação, substituem atualizações improvisadas por documentos claros, definem horários-núcleo para interações síncronas e treinam suas equipes em técnicas de foco e gestão de atenção colhem não apenas ganhos de produtividade, mas também maior engajamento e bem-estar. Lideranças que dão o exemplo, enviando mensagens programadas e priorizando momentos de foco, sinalizam que o equilíbrio entre disponibilidade e descanso é valorizado. Mais do que uma questão operacional, trata-se de um pilar cultural: quando os limites são respeitados, a conectividade deixa de ser um risco e passa a ser uma vantagem competitiva.

A hiperconectividade é uma realidade irreversível. A diferença entre transformá-la em motor de performance ou deixá-la se tornar uma fonte de exaustão está no desenho do trabalho e na intenção com que as empresas organizam seus fluxos de comunicação. Hoje, os dados mostram que o excesso de notificações, e-mails e reuniões improvisadas consome energia, retarda decisões e compromete o bem-estar. Mas também revelam um caminho: menos improviso, mais estrutura; menos pressão difusa, mais clareza de processos. Para lideranças e profissionais, a pergunta central não é "como trabalhar mais conectado?", mas "como conectar melhor para trabalhar menos no ruído e mais no que realmente importa?".

(*) Especialista em IA Generativa e CIO da Cadastra. - E-mail: adilsonbatista@nbpress.com.br.



George_Milton_de_Pexels_CANVA