

ALIAR IDEIA COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

GOOGLE LANÇA COLETÂNEA DE HISTÓRIAS EMPRESARIAIS QUE USAM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

▶▶▶ [Leia nas páginas 8](#)

Publicidade conversacional: o novo passo da OpenAI com o ChatGPT

A possibilidade de transformar o ChatGPT em um canal de anúncios deixou de ser apenas especulação.

Luciano Furtado C. Francisco (*)

A OpenAI já deu sinais de que consi-dera seriamente esse caminho, e os movimentos recentes da empresa revelam que a discussão está em andamento. A companhia vem contratando engenheiros com experiência em plataformas de mídia digital e desenvolvimento de sistemas de campanhas, algo que indica a intenção de estruturar um modelo próprio de publi-cidade dentro da ferramenta.

Uma ideia que não surge no vazio. O ChatGPT reúne mais de 700 milhões de usuários semanais no mundo, segundo a própria empresa, e sustentar esse volume de acessos com base apenas em assinatu-ras não parece suficiente para garantir o crescimento esperado. Anúncios poderiam se tornar uma fonte de receita adicional, especialmente para usuários da versão gratuita. Essa mudança, porém, precisa ser planejada com cuidado para não compro-meter a experiência que tornou o produto tão popular.

Em recente entrevista ao site The Verge, Nick Turley, líder da área de produto da OpenAI, reconheceu que a propaganda pode fazer parte do futuro do ChatGPT, mas ressaltou que qualquer decisão nesse sentido será tomada com cautela. A preo-cupação é legítima, pois se os anúncios forem invasivos ou confundirem a fronteira entre informação e patrocínio, a confiança dos usuários pode se perder rapidamente. Pesquisas recentes mostraram que, quan-do conteúdos pagos aparecem de forma disfarçada em sistemas de IA, a reação costuma ser negativa.

O movimento de monetização, no entan-to, já começou de outras formas. A OpenAI



“ A experiência abre caminho para que marcas enxerguem ali um espaço de contato direto com consumidores em momentos de intenção clara de compra.

testou recentemente a possibilidade de realizar compras dentro da própria conversa. Usuários nos Estados Unidos puderam adquirir produtos de plataformas como Etsy sem sair da janela do chat, recurso que aproxima a ferramenta de um modelo de comércio conversacional. A experiência abre caminho para que marcas enxerguem ali um espaço de contato direto com consumidores em momentos de intenção clara de compra.

Há também a questão regulatória, já que inserir publicidade em um assistente de IA exige regras rígidas de transparência e respeito à privacidade. No Brasil, a aplicação da Lei Geral de Proteção de Dados limita o uso de informações pessoais sem consentimento explícito. Na Europa, o mesmo ocorre com o GDPR. Qualquer desliz pode gerar desgaste de reputação e entraves legais, o que aumenta o peso das escolhas que a empresa terá de fazer.

Para os anunciantes, sem dúvida é uma perspectiva atraente. Diferente de redes sociais, onde a atenção é disputada por estímulos variados, no ChatGPT o usuário chega com uma intenção definida. Isso pode aumentar a relevância da mensagem e reduzir a dispersão da verba de mídia. A questão central será encontrar o equilíbrio entre utilidade e excesso.

Se a OpenAI avançar, o ChatGPT poderá inaugurar uma nova categoria de publicidade digital, mais próxima da conversa do que do banner. Mas a experiência só terá futuro se preservar a confiança construída até aqui. Esse é o capital mais valioso da plataforma e o que vai definir se a propa-ganda conversacional se tornará um novo padrão ou apenas mais uma tentativa frustrada de rentabilizar a atenção.

(*) Analista de sistemas, administrador e especialista em plataformas de e-commerce. É professor do Centro Universitário Internacional – Uninter, onde é tutor no curso de Gestão do E-Commerce e Sistemas Logísticos e no curso de Logística.

Oito tecnologias que estão mudando a forma como as pessoas cuidam de suas finanças

Em 2025, a relação das pessoas com o dinheiro está passando por uma verdadeira revolução, impulsionada por soluções que vão muito além dos tradicionais aplicativos bancários. O Open Finance, aliado à inteligência artificial, pagamentos instantâneos e consultoria automatizada, está transformando a gestão financeira em um processo mais simples, personalizado e acessível.

Para informações sobre o

MERCADO
FINANCEIRO

faça a leitura do
QR Code com seu celular



Home office e Geração Z: equilibrar produtividade e bem-estar a distância

Para líderes da Geração Z, que já nasceram conectados, gerenciar equipes remotas é uma oportunidade de unir propósito, inovação e resultados, mesmo em setores tradicionais como a saúde.

Por que a gestão de habilidades é a nova vantagem competitiva das empresas

Vivemos uma era em que a obsolescência das competências não é mais medida em décadas, mas em poucos anos, às vezes meses.

Empreender depois dos 60: mercados autônomos atraem a terceira idade

Número de empreendedores 60+ atinge recorde no Brasil, tecnologia e conveniência tornam o modelo atrativo para quem busca renda e praticidade.

Negócios em Pauta

Reprodução: https://viaappia.com.br/hackathon-travessias_de_pedestres/



Via Appia Concessões e Crea-SP lançam desafio para estudantes de engenharia

A Via Appia Concessões, grupo que administra 1.400 quilômetros de rodovias em São Paulo e Minas Gerais, em parceria com o Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Estado de São Paulo (Crea-SP), lançou ontem (03), um desafio aos estudantes de Engenharia para o desenvolvimento de soluções inovadoras para a travessia de pedestres em desnível em rodovias. O Hackathon busca propostas de inovação, levando em conta estrutura alternativa, materiais diferenciados, produção em escala, implantação rápida e boa resistência à ação do tempo para a travessia no km 81+500 da SP-300, trecho administrado pela concessionária Via Colinas. A equipe vencedora receberá um troféu, a doação de 10 mil reais destinados à universidade, 5 mil reais para os integrantes da equipe, imersão de uma semana de aprendizado nas obras do Rodoanel Norte e a oportunidade de acompanhar a implementação do projeto vencedor (https://viaappia.com.br/hackathon-travessias_de_pedestres/). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Foto: Birth Filmes



Takashi Iizuka, creative officer do Sonic Team, participará da Brasil Game Show 2025

@ A Brasil Game Show anuncia mais uma presença de peso na sua edição deste ano. Takashi Iizuka, creative officer do Sonic Team, participará do evento, que ocorre de 9 a 12 de outubro no Distrito Anhembi, em São Paulo. Trazido pela SEGA, Iizuka-san é uma figura central na história do ouriço azul. Ele retorna ao evento com uma agenda intensa que inclui participação na cerimônia de abertura, em encontros com fãs no Meet & Greet e em um painel especial no BGS Talks. Além de acompanhar de perto o criador responsável por consolidar a identidade de Sonic ao longo das décadas, os visitantes da maior feira de games das Américas poderão visitar o estande da SEGA, que pelo terceiro ano marca presença no evento (<https://www.brasilgameshow.com.br/ingressos/>). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Literatura

Livros em Revista

Por Ralph Peter



▶▶▶ [Leia na página 4](#)



OPINIÃO

O paradoxo da transformação: quem mais precisa mudar costuma ser quem mais resiste

Adilson Batista (*)

A transformação digital se tornou um dos temas mais repetidos no mundo corporativo, mas há um paradoxo que chama atenção.

Os discursos sobre modernização costumam vir justamente de quem menos transforma a prática. Isso ocorre porque falar sobre mudança é mais simples do que implementá-la. Ajustar estruturas mexe com poder, orçamento e status, enquanto sustentar o discurso sai barato e rende prestígio. É assim que surge o chamado innovation theater, descrito por Steve Blank na Harvard Business Review. Laboratórios, hackathons e provas de conceito geram apresentações vistosas, mas não mudam a operação. A Boston Consulting Group (BCG) calculou que sete em cada dez transformações digitais não alcançam os resultados planejados. Não é a tecnologia que costuma falhar, mas a execução e o alinhamento. Quando a chance de fracassar é alta, muitos preferem parecer modernos a realmente mudar.

Outro fator que sustenta essa inércia é o chamado meio congelado, uma camada gerencial que impede a mudança de fluir. Enquanto a alta liderança mantém o modelo de comando e controle, os gestores intermediários ficam divididos entre entregar resultados imediatos e inovar. Sem autonomia real, tornam-se barreiras invisíveis, como já destacou a McKinsey & Company. No fim, a transformação não se resume a ferramentas digitais. Ela depende de estratégia, estrutura, pessoas, dados e governança. Westerman e seus colegas já apontavam na Harvard Business Review que a tecnologia só cria valor quando muda a forma como o negócio opera.

Essa resistência aparece de várias formas. Há laboratórios e eventos que não têm responsabilidade de resultado, pilotos que se arrastam sem nunca escalar, decisões presas a comitês centralizadores e métricas que medem esforço, mas não impacto. No setor de IoT, a McKinsey mostra que menos de 30% dos pilotos evoluem, com 84% parados por mais de um ano e 28% por mais de dois. Também é comum investir em inteligência artificial antes de organizar dados e processos, gerando desperdício sofisticado. Até o orçamento anual por projeto, tão tradicional, pode impedir

o aprendizado contínuo. A McKinsey recomenda financiar capacidades e resultados de maneira mais dinâmica, com revisões frequentes.

Já entre as mudanças culturais necessárias, a mais difícil para as lideranças tradicionais é aceitar o erro como parte do processo. Delegar e experimentar só funcionam quando existe segurança psicológica e um ambiente em que as pessoas podem apresentar ideias, dúvidas e problemas sem medo de punição. Amy Edmondson mostrou, em estudos publicados pelo Massachusetts Institute of Technology e pela Harvard Business Review, que times com esse tipo de ambiente aprendem e performam melhor. O Google, no Project Aristotle, também identificou a segurança psicológica como fator central em equipes de alta performance. Mas, como lembra Gary Pisano, na Harvard Business Review, tolerar erros não significa aceitar incompetência. Culturas inovadoras combinam abertura para experimentar com padrões claros e disciplina.

Para os líderes que se dizem transformadores, mas ainda mantêm lógicas de comando e controle, a mudança começa de forma objetiva. É preciso definir poucos resultados mensuráveis, vinculá-los a times responsáveis, adotar modelos de financiamento que permitam revisão frequente, criar caminhos rápidos para iniciativas alinhadas e redefinir o papel dos gestores para que sejam habilitadores e não apenas aprovadores. Também é essencial encerrar pilotos que não escalam e organizar a base de dados e arquitetura. Tanto a McKinsey & Company quanto a Harvard Business Review reforçam que uma gestão de portfólio equilibrada entre iniciativas de curto prazo, adjacentes e transformacionais, com medição do ritmo de aprendizado, tende a gerar resultados mais consistentes.

Em resumo, a transformação real não ocorre apenas com discursos ou apresentações, mas quando decisões, métricas, incentivos e orçamento são alinhados para gerar aprendizado e impacto. A mudança verdadeira depende menos de falar e mais de criar as condições para que ela aconteça.

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

Governo Trump ataca o verde

O governo Trump vem tomando medidas estapafúrdias, sendo a última delas a proibição do uso de termos ligados à preservação do meio ambiente.

Vivaldo José Breternitz (*)

O Departamento de Energia dos Estados Unidos, órgão de nível ministerial, instituiu uma extensa lista de palavras proibidas, incluindo algumas que não tem qualquer conotação política.

A lista dos termos proibidos foi enviada ao Escritório de Eficiência Energética e Energias Renováveis (EERE), órgão do Departamento de Energia. “Por favor, assegurem-se de que todos em sua equipe estejam cientes de que esta é a versão mais recente da lista de palavras a evitar”, escreveu a assessora do Departamento de Energia Rachael Overbey, no email que encaminhou a lista; Overbey tem uma longa experiência na indústria de petróleo.

Entre os termos vetados estão: mudança climática, verde, descarbonização, transição energética, sustentabilidade, sustentável, subsídios, incentivos fiscais, créditos tributários e pegada de carbono. Também entrou na lista a palavra “emissões”, que, de acordo com o email, transmitiria uma conotação negativa. Vale lembrar que, em 2007, a Suprema Corte americana determinou que gases de efeito estufa não são apenas “emissões”, mas sim poluentes.

Criado nos anos 1970, em resposta à crise do petróleo de 1973, o EERE tinha como objetivo promover energias renováveis e eficiência energética para proteger a



Stan_Horias_Images_CANVA

economia americana contra choques de preços de produtos como petróleo e gás. A administração Trump, porém, optou por apostar na expansão do uso dessas fontes fósseis.

Em discursos e comunicados oficiais, a Casa Branca tem chamado qualquer iniciativa de transição energética de “farsa da energia verde”. Recentemente, em discurso na ONU, Trump atacou os países que investem em tecnologias como energia solar e eólica dizendo que os mesmos irão fracassar.

Apesar da retórica, os investimentos

globais em energia renovável atingiram um novo recorde no primeiro semestre de 2025, como mostra o aumento dos investimentos em energia eólica offshore e em energia solar em pequena escala, que cresceram 10% em relação ao ano anterior, alcançando US\$ 386 bilhões, segundo dados da Bloomberg.

Parece que os americanos trocaram um possível presidente senil por um tresloucado...

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

Como a inteligência artificial está transformando o atendimento em saúde

A inteligência artificial (IA) está remodelando o setor de saúde no Brasil, com impactos que vão da redução de custos operacionais à personalização do atendimento ao paciente. A StaryaAI (<https://starya.ai/>), liderada por Fábio Tiepolo, vem aplicando a tecnologia em diferentes etapas do cuidado e já registra ganhos significativos em resolutividade e experiência do usuário. Fundada em 2024, a empresa desenvolveu agentes inteligentes para saúde mental, física e financeira, que rapidamente evoluíram para também atender demandas administrativas. Esses agentes atuam em funções como agendamento de consultas, triagem de pacientes, acompanhamento pós-consulta e suporte operacional.

A proposta é liberar equipes médicas e administrativas das tarefas repetitivas e burocráticas, reduzindo sobrecarga e garantindo respostas mais rápidas. O contexto do setor reforça a oportunidade. A telemedicina já é regulamentada e vem crescendo em ritmo acelerado: somente em 2023 foram realizadas mais de 30 milhões de consultas remotas no país, mostrando a dimensão do mercado. “A inteligência artificial tem potencial de transformar o atendimento em saúde no Brasil, permitindo que empresas e pacientes sejam muito mais produtivos e reduzam custos. Nosso objetivo é colocar a IA no centro da estratégia, indo além



Thiago Almeida

Fábio Tiepolo

de melhorias pontuais e criando um novo modelo de cuidado”, afirma Tiepolo

Em operações como a do Dr. Consulta, agentes executam o agendamento de consultas e exames, conhecem preparos e orientam pacientes. Já no Hospital Santa Joana, a agente “Madrina Joana” identificou risco de pré-eclâmpsia em uma gestante, acionou a equipe médica e contribuiu para salvar mãe e bebê. Um dos principais diferenciais da StaryaAI é a personalização do atendimento,

viabilizada pela plataforma Nebula, que integra dados cadastrais, históricos de consultas e agendamentos em tempo real. Isso permite, por exemplo, reenviar links de teleconsulta, validar elegibilidade para exames e adaptar o tom da interação de acordo com o perfil do paciente.

“Além da eficiência, a empresa garante conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) por meio do módulo Nebula Safety, que cuida da autenticação, anonimização de dados e revisão jurídica de todos os fluxos. Para os próximos meses, estão previstas novas funcionalidades, como confirmação de consultas, atualização cadastral e reenvio de atestados e prescrições”, explica Tiepolo.

A expectativa é que, nos próximos cinco anos, a inteligência artificial deixe de ser apenas um suporte e passe a ocupar o centro da estratégia das empresas de saúde, substituindo sistemas legados e redefinindo a relação entre pacientes e prestadores. “As empresas que colocarem a inteligência artificial no centro da estratégia conseguirão não apenas melhorar processos, mas redefinir a forma de oferecer cuidado, personalizando jornadas e antecipando necessidades de forma nunca vista antes”, completa Tiepolo.

News @TI

Galaxy Tab S10 Lite

Recém-lançado no Brasil, o novo Galaxy Tab S10 Lite tem segurança reforçada graças ao Samsung Knox, a plataforma de segurança móvel da Samsung. Conhecida por suas multicamadas de proteção que mantêm o dispositivo seguro desde o hardware até o software, a ferramenta protege o tablet contra ameaças externas, invasões e malwares, oferecendo uma navegação confortável e com privacidade garantida a cada uso. Além da proteção em múltiplas camadas, que cria uma barreira contra acessos não autorizados, o Samsung Knox

oferece segurança no nível do hardware, pois conta com um módulo de segurança embutido no chip do dispositivo, que protege dados sensíveis como credenciais de login e informações sensíveis logo que o tablet é ligado (<https://news.samsung.com/br/>).

Primeira oferta de tokens de recebíveis para condomínios

O CondoConta, primeiro banco exclusivo para condomínios no Brasil, anuncia uma iniciativa inédita no setor financeiro nacional:

a tokenização de recebíveis condominiais. Em parceria com a Sonica, plataforma de tokenização de ativos, e com a Foxbit, corretora pioneira de criptomoedas no país, será realizada a primeira emissão e distribuição de tokens de recebíveis voltados para este mercado. O CondoConta já é referência ao oferecer conta condominial completa, automação de recebimentos e pagamentos, financiamentos e do inovador produto Receita Garantida, que antecipa o valor das cotas condominiais. Agora, ao avançar para o universo da tokenização, a instituição dá mais um passo em direção à transformação digital do setor.

ricardosouza@netjen.com.br

Economistas e setor produtivo veem avanços com PL da isenção de IR

“A aprovação foi histórica e mostra que o tema da tributação mobiliza a sociedade e tem espaço político para avançar com mais propostas”

Especialistas e representantes do setor produtivo, incluindo os trabalhadores, classificam como avanço a aprovação, por parte da Câmara dos Deputados, do projeto de lei que isenta de cobrança de imposto de renda (IR) quem recebe até R\$ 5 mil e reduz o valor cobrado dos empregados que têm salários de até R\$ 7.350.

Se todo o trâmite for concluído ainda este ano, com aprovação no Senado e sanção presidencial, o alívio no contracheque os trabalhadores vai vigorar já a partir de janeiro de 2026. “A aprovação foi histórica e mostra que o tema da tributação mobiliza a sociedade e tem espaço político para avançar com mais propostas”, avalia o economista



O alívio no contracheque os trabalhadores vai vigorar já a partir de janeiro de 2026.

Pedro Rossi, da Unicamp. “Foi um passo gigantesco, uma vitória muito grande da classe trabalhadora”, comemora o presidente nacional da CUT, Sérgio Nobre.

O economista da Unicamp Luiz Gonzaga de Mello Belluzzo destaca que, além

da questão arrecadatória, os sistemas de cobrança de impostos têm a função de atuar na distribuição de renda. “[A aprovação] Assinala o caráter distributivo do sistema tributário”, diz. “O propósito principal é interferir na distribuição de renda, que, se deixada à

própria sorte, vai ampliar a desigualdade”, avalia.

O pesquisador Ipea Pedro Humberto de Carvalho calcula que a classe média baixa deve ter respiro mensal de R\$ 350 a R\$ 550, em média. “Um impacto que poderá ser gasto – essa folga no orçamento – com alimentação e serviços. Vai beneficiar positivamente a economia”. Apesar disso, Carvalho reconhece que pode haver um impacto na inflação do setor de serviços. “Aumento de renda da classe média aumenta o consumo por serviços e, portanto, deve ter um impacto inflacionário”. Pela medida, quem ganha R\$ 5 mil, por exemplo, terá um refresco mensal de R\$ 312,89 (ou R\$ 4.067 ao ano) - (ABR).

SUS fará cirurgia de câncer de próstata por robô

O Ministério da Saúde incorporou no âmbito do Sistema Único de Saúde (SUS) a prostatectomia radical assistida por robô para o tratamento de pacientes com câncer de próstata clinicamente avançado. A prostatectomia radical é uma cirurgia para remover a próstata e as vesículas seminais, sendo um tratamento curativo para o câncer de próstata, principalmente em estágios iniciais.

Nesse procedimento, a próstata é removida completamente, juntamente com os tecidos ao seu redor, como as vesículas seminais e, em alguns casos, os linfonodos pélvicos, para eliminar o tumor e reduzir o risco de recorrência. De acordo com a portaria, as áreas técnicas

terão o prazo máximo de 180 dias para efetivar a oferta no SUS.

Deverá constar também o relatório de recomendação da Comissão Nacional de Incorporação de Tecnologias no SUS (Conitec) sobre essa tecnologia. O Conitec aprovou, em parecer final, a incorporação da prostatectomia radical robótica para pacientes com câncer de próstata clinicamente localizado ou localmente avançado.

"Reconhecemos que há um esforço por parte da equipe técnica em promover equidade no tratamento e assegurar que mais pacientes possam se beneficiar dos melhores cuidados disponíveis”, disse o presidente da Sociedade Brasileira de Cirurgia Oncológica (SBCO), Rodrigo Nascimento Pinheiro (ABR).



NEGÓCIOS em PAUTA

A – Programa de Trainee

A Stellantis, uma das maiores fabricantes de automóveis do mundo, está com inscrições abertas para o Programa de Trainee, voltado a profissionais formados em Engenharia (todas as áreas) e cursos correlatos. Ao todo, são 21 vagas, com inscrições até 31 de outubro. As oportunidades são para atuação no Polo Automotivo Stellantis de Betim, em Minas Gerais. Para candidatos de fora da região metropolitana de Belo Horizonte e Betim, a companhia custeará hospedagem, alimentação e transporte no primeiro mês. Durante todo o programa, os selecionados de fora da região também receberão uma ajuda de custo mensal. Inscrições podem ser feitas pelo link: (<http://traineeengstellantis2026.com.br/>).

B – Região de Campinas

O Grupo Royal Palm Hotels & Resorts inicia o mês de outubro com 45 novas vagas abertas para suas unidades hoteleiras em Campinas e Indaiatuba, em diferentes áreas de atuação dentro do segmento. Para preencher as vagas abertas, o grupo realizará três seleções de candidatos durante o mês, quando o grupo receberá currículos de pessoas interessadas em fazer parte de uma das maiores redes hoteleiras da região. As seleções serão realizadas nos dias: 7, no salão de exposições do Royal Palm Hall, em Campinas; 14, no Hotel Royal Palm Tower Indaiatuba; e 23, no Hotel Royal Palm Tower Anhanguera, em Campinas. Todas elas das 14h às 16h.

C – Visita aos Pontos de Venda

O consumo fora do lar segue em expansão no Brasil, com destaque para o aumento de 29,2% na frequência de visitas aos pontos de venda de janeiro até junho de 2025, comparando com o mesmo período do ano anterior. É o que revela o mais recente estudo Consumer Insights, produzido pela Worldpanel by Numerator. A pesquisa mostra que os brasileiros continuam encontrando formas de manter o consumo fora do lar, ainda que com maior fragmentação das compras. O comportamento é observado em todas as faixas sociais, com destaque para as classes DE, que apresentaram o maior crescimento na frequência (+35%), mesmo com quedas no volume por viagem (-4%) e no tíquete médio (-4%).

COP30 poderá gerar R\$ 3,3 mi para agricultores familiares

No estado do Pará, pelo menos 80 grupos organizados, entre associações, cooperativas e redes produtivas, e cerca de 8 mil famílias da agricultura familiar estão aptos a fornecer alimentos para a 30ª edição da Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas (COP-30), em novembro, em Belém.

O mapeamento, feito pelos institutos Regenera e Fronteiras do Desenvolvimento, buscou mostrar que na região há fornecedores para atender às demandas do edital publicado em agosto pela Organização dos Estados Ibero-Americanos (OEI) para a seleção dos operadores de alimentação da conferência. O edital estabelece, pela primeira vez, que uma conferência do clima terá ao menos 30% dos ingredientes servidos aos participantes provenientes da agricultura

familiar, da agroecologia e da produção de povos e comunidades tradicionais.

O levantamento feito pelos institutos mostra que essa compra de insumos para a COP-30 poderá injetar R\$ 3,3 milhões na economia local, valor equivalente a quase 80% do orçamento anual do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) destinado ao município de Belém.

“Toda vez que a gente fala de aumentar a oferta de alimentos agroecológicos ou da agricultura familiar, a pergunta que sempre aparece é: ‘Mas onde estão esses produtores? Existe produção suficiente?’”, diz o cofundador do Instituto Regenera, Maurício Alcântara. O mapeamento vem responder a essas questões, mostrando que sim, há produtores suficientes (ABR).

Etarismo enfraquece equipes e limita desenvolvimento organizacional

Larissa Mota (*)

O etarismo ainda persiste em muitas organizações e limita um dos pilares mais importantes da diversidade: a pluralidade de experiências

permite às empresas enfrentar desafios de forma mais equilibrada e tomar decisões mais sólidas.

Alguns gestores podem argumentar que priorizar a contratação de profissionais mais jovens traz dinamismo e reduz custos. No entanto, pesquisas da Korn Ferry e da Harvard Business Review mostram que empresas que valorizam a diversidade etária registram melhor retenção de talentos, maior engajamento e desempenho mais consistente em projetos estratégicos. Excluir profissionais maduros significa perder conhecimento valioso e aumentar o risco de decisões menos fundamentadas.

De forma complementar, em um cenário de transformação constante, a experiência adquirida em múltiplos setores e funções é uma ferramenta valiosa para antecipar tendências, identificar riscos e orientar a equipe em momentos de incerteza. Organizações que ignoram essa dimensão acabam com equipes desequilibradas e limitam a capacidade de aprendizagem coletiva.

Sendo assim, combater o etarismo é mais do que uma questão ética, é um imperativo estratégico. Celebrar diversidade etária, combinando jovens talentos com profissionais experientes, fortalece a cultura organizacional, amplia a qualidade da tomada de decisão e prepara as empresas para os desafios de um mercado cada vez mais competitivo e complexo.

(*) - É CEO do Grupo Eximia (<https://www.grupoeximia.com.br/>).

G – Celulose e Papel

A Valmet, líder global em tecnologias e soluções para os segmentos de papel, celulose e energia, participa do 57º Congresso Internacional de Celulose e Papel da ABTCP, que acontece entre os próximos dias 14 e 16, no Novotel Center Norte, em São Paulo. Com o tema 'Pessoas e biocombustíveis: construindo o futuro sustentável da indústria de base florestal com energias renováveis', o congresso é o mais relevante do setor da América Latina, reunindo profissionais, empresas e instituições para debater sustentabilidade, bioeconomia, digitalização e novas soluções tecnológicas para o futuro da indústria. Saiba mais: (<https://abtcp2025.org.br/quadro-resumo>).

H – Setor Audiovisual

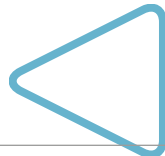
O Governo de São Paulo levará uma comitiva com até dez empresas paulistas para fazerem negócios no Ventana Sur, em Buenos Aires, um dos maiores eventos do setor audiovisual da América Latina. A missão empresarial, que acontece entre 30 de novembro e 6 de dezembro, será realizada pelo CreativeSP, programa da Secretaria da Cultura do Estado e da InvestSP, agência de promoção de investimentos vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico. As empresas interessadas devem consultar o regulamento do programa e se inscrever pelo site (<https://investsp.org.br/creative-sp-edicao-2025/>).

I – Mercado Imobiliário

A Pesquisa Secovi-SP do Mercado Imobiliário, realizada pelo departamento de Economia e Estatística da entidade junto às incorporadoras associadas, apurou em agosto a comercialização de 7.897 unidades residenciais novas na cidade de São Paulo. Com o resultado, as vendas no acumulado em 12 meses (setembro de 2024 a agosto de 2025) somaram 109,9 mil unidades. O VGV (Valor Global de Vendas) totalizou R\$ 5,1 bilhões em agosto e atingiu R\$ 59,1 bilhões em 12 meses. A cidade de São Paulo registrou no mês de agosto lançamento de 9.374 unidades residenciais novas. No acumulado de 12 meses, foram lançadas 124,3 mil unidades.

J – Programa de Estágio

A AkzoNobel, multinacional holandesa de tintas e revestimentos reconhecida por marcas como Coral, Sparlack, Wanda, Sikkens e International, anuncia a abertura das inscrições para o seu Programa de Estágio 2026. Entre os dias 1º e 31 de outubro de 2025, estudantes universitários poderão se candidatar a uma das 34 vagas disponíveis em diferentes áreas de atuação, com início previsto para fevereiro de 2026. As vagas estão distribuídas entre a capital paulista (sede administrativa), Santo André, São Bernardo do Campo, Mauá, São Roque e Recife. O formulário de cadastramento está disponível em (<https://careers.akzonobel.com/job-invite/48974/>).



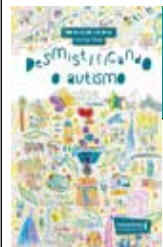
Livros em Revista

Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



Franchising: A revolução das estratégias de expansão dos negócios no mundo digital

Claudia Bittencourt – Quem jamais ouviu a pesada frase: “Franquia é um emprego mal remunerado”? Claudia veio ao mercado para derrotar de vez esse mau agouro. Numa obra densa, na qual expõe toda sua trajetória e profunda expertise de vida – traça uma mini biografia - e mercadológica, todas dúvidas são sanadas, bem como possíveis erros de interpretação. Seu linguajar é de fácil entendimento, sem menosprezo ao leitor e provável empreendedor. Sim, ao ler, sentimos vontade de procurar alguma atividade compatível com nosso perfil. Um verdadeiro manual! Deve ser lido por administradores, investidores e pessoas que buscam independência, no mais amplo dos significados. Sucesso!



Desmistificando o Autismo

Leticia Sena (Coord) – Literare – Especialista em TEA, há muito dedica-se a diminuir “dores” provocadas por familiares e portadores do Transtorno do Espectro Autista. O assunto é tratado por especialistas, que com delicadeza e franqueza, também se dedicam à nobre tarefa. Felizmente esse assunto, aos poucos, está perdendo o status de tabu, para ser enfrentado como deve ser: com muita ciência, sabedoria e principalmente, muito e paciente amor. Não há um só padrão de reação do seu portador. Dai talvez, uma das suas determinantes de dificuldade. Os relatos são emocionantes. Contribuem, todavia, para um melhor entendimento e entrosamento das pessoas envolvidas, familiares ou não. Em suma, os artigos dão um verdadeiro e benéfico “chacoalhão” na sociedade. Sugestões, conselhos, dicas, permeiam suas páginas. Por demais oportuno!



Cartas de Amor

Fernando Pessoa – Jeronimo Pizarro (Coord) – Tinta da China – Pizarro é o mais referenciado especialista em missivas de Fernando Pessoa. Nesta coletânea, no mínimo curiosa, suas entrelinhas expõem toda genialidade, verborragia, ampla cultura de expressão linguística de Pessoa, bem como sua plural personalidade. Grata e interessante homenagem!



A Transformação Íntima da Mulher: Do pompoarismo à fisioterapia

Fabiane Dell'Antônio – Appris – Empresária, fisioterapeuta e palestrante, Fabiane, literalmente ensina às mulheres a se desvencilharem de grilhões sociais, dentre eles que a dor está inerente ao prazer, ou seja, um não existe sem o outro. Nesta obra com sub título auto explicativo, as leitoras descobrirão, passo a passo, técnicas que elevarão sua auto estima em momentos, quando assim desejarem, de plano e realizável prazer, sem culpa ou “pecadinhos”, sem esquecer seu lado saudável. Realmente revelador!



Ciça e o Coração da Mamãe

Ana Brandino – Lucielli Trevizan (Ilustr) – Artêrinha – Mãe e psicóloga, a autora não deve ter tido muita dificuldade em passar para o papel suas experiências pessoais com seus três filhos e com os filhos de suas pacientes. Conseguiu configurar uma história muito real. Qual o filho/a que jamais sentiu-se só, apesar de todo carinho da mamãe e ou do papai. A obra busca resgatar sentimentos, e na sua base, o pleno entendimento do papel de cada um no seio familiar. Deve ser lido por pais, avós, responsáveis por menores, professores. Todos terão sua representatividade ao longo das páginas. Muito bem estruturada!

www.bcctelevision.com.br

Assista ao programa Livros em Revista. Um canal repleto de novidades do universo literário. Entretenimento garantido!



Com apresentação de Ralph Peter.



Quatro dicas para quem quer empreender com propósito

Especialista aponta como negócios originados em interesses pessoais conquistam clientes pela autenticidade e podem ganhar escala

O empreendedorismo segue em alta no país e, segundo levantamento realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), o número de novos CNPJs chegou a 1.407.010 no primeiro trimestre deste ano. Entre essa parcela está um grupo crescente: quem encontra nos próprios hobbies o ponto de partida para empreender. Seja no esporte, na gastronomia ou em qualquer outra área, transformar uma paixão em negócio deixou de ser exceção para se tornar estratégia em um mercado que busca propósito e inovação.

Para Lucas André, CEO e fundador da rede de academias Fast Tennis, a transformação de prazer em negócio exige visão estratégica, disciplina e liderança. “Minha virada de chave aconteceu quando, em meio à rotina corrida, encontrei no tênis uma forma divertida de cuidar da saúde. Percebi que muita gente buscava o mesmo e notei a falta de opções em Belo Horizonte, restritas a clubes ou quadras de amadores. Foi então que decidi criar uma rede de



academias com uma proposta inovadora: transformar o esporte em uma experiência leve e prazerosa”, comenta.

Com a sua expertise e trajetória de sucesso, o empreendedor reuniu dicas que fizeram a diferença no seu negócio. São elas:

Observe as oportunidades

É importante estar atento ao que acontece ao seu redor e ter um olhar crítico sem perder o foco. Existem brechas no mercado que só a prática de determinada atividade pode deixar claro. Também deve-se entender que, o ponto de partida não é apenas amar o que pratica,

mas enxergar onde isso pode virar solução para outras pessoas.

Estruture como negócio, não como passatempo

Empreender é um processo que exige metas e métricas claras. Por isso, é preciso entender que a partir do momento em que se resolve profissionalizar uma paixão, isso vira um negócio que precisa de planejamento, eficiência na operação e, principalmente, uma proposta de valor único, que te diferencie em meio à concorrência.

Equipe capacitada

Ao contrário do hobby,

que nasce individual, um negócio de sucesso precisa de uma equipe qualificada para o fazer crescer. Liderar não é saber tudo, mas ter a clareza de montar um time com habilidades complementares. Entender que um bom quadro de colaboradores é responsável pelo funcionamento da operação muda tudo e isso inclui investimento em especialistas capacitados no segmento e dispostos a colaborar com o crescimento da companhia.

Storytelling como diferencial

Negócios que surgem de paixões pessoais, carregam autenticidade por si só, já que contar a trajetória de como um interesse se transformou em empresa gera identificação imediata com clientes e parceiros. Mais do que uma história inspiradora, o storytelling, quando bem trabalhado, transforma propósito em diferencial competitivo e posiciona a marca de forma única em um mercado cada vez mais disputado.

Sobre a Fast Tennis (https://fasttennis.com.br/).

Sua empresa pratica ou só prega o cuidado?

Juliana Romantini (*)

Como identificar quando o bem-estar é só discurso

Imagine entrar em uma reunião carregando o peso da insônia, da ansiedade ou de uma dor de cabeça causada pelo estresse. Essa é a realidade silenciosa de milhares de profissionais brasileiros neste momento.

E os números só confirmam: em 2025, o uso de medicamentos para lidar com estresse, ansiedade e burnout disparou. Entre profissionais com nível superior e 25 anos ou mais, 52% dos líderes e 59% dos liderados fazem uso desse tipo de medicação (em 2024, eram apenas 18% e 21%). Os dados são do estudo Inteligência Emocional e Saúde Mental no Ambiente de Trabalho, realizado pela The School of Life.

Outro dado alarmante: os afastamentos por problemas de saúde mental cresceram 143%, de janeiro a julho de 2025, segundo levantamento da VR com quase 30 mil empresas e mais de 1,2 milhão de trabalhadores.

Ambos os estudos deixam claro que existe um abismo entre o discurso bonito e a prática real do cuidado. Esses números mostram que, embora a saúde mental seja tema de discursos, campanhas e até faça parte dos valores institucionais, ela ainda não foi incorporada pela prática corporativa,

ou seja, não se traduz em mudanças reais na rotina das pessoas. E isso não passa despercebido pelos colaboradores. Pelo contrário: a incoerência costuma aumentar a frustração e a desconfiança.

É importante ressaltar que não é só o trabalho que afeta a saúde dos colaboradores. Mas certamente ele é uma parte importante desse processo.

Se você faz parte das lideranças que têm poder de decisão, aqui estão três sinais de alerta de que a sua empresa pode estar apenas falando de cuidado, e não praticando:

1) Ações restritas a datas específicas - Na Semana da Saúde ou no Setembro Amarelo, tudo acontece: palestras, campanhas internas, até brindes personalizados. Mas, passado o evento, o tema some do dia a dia. Saúde integral não se sustenta em datas comemorativas. Precisa ser prática cotidiana.

2) Liderança incoerente - De nada adianta oferecer uma palestra sobre equilíbrio entre vida pessoal e profissional se os líderes continuam enviando mensagens às 23h ou marcando reuniões para o horário de almoço. O exemplo da liderança é a bússola da equipe. Se a prática não acompanha o discurso, o cuidado perde credibilidade.

3) Falta de métricas reais - É comum vermos empresas dizendo

que “cuidam da saúde mental”, mas sem nenhuma forma de medir sobrecarga, níveis de estresse ou causas de burnout. Sem dados, não há como entender os reais desafios e muito menos agir sobre eles. O cuidado precisa ser acompanhado de avaliação, indicadores e ajustes.

O que fazer, na prática? - Eu só acredito que as mudanças acontecem quando são incorporadas pelas pessoas. Por isso bato tanto na tecla do repetir, repetir, repetir até incorporar. E esse mantra vale também para o mundo corporativo. Porém, ele precisa ter respaldo nas instâncias superiores e nas lideranças.

Transformar discurso em ação exige consistência. Na prática, isso significa:

- Revisar processos e rotinas para reduzir sobrecargas.

- Dar exemplo através da liderança.

- Criar espaços de escuta real.

- Monitorar indicadores de saúde, clima e engajamento.

Não é sobre montar grandes programas com slogans bonitos. É sobre pequenas práticas que, somadas, constroem uma cultura mais humana, sustentável e produtiva.

(*) Treinadora de corpo e mente, com experiência em mentoria e práticas voltadas para saúde nas empresas.

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: **ALAN OLIVEIRA DO NASCIMENTO**, profissão: bancário, estado civil: divorciado, naturalidade: Guarulhos, SP, data-nascimento: 14/11/1981, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Rízia Maria Oliveira do Nascimento. A pretendente: **MARIANA ESTEVES ABBENANTE**, profissão: bancária, estado civil: divorciada, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 02/12/1989, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Flávio dos Reis Abbenante e de Mercia Esteves Abbenante.

O pretendente: **HENRIQUE ABNER BISELLI BASSO**, profissão: empresário, estado civil: solteiro, naturalidade: Garça, SP, data-nascimento: 08/03/2003, residente e domiciliado em Vera Cruz, SP, filho de Osniir Aparecido Basso e de Deborah Biselli Silva Basso. A pretendente: **ANA LUÍZA ALMEIDA FURTADO**, profissão: estudante, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 16/09/2007, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Silvío César Tavares Furtado e de Angela Araujo de Almeida Furtado. Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios



O papel do Chief of Staff na estratégia corporativa e na liderança ágil

Segmentos de alta velocidade – como tecnologia, finanças e startups – vêm cada vez mais incorporando o Chief of Staff (CoS) como um pilar de sua operação

Carolina Laboissiere (*)

É importante notar que o perfil do cargo se adapta ao contexto: em startups e scale-ups, ele é focado em remover obstáculos ao crescimento; já em corporações consolidadas, atua mais como um integrador de complexidades entre divisões.

Nesses ambientes, ele age lado a lado com os líderes para acelerar ciclos de inovação, estruturar projetos de escala e manter o equilíbrio dinâmico entre agilidade e controle. Em empresas de crescimento acelerado, por exemplo, o CoS é essencial para evitar que a tomada de decisão seja paralisada por um volume excessivo de demandas, garantindo foco absoluto no que impulsiona resultados.

À medida que a complexidade organizacional e a volatilidade dos mercados aumentam, a função do Chief of Staff não apenas se consolida, mas se expande. Ele evolui de um facilitador para um multiplicador de capacidades da liderança, garantindo não apenas a execução da estratégia, mas também a adaptação contínua da empresa a um futuro em constante reinvenção. O CoS é, portanto, o parceiro estratégico que prepara as organizações não para o próximo trimestre, mas para a próxima década.



reduz gargalos e fornece a base para decisões críticas mais rápidas e assertivas. Este papel exige maestria para navegar um paradoxo central: exercer influência estratégica significativa, muitas vezes sem autoridade direta sobre as áreas, conquistando legitimidade por meio de resultados e da construção de relações de confiança.

Na prática, o impacto é tangível. Arquiteto de uma governança ágil, encurtando a distância entre a visão da alta liderança e a execução operacional. Ao centralizar e sintetizar informações, assegurar que as análises são feitas sob a ótica correta e facilitar a construção de consensos, o CoS possibilita decisões menos centralizadas e um uso drasticamente mais eficiente do tempo dos executivos.

O Chief of Staff transforma estratégia em ação e resultados, conectando liderança, times e informações, facilitando a tomada de decisão, alinhando prioridades e garantindo que a execução acompanhe a visão da empresa. Ao atuar como integrador, tradutor de complexidade e multiplicador de capacidades da liderança, ele assegura que a organização siga ágil, inovadora e preparada para enfrentar os desafios do futuro.

(*) Diretora Regional da CSA (The Chief of Staff Association) no Brasil e América do Sul.

Dados que evidenciam uma tendência global - A relevância do Chief of Staff é respaldada por números. Um levantamento da The Chief of Staff Association (CSA) aponta um crescimento de 28% na demanda global por CoS especializados nos últimos dois anos, impulsionado pela aceleração digital e pela busca de maior alinhamento estratégico. Este dado ganha ainda mais força quando cruzado com uma descoberta da McKinsey: 70% das organizações identificam a falta de integração entre áreas como a principal barreira para a execução da estratégia – uma lacuna que o Chief of Staff está singularmente posicionado para preencher.

CoS faz conexão com times e contribui para liderança ágil - No ambiente corporativo a mudança é a única constante, a agilidade na tomada de decisões deixou de ser uma vantagem competitiva para se tornar um imperati-

vo de sobrevivência. Neste contexto desafiador, o CoS emerge não como uma figura de apoio, mas como uma figura-chave na estratégia da liderança executiva, atuando como braço direito do CEO e elo de confiança entre os C-Levels e as demais áreas. Esse profissional é a chave para desbloquear a velocidade e a clareza que as empresas tanto necessitam.

A função do Chief of Staff vai muito além da gestão de agenda e da priorização de demandas. Seu cerne é atuar como um tradutor estratégico: um profissional que decodifica complexidade, transforma dados densos em insights acionáveis e conecta times. Sua atuação é bidirecional: consolida a visão do topo para a base e canaliza insights cruciais da operação para a liderança. Ao garantir que a informação certa chegue à liderança no formato e no momento certos, o CoS elimina ruídos,

Síndrome do Impostor Financeiro

Silvinei Toffanin (*)

Não é difícil encontrar quem encare a jornada empreendedora como uma verdadeira montanha-russa emocional

Afinal, entre a paixão por uma ideia e os desafios da execução, muitos empresários acabam negligenciando um dos pilares mais críticos para chegar ao sucesso: a saúde financeira do negócio. Pior do que isso, uma parte significativa desses empreendedores passa a evitar deliberadamente os números. Isso se dá, na imensa maioria das vezes, por falta de conhecimento, sensação de inadequação em relação ao universo administrativo ou mesmo pela crença de ser incapaz de compreender esse tipo de dado. Essa realidade tem nome. Trata-se da Síndrome do Impostor Financeiro.

Esse fenômeno psicológico ocorre quando indivíduos, mesmo tendo sucesso, duvidam constantemente da própria competência e vivem com o temor de serem "descobertos" como uma fraude. No campo financeiro, essa sensação se manifesta quando o empreendedor se sente incapaz de entender ou gerir as finanças do próprio negócio, acreditando que "não foi feito para lidar com números" ou que "alguém mais competente deveria estar cuidando disso".

Vemos empresários talentosos em marketing, vendas, inovação e liderança, que muitas vezes travam diante de um demonstrativo de resultados ou de um fluxo de caixa. Essas pessoas costumam evitar reuniões com contadores, postergam análises financeiras e ignoram indicadores por medo de enfrentar realidades desconfortáveis, como se os dados fossem um atestado de fracasso. Isso não apenas prejudica a tomada de decisão, como também perpetua um ciclo de insegurança e desinformação.

Claro, é possível evitar cair nessa armadilha emocional adotando algumas recomendações práticas. A primeira delas é buscar por educação financeira empresarial. Não é necessário se tornar um expert em contabilidade, mas é essencial dominar os fundamentos da gestão

financeira. Entender como funciona o fluxo de caixa, a diferença entre lucro e faturamento, os conceitos de margem e rentabilidade é fundamental. Investir em cursos, mentorias ou conteúdos voltados a empreendedores pode transformar a relação com os números.

Também indicamos a criação de uma rotina financeira, com o estabelecimento de uma rotina semanal ou mensal para revisar indicadores financeiros, mesmo que com apoio de um contador. Isso ajuda a criar familiaridade e confiança. Em paralelo, é recomendado trabalhar com profissionais que estejam preparados para educar. Isso significa escolher profissionais que tenham paciência, que saibam traduzir os números e que contribuam para o crescimento do empresário. Boas parcerias técnicas podem ser libertadoras. E, claro, na sequência, indica-se a separação entre identidade pessoal e realidade financeira.

Se o empreendedor se identifica com esse cenário, é importante aceitar a realidade sem culpa. Afinal, essa síndrome é mais comum do que se imagina. Diante da constatação, é importante agir. Para começar, vale conversar com o seu contador e estabelecer uma relação de confiança. Também é indicado buscar apoio psicológico ou um coaching especializado, que possa auxiliar no processo de lidar com os números, especialmente caso isso paralise sua tomada de decisão. Outra orientação está relacionada à implementação de pequenos hábitos de controle, como registrar receitas e despesas diariamente, revisar o saldo semanalmente e entender seus custos fixos e variáveis.

Por fim, tenha em mente que superar a Síndrome do Impostor Financeiro não é apenas uma vitória pessoal, mas uma transformação estratégica. Ignorá-los por medo é como navegar em um barco sem olhar o mapa. Com conhecimento, suporte adequado e coragem para encarar a realidade, qualquer empreendedor pode se tornar financeiramente confiante e levar seu negócio a outro patamar.

(*) Sócio da DIRETO Group.

QUATRO RIB - EMPREENDIMENTOS E PARTICIPAÇÕES S/A

CNPJ: 18.317.452/0001-67

Demonstrações Contábeis

Balancos patrimoniais Em 31 de dezembro de 2024 e 2023 - (Em milhares de Reais)							
Ativo	NE	2024	2023	Passivo e Patrimônio Líquido	NE	2024	2023
Ativo circulante				Patrimônio Líquido			
Caixa e equivalentes de caixa	4	2.080	2.394	Capital Social	7	1.584.000	1.584.000
		2.080	2.394	AFAC	7	163.741	160.741
Ativo não circulante				Prejuízos acumulados	7	(57.712)	(54.398)
Depósito Judicial	5	1.469	1.469			1.690.029	1.690.343
Investimentos	6	1.686.480	1.686.480				
		1.687.949	1.687.949				
Total do ativo		1.690.029	1.690.343	Total do passivo e patrimônio líquido		1.690.029	1.690.343

Demonstrações das mutações do patrimônio líquido Em 31 de dezembro de 2024 e 2023 - (Em milhares de Reais)					
	NE	Capital Social	AFAC	Resultado Acumulado	Total
Em 31 de dezembro 2021		1.584.000	151.240	(45.605)	1.689.635
Aporte para Futuro Aumento de Capital - AFAC		-	4.000	-	4.000
Ajuste de exercício anterior		-	-	-	-
Resultado do Exercício		-	-	(4.512)	(4.512)
Em 31 de dezembro 2022		1.584.000	155.240	(50.117)	1.689.123
Aporte para Futuro Aumento de Capital - AFAC	7	-	5.501	-	5.501
Ajuste de exercício anterior		-	-	-	-
Resultado do Exercício	7	-	-	(4.281)	(4.281)
Em 31 de dezembro 2023		1.584.000	160.741	(54.398)	1.690.343
Aporte para Futuro Aumento de Capital - AFAC	7	-	3.000	-	3.000
Ajuste de exercício anterior		-	-	-	-
Resultado do Exercício	7	-	-	(3.314)	(3.314)
Em 31 de dezembro 2024		1.584.000	163.741	(57.712)	1.690.029

Notas Explicativas às Demonstrações Contábeis Encerradas em 31 de Dezembro de 2024 e 2023 - (Valores Expressos em Reais)

1. Contexto Operacional: A Companhia foi fundada em 18/06/2013, no segmento de "Venda, Compra, Arrendamento e Administração de Bens Próprios e a Participação em outras Sociedades Nacionais ou Estrangeiras como Sócia ou Acionista". Em 31/07/2017 através de Ata de Reunião de sócios quotistas, passou a denominar-se **Quatro Rib - Empreendimentos e Participações S/A**. 2. Apresentação das Demonstrações Contábeis: As demonstrações contábeis da companhia em 31/12/2024 foram preparadas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, as quais abrangem a legislação societária e os pronunciamentos, as orientações e as interpretações emitidas pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis - CPC. 3. Principais Práticas Contábeis: As principais práticas contábeis a apresentação das demonstrações: a) **Apuração do resultado:** A sociedade obteve receitas no exercício de 2024 e as despesas foram registradas por competência. b) **Caixa e equivalentes de caixa:** Compreendem os saldos positivo de caixa e conta movimento. c) **Investimentos:** O valor registrado nesta conta compreende Fundo de Investimentos de Multimercado realizado em julho/2015. d) **Patrimônio líquido:** Demonstra um Patrimônio Líquido no valor de R\$ 1.690.049 que compõe: o

Capital Social da Cia subscrito e integralizado em moeda corrente do país no valor de R\$ 1.584.000 dividido em 1.584.000 ações ordinárias nominativas e sem valor nominal; Adiantamento para Futuro Aumento de Capital no valor de R\$ 163.741 e o saldo de Prejuízo Acumulado no valor de -R\$ 57.712.	
4. Caixa e Equivalente de Caixa	2024 2023
Caixa	- -
Bancos Conta Movimento	2.080 2.394
Total	2.080 2.394
5. Depósitos Judiciais	2024 2023
Bloqueio Judicial	1.469 1.469
Total	1.469 1.469
6. Investimentos	2024 2023
Fundo de Investimento - Multimercado	1.686.480 1.686.480
Total	1.686.480 1.686.480
7. Patrimônio Líquido	2024 2023
Capital Social	1.584.000 1.584.000
AFAC	163.741 160.741
Resultado Acumulado	(57.712) (54.398)
Total	1.690.029 1.690.343

Demonstrações do Resultado do Exercício			
Em 31 de dezembro de 2024 e 2023 - (Em milhares de Reais)			
Despesas das atividades	NE	2024	2023
Administrativas	8	(3.315)	(3.164)
Soma despesas operacionais		(3.315)	(3.164)
Resultado financeiro			
Receitas financeiras	9	1	-
Despesas financeiras	9	-	(1.117)
Lucro / prejuízo do exercício		(3.314)	(4.281)

Demonstrações dos fluxos de caixa			
Em 31 de dezembro de 2024 e 2023 - (Em milhares de Reais)			
Fluxos de caixa das atividades operacionais	2024	2023	
Prejuízo do exercício	(3.314)	(4.281)	
Variações no ativo e passivo			
Depósitos Judiciais	-	-	
Mutuos a pagar	-	-	
Caixa líquido proveniente das atividades operacionais		(3.314)	(4.281)
Fluxo de caixa das atividades de financiamentos			
Adiantamento Futuro de Aumento de Capital	3.000	5.501	
Ajustes de Exercícios Anteriores	-	-	
Caixa líquido proveniente das atividades operacionais		(314)	5.501
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalentes de caixa		1.220	1.220
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício		2.394	1.174
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício		2.080	2.394
Aumento, líquido, no caixa e equivalentes de caixa		(314)	1.220

8. Despesas Gerais e Administrativas	2024	2023
Serviços de Consultoria	2.477	2.436
Taxas e contribuições diversas	838	728
Total	3.315	3.164
9. Despesas Financeiras	2024	2023
Rendimentos de Aplicação	1	-
Despesas Bancárias	-	1.076
Despesas com cobrança de títulos	-	41
Total	1	1.117

São Paulo, 31/dezembro/2024

Ronaldo de Paiva

Presidente CPF: 028.408.468-96

Marlene Teixeira Gama

CRC-1SP 074123/O-8 - CPF 491.040.398-15





O JORNAL CERTIFICA AS PUBLICAÇÕES LEGAIS COM PONTUALIDADE E TRANSPARÊNCIA, CUMPRINDO AS NORMAS JURÍDICAS. AFINAL, O JORNAL É LEGAL.



Fórum de Conciliação do Mercado Publicitário



ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS E VEÍCULOS ESPECIALIZADOS EM PUBLICIDADE LEGAL



JORNAIS DO INTERIOR

Empresas & Negócios

Publicidade Legal





Dez passos para empresas endividadadas saírem do vermelho e retomar o crescimento

Especialistas da Direto Group elencam as medidas que devem ser adotadas pelas empresas para dar a volta por cima e voltar a ter operações mais saudáveis

Em um cenário econômico desafiador, no qual muitas empresas enfrentam dificuldades para manter as contas em dia, ter um plano de ação claro, que auxilie na retomada do fôlego financeiro, é fundamental.

De acordo com Silvinei Toffanin, sócio e diretor da Direto Group - empresa de wealth management com quase 30 anos de mercado - sair do endividamento requer estratégia, disciplina e visão de longo prazo.

“O endividamento por si só não é o fim da linha. Muitas empresas se endividam para crescer ou sobreviver a crises. O problema está na falta de controle e planejamento para lidar com essas dívidas”, afirma o especialista.

Segundo Toffanin, as empresas que desejam reorganizar suas finanças para voltar a crescer de maneira sustentável precisam seguir alguns passos práticos. Para começar é fundamental levantar todos os dados financeiros da empresa, incluindo dívidas, receitas, despesas, fluxo de caixa e prazos para um diagnóstico profundo da situação em que o negócio se encontra. Somente dessa maneira será possível ter um panorama e clareza total da realidade para que uma estratégia seja traçada.

Durante esse processo, o diretor da Direto Group recomenda que as dívidas



sejam classificadas por tipo (bancárias, fornecedores, fiscais, trabalhistas, entre outras), assim como por valores, prazos e juros. Assim, torna-se possível definir as prioridades.

Na sequência, a indicação é iniciar o processo de renegociação com os credores, buscando o alongamento de prazos para quitação, redução dos juros ou, se possível, uma carência temporária. “É essencial que o processo seja transparente e proativo”, pontua o especialista.

Passada essa fase, Silvinei Toffanin orienta que seja feita uma revisão completa dos custos fixos e variáveis da empresa. Dessa maneira, será possível identificar quais despesas podem ser reduzidas ou eliminadas sem comprometer a operação principal do negócio.

Outro ponto da estratégia vem com a priorização das atividades mais lucrativas da empresa. Isso significa, de acordo com o especialista em gestão e contabilidade, que o

foco será totalmente voltado àquilo que realmente gera caixa. Assim, produtos ou serviços com baixa margem de lucro ou alto custo devem ser repensados.

Paralelo a isso, deve-se estabelecer um plano de reestruturação financeira para a empresa. Neste ponto, segundo o sócio da Direto Group, será necessário definir metas mensais de redução de dívidas, controle de gastos e geração de caixa. Ao mesmo tempo, deve haver a implementação de reforço da governança

“O endividamento por si só não é o fim da linha. Muitas empresas se endividam para crescer ou sobreviver a crises. O problema está na falta de controle e planejamento para lidar com essas dívidas”

e do controle financeiro, por meio do fortalecimento de processos, emissão de relatórios periódicos e uso de ferramentas de gestão financeira.

Outra recomendação é relacionada à busca por novas fontes de receita ou capital. Para isso, a empresa precisa avaliar as possibilidades de captação de recursos com investidores, linhas de crédito específicas para reestruturação ou até venda de ativos ociosos.

Para finalizar, Toffanin orienta para a manutenção do engajamento da equipe. “Afinal, o processo de recuperação da empresa dependerá diretamente de um esforço coletivo. Portanto, o plano precisa ser comunicado aos colaboradores com clareza, de forma que todos sejam envolvidos na busca pelas metas”, destaca.

Além disso, o especialista chama a atenção para o fato de que deve haver um acompanhamento rigoroso do plano traçado, com reavaliação das estratégias mensalmente, para que ajustes sejam realizados conforme os resultados e mudanças de mercado sejam notados. “O segredo está em encarar o problema de frente, com agilidade. Empresas que seguem esse caminho têm grandes chances de não apenas conquistar a recuperação total, mas de sair ainda mais fortes do que antes”, finaliza Silvinei Toffanin, sócio e diretor da Direto Group.

Líderes de futuro ou do futuro?

Barbara Nogueira (*)

Você já refletiu se está se preparando para ser um líder do futuro ou apenas um líder no futuro?

A diferença parece sutil, mas muda tudo. Muitos ainda acreditam que têm “todo o tempo do mundo” para evoluir, quando, na verdade, a transformação acontece em ritmo mais acelerado do que as próprias empresas conseguem acompanhar.

Um dado revela essa realidade: 90% das pessoas não investem de forma consistente no próprio desenvolvimento. E aí surgem as perguntas incômodas — mas necessárias: você está fazendo hoje algum curso para se capacitar? Está lendo livros que ampliem sua visão profissional? Participou recentemente de congressos, feiras ou encontros da sua área? Mais que isso: está atualizado sobre as tendências e inovações do seu setor?

Se a maioria das respostas for “não”, torna-se difícil sustentar a pergunta-chave: por que você seria a próxima pessoa a conquistar uma promoção?

O mercado não espera. Ele busca protagonistas, não coadjuvantes. Crescer na carreira não é tarefa exclusiva da empresa: é um compromisso pessoal. E o convite está lançado — sair da zona de conforto e assumir o papel de protagonista da própria trajetória.

Um verdadeiro líder inspira pelo exemplo. No pas-

sado, os planos de carreira tinham ciclos de quatro anos. Hoje, em plena Quarta Revolução Industrial, iniciada em 2012, essa lógica não faz mais sentido. A velocidade das transformações é comparável à quebra de paradigmas trazida pela globalização e pela internet nos anos 1990.

Antes, bastava dominar conhecimento técnico. Nos anos 1980, as hard skills eram suficientes para crescer. Hoje, o CHA: conhecimento, habilidades e atitudes, exige muito mais. Quem não trabalha inteligência emocional, comunicação e aprendizado contínuo dificilmente conseguirá avançar.

E os números confirmam: de cada 10 profissionais demitidos, 9 saem não pela falta de competência técnica, mas pela ausência de habilidades comportamentais. Inteligência emocional para lidar com pressões, comunicação para ouvir e compartilhar de forma genuína e a capacidade de reaprender constantemente são os verdadeiros diferenciais.

O futuro do trabalho pede líderes prontos para lidar com a incerteza, inspirar pessoas e se reinventar a cada desafio. O cargo que você deseja amanhã depende das escolhas que você faz hoje. Afinal, você está se preparando para ser um líder de futuro ou do futuro?

(*) Diretora, Career Advisor & Headhunter da Prime Talent, empresa presente em 27 países pela Agilium Group.

Brasil exporta minério, mas segue atrás no protagonismo do aço e insumos estratégicos

Mesmo sendo o segundo maior exportador de minério de ferro do mundo, o Brasil ainda não consegue transformar esse potencial em liderança na cadeia do aço e no uso de terras raras, fundamentais para a indústria de alta tecnologia.

O Brasil encerrou 2024 exportando 377 milhões de toneladas de minério de ferro, consolidando-se como o segundo maior produtor mundial, atrás apenas da Austrália, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Mineração (IBRAM) e do US Geological Survey (USGS). A mineração responde por cerca de 4% do PIB brasileiro e o minério de ferro figura como o segundo produto mais exportado do país, perdendo apenas para a soja. Apesar desse peso na balança comercial, o país ainda não consegue transformar esse potencial em liderança na cadeia do aço e em insumos de maior valor agregado, permanecendo dependente de importações estratégicas para sustentar setores como tecnologia, energia renovável e mobilidade elétrica.

Enquanto o minério de ferro sai em navios, em sua maior parte destinado à China, que responde por mais de 60% do consumo global, o Brasil ainda importa produtos de alta complexidade como ímãs de neodímio e componentes de terras raras, essenciais para a indústria moderna. A dependência se mostra preocupante diante de um cenário geopolítico em que a China concentra cerca de 90% da produção mundial de terras raras e controla etapas críticas de beneficiamento, o que lhe garante poder estratégico sobre cadeias globais de tecnologia. “O Brasil é riquíssimo em recursos naturais, mas seguimos como exportadores de commodities. Enquanto isso, importamos ímãs de neodímio e outros insumos estratégicos para sustentar nossa indústria. É uma dependência que fragiliza a competitividade do país em áreas tecnológicas”, afirma Rodolfo Midea, CEO



da Fácil Negócio Importação, empresa que lidera a importação de ímãs de neodímio no Brasil.

O paradoxo se repete também no setor do aço. Embora o Brasil figure entre os dez maiores produtores mundiais, com destaque para o aço bruto, ainda não ocupa lugar de relevância na produção de ligas especiais e aços de alta performance, indispensáveis para a indústria automotiva, aeronáutica e de energia. A World Steel Association mostra que, em 2023, a China respondeu por mais de 50% da produção mundial de aço, com forte participação em materiais voltados à inovação tecnológica, enquanto o Brasil manteve seu perfil concentrado em exportação de produtos básicos. Essa lacuna impede o país de capturar parte do valor que gera e transfere às economias que, além de comprar o minério, o transformam em tecnologia de ponta.

A pressão por mudança tende a crescer. A Agência Internacional de Energia (IEA) projeta que a demanda global por minerais críticos, incluindo terras raras, deve dobrar até 2040, impulsionada principalmente pela transição energética e pelo crescimento dos

carros elétricos. O mercado de ímãs de neodímio, em particular, deve ultrapassar US\$ 3,3 bilhões até 2030, segundo dados da Fortune Business Insights. Esse cenário reforça que não basta ser fornecedor de matéria-prima: os países que agregarem valor terão vantagem competitiva na economia verde e digital. “No ritmo atual, continuaremos assistindo a outros países agregarem valor ao minério que exportamos. O desafio é transformar essa riqueza em inovação local. Precisamos evoluir na cadeia de transformação industrial para que o Brasil não seja apenas fornecedor de matéria-prima, mas também um hub de tecnologia”, defende Midea.

Para especialistas, o caminho passa por políticas industriais mais consistentes, investimentos em pesquisa aplicada e incentivos à produção local de insumos de maior valor. A redução da burocracia e da bitributação na importação de equipamentos estratégicos também aparece como medida urgente, já que a complexidade tributária encarece o processo e desestimula empresas que poderiam investir em inovação no Brasil. O tema também exige maior integração entre governo, indústria e academia, criando um ecossistema que permita ao país avançar além da mineração e da exportação bruta.

A discrepância entre o que o Brasil produz e o que aproveita internamente é, portanto, mais do que uma estatística: trata-se de um entrave estrutural que compromete o protagonismo do país no século XXI. Enquanto seguimos despachando minério em navios, outros países concentram os ganhos de produtividade, inovação e valor agregado. A oportunidade de mudar esse cenário existe, mas exige visão estratégica, planejamento de longo prazo e coragem política para transformar a abundância mineral em motor de desenvolvimento tecnológico e industrial.

Seguro de vida é um dos benefícios mais valorizados na redução do turnover

Pesquisa mostra que colaboradores priorizam estabilidade, flexibilidade e proteção – seguro de vida já supera itens tradicionais como auxílio-creche e academia

Os benefícios corporativos deixaram de ser apenas um diferencial competitivo e passaram a ocupar um papel estratégico na governança das empresas. Em um mercado de trabalho cada vez mais dinâmico, entender o que os colaboradores realmente valorizam é essencial para atrair, engajar e reter talentos. Segundo pesquisa da MIT Sloan Management Review Brasil, entre as principais métricas utilizadas para avaliar a eficácia dos programas estão a análise de clima organizacional (65,52%) e o turnover (51,72%).

A mesma pesquisa da MIT também revela que o seguro de vida é o sexto benefício mais valorizado pelos profissionais, superando opções como academia e auxílio-creche. Esse movimento é corroborado pelo Guia Salarial 2024 da Robert Half, que aponta que o seguro de



vida coletivo já está presente em 66% das empresas brasileiras, consolidando-se como um benefício de alto valor percebido tanto para as organizações quanto para seus colaboradores.

“Em um ambiente corporativo cada vez mais diverso, onde múltiplas gerações convivem e colaboram, compreender as diferentes expectativas dos colaboradores tornou-se estratégico. Esse cenário exige das

empresas uma abordagem mais abrangente de cuidado e bem-estar. O seguro de vida, nesse contexto, representa uma solução eficaz ao oferecer proteção financeira em situações críticas, como doenças graves ou invalidez, fortalecendo a confiança e o vínculo entre empresa e funcionário”, analisa Marcell Guimarães, diretor de vendas da Omint Saúde.

Essa percepção é respaldada por dados concretos.

Um estudo conduzido pela Férias & Co., em parceria com a Universidade de São Paulo (USP), revelou que programas de benefícios bem estruturados podem reduzir o turnover entre 14% e 54%, além de promover melhorias significativas no clima organizacional e elevar os níveis de engajamento das equipes.

Para Guimarães, a gestão de benefícios vai além de reforçar a imagem da empresa como boa empregadora. “Trata-se de investir, de fato, nas pessoas que movem o negócio, oferecendo benefícios para que elas possam trilhar seus caminhos pessoais e profissionais da melhor maneira possível. O seguro de vida é um exemplo claro: um benefício simples, acessível e de grande valor agregado, que traz tranquilidade ao colaborador e fortalece a cultura organizacional”, reforça.

Quatro insights para quem quer transformar discurso em prática

Menos discurso, mais prática: o que executivos estão fazendo para tornar o propósito parte do dia a dia das marcas. Num cenário em que propósito se tornou buzzword e campanhas sociais se multiplicam em datas comemorativas, o público tem desenvolvido um radar mais afiado para identificar quando uma marca está apenas “falando bonito”. A cobrança por coerência nunca foi tão alta e, mais do que discursos inspiradores, o mercado exige ações consistentes, mensuráveis e conectadas com a realidade.

Transformar discurso em prática deixou de ser diferencial e virou necessidade estratégica. Marcas que conseguem traduzir suas narrativas em atitudes constroem confiança, ampliam sua relevância cultural e se tornam agentes reais de transformação. Por isso, reunimos insights de executivos que estão liderando esse movimento na prática, e não apenas na teoria.

- 1)

Conectar marcas e causas sem soar falso exige escuta, ação concreta e consistência - Em um cenário saturado de campanhas que dizem muito e fazem pouco, o consumidor atual busca marcas verdadeiras, aquelas que demonstram compromisso real com as causas que escolhem apoiar. Para Fernanda Fontes, CCO da Agência Ginga, a conexão entre marcas e causas precisa ir além da narrativa publicitária: começa na escuta, passa pela cocriação com as comunidades envolvidas e se traduz em ações concretas, consistentes e mensuráveis. Não se trata de “adotar” uma causa, mas de assumir um papel ativo e coerente, com impacto real e propósito no centro da operação. Quando isso acontece, o resultado vai além da reputação: cria-se um vínculo de confiança e relevância. Marcas com propósito claro são percebidas como mais confiáveis e conseguem construir conexões emocionais que influenciam diretamente a decisão de compra. Já as que ignoram esse movimento correm o risco de parecer indiferentes ou oportunistas. “Fazer o bem” precisa estar no DNA, não no briefing de uma campanha pontual.
- 2)

Entregar benefícios para todos os envolvidos - No debate sobre o futuro da alimentação, a pressão por alternativas nutritivas e sustentáveis é crescente, mas a execução ainda é um desafio para grande parte da indústria. Paulo Ibri, CEO da Typcal, primeira foodtech da América Latina a trabalhar com fermentação de micélios, transformar a intenção em prática significa desenvolver ingredientes versáteis, que combinam qualidade e produção de baixo impacto. “Quando unimos tecnologia e propósito, conseguimos criar soluções que atendem à indústria e ao consumidor, ao mesmo tempo em



que reduzem a pressão sobre recursos naturais”, destaca. É um exemplo de que, quando inovação e propósito caminham juntos, é possível transformar cadeias inteiras e gerar impacto positivo de ponta a ponta.

- 3)

Fidelizar clientes vai além de recompensas: conexão emocional e coerência são o diferencial - Na era da autenticidade, programas de fidelidade não podem mais se limitar a recompensas transacionais: é preciso gerar conexão emocional real com os consumidores. Para Nara Iachan, CMO da Loyahme, startup que nasceu dentro da Cuponeria para oferecer soluções de fidelização, recompensar o cliente só pelo consumo já não é suficiente. É preciso criar experiências que façam sentido na vida das pessoas e estejam alinhadas com o que a marca realmente acredita, visando transformar o relacionamento entre marcas e consumidores em uma jornada de pertencimento. Quando há coerência entre discurso e prática, a fidelização deixa de ser apenas estratégia e se torna um vínculo emocional duradouro, que fortalece reputação, confiança e propósito.
- 4)

Empreender com propósito é incluir mulheres na economia de forma estruturada e sustentável - Tatyane Luncah, CEO e fundadora da EBEM (Escola Brasileira de Empreendedorismo Feminino), acredita que inovação com propósito começa pela inclusão real e estratégica de mulheres no ecossistema empreendedor. Para ela, não basta falar sobre diversidade: é preciso criar ambientes que promovam o acesso a conhecimento, rede de apoio e oportunidades de crescimento. “A prática está em investir no desenvolvimento de lideranças femininas e garantir que mais mulheres tenham voz e vez na tomada de decisões. É assim que impulsionamos uma transformação econômica mais justa e potente”, afirma. Sua atuação como mentora reflete esse compromisso ao fomentar negócios liderados por mulheres com alto potencial de impacto.

Por que a engenharia in-house pode ser o diferencial que seu projeto precisa

Fernando Ervedeira (*)

Na construção civil, todo mundo já viveu — ou ouviu falar — de um projeto que atrasou por falhas técnicas, incompatibilidades entre disciplinas ou falta de alinhamento entre o que foi planejado e o que foi possível executar

Muitas vezes, esses problemas não surgem na obra em si, mas no projeto técnico que não foi suficientemente analisado antes do início.

É por isso que, na We Are Group, acreditamos que uma construtora que quer entregar excelência precisa ir além da execução. Ela precisa compreender profundamente os projetos que recebe. Precisa auditar, propor melhorias e antecipar desafios.

E é aí que entra nossa engenharia in-house.

Mais do que uma equipe técnica interna, a engenharia da We Are Group atua como uma consultoria estratégica dentro da própria construtora. Nosso time tem a missão de revisar, auditar e aprimorar os projetos recebidos de forma crítica, antes do primeiro dia ser colocado. Isso reduz riscos, evita retrabalhos e aumenta a previsibilidade — em custo, prazo e qualidade.

O que isso significa, na prática?

Significa que antes de iniciar qualquer obra, nossa equipe técnica revisa projetos estruturais, elétricos, hidráulicos e complementares. Buscamos incoerências, lacunas de especificação e inconsistências entre disciplinas.

Também propomos soluções construtivas mais eficientes e viáveis, alinhadas com os objetivos

do cliente e a realidade do canteiro. Em muitos casos, pequenas correções nesse momento geram grande economia na execução.

Além disso, esse processo de auditoria técnica fortalece o relacionamento com nossos clientes. Mostra que somos parceiros comprometidos com o sucesso do empreendimento, e não apenas executores.

Resultados concretos:

- Menos retrabalho no canteiro;
- Redução de custos com correções e aditivos de obras;
- Mais segurança e fluidez no cronograma;
- Obra mais alinhada com o projeto e com o cliente.

Na prática, construir com engenharia in-house é como ter uma segunda opinião qualificada que protege seu investimento — e assegura que a execução siga exatamente aquilo que foi projetado (ou melhorado).

Acreditamos que o mercado da construção está mudando. E que as construtoras que quiserem se destacar precisarão ser cada vez mais técnicas, estratégicas e colaborativas. A engenharia in-house é uma das formas mais inteligentes de fazer isso acontecer.

Se você é incorporador, investidor ou gestor de obras, vale refletir: quem está auditando os projetos que você coloca em campo?

Pense nisso!

(*) Chief Engineering da We Are Group - empresa especializada na execução de ambientes corporativos e comerciais de alto padrão. Mais informações no site <https://www.wearegroup.com.br/>.



Fotos: JEN

ALIAR IDEIA COM
INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL



5 regiões, 10 histórias.

De Norte a Sul do Brasil: 5 regiões, 10 histórias para mostrar como pequenas e médias empresas estão usando a IA do Google Workspace para crescer.

GOOGLE LANÇA COLETÂNEA DE HISTÓRIAS EMPRESARIAIS QUE USAM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

São 5 Regiões e 10 histórias, com o Gemini, marcando a data 5/10

Redação

Empreender não é uma tarefa simples. Exige inspiração, capacitação, esforço e oportunidade. Com o apoio de parceiros estratégicos, uma ideia pode ser materializada, sim, e até virar referência. É o que o Google Workspace mostrará a todo o Brasil neste domingo, com o lançamento da campanha “5/10 – 5 Regiões, 10 histórias”, na TV e no digital. O 5/10 é o Dia Nacional da Micro e Pequena Empresa, geradoras de 70 % dos empregos e responsáveis por 26,5% do PIB nacional. Mais que listar casos regionais representativos, o Google Workspace alia a ideia de parcerias com a Inteligência Artificial (IA), através do Gemini.

O clima era de avant-première na noite de quinta-feira, 02, para um grupo selecionado de empresários e jornalistas. O cenário, cuidadosamente escolhido, foi a Cinesala de Pinheiros, em São Paulo, com direito a pipoca, sucos, refrigerantes e um lanterninha devidamente paramentado à entrada, junto de uma eficiente equipe de recepção. Antes, um coquetel com pianista ao vivo e um extraordinário repertório de MPB. Afirmar que voltamos aos ‘Anos Dourados’ por alguns instantes talvez não seja exagero.

Em meio a uma atmosfera favorável à inteligência emocional dos convidados, a IA (Inteligência Artificial) mostrou a que veio. De acordo com pesquisa global do Google/Ipsos, no ano passado o uso de IA aumentou 54% no Brasil. Os brasileiros também demonstraram maior entusiasmo com IA (65%, contra a média global de 57%) esperando resultados positivos (leia-se ganhos).

“Nos primeiros cinco anos, 63% das empresas quebram no Brasil. Para melhorar este quadro precisamos de parcerias e de tecnologias”, disse Marco Vinholi



do Sebrae-SP ao defender apoio integral às Micro e Pequenas Empresas. Sem revelar o montante dessa campanha, que vai cobrir todo o território nacional e, depois da apresentação das histórias, promover

treinamento remotamente em cinemas de todas unidades da Federação. Para o melhor uso da IA (com o Gemini integrado ao ecossistema Google Workspace) pelos empreendedores, Izabelle Macedo, diretora de Marketing para a América Latina do Google Cloud, lembrou que a campanha começou pelos Estados Unidos e agora tem o Brasil como foco. Posteriormente irá para o Reino Unido. “Ser o primeiro país fora dos Estados Unidos a ter esta campanha mostra a importância que tem o Brasil”, comentou ela com o jornal Empresas&Negócios.

5 / 10 AO VIVO

Protagonistas das 10 histórias estiveram presentes na avant-première, mas três foram escolhidos para a apresentação no palco do cinema. Cada um deles – com apenas o prenome fixado, deixando a coisa mais leve e parecendo informal – representou uma região: Noanny, do Pará (Norte), falou da mulher ribeirinha e da cultura de miscigenação, com todos os povos originários, e a veia empreendedora do elemento português. Noanny representa a quarta geração de cacauzeiros na região e está à frente da Cacauaré, que fortalece a identidade local e gera renda e oportunidades a uma extensa comunidade.

“Ser o primeiro país fora dos Estados Unidos a ter esta campanha mostra a importância que tem o Brasil

Victor, de Goiás (Centro-Oeste), tem uma pós-graduação em Direito Ambiental. Reciclador de resíduos de construção, contou alguns perrengues que passou no início da RNV Resíduos, em 2010, mas hoje faz o trabalho que se propõe com fluidez, esmagando parte dos restos e devolvendo brita e areia à construção, bem ao gosto da economia circular.

Andréia, de Niterói (Sudeste), falou do Papel Semente que produz. Experiente no Terceiro Setor, comentou sobre o impacto social que seu trabalho realiza junto à comunidade (gerando renda), além da iniciativa ambiental.

As outras histórias são do Acervo Utimura, de São Paulo (SP); Aoca Game Lab, de Salvador (BA); Ateliê Materno, de Florianópolis (SC); Ecoporé, de Porto Velho (RO); Moka Clube, de Curitiba (PR); Sítio Geranium, de Taguatinga (DF) e 3V3, de Fortaleza (CE).

Izabelle Macedo reiterou que é a primeira vez que o Google lança campanha simultânea na TV e no digital, promovendo as ferramentas e demonstrando a facilidade operacional como, aliás, ressaltaram os usuários Victor, Andréia e Noanny. Agora é se ligar e conferir o 5/10.

