

# Depois de queda em agosto, inflação oficial sobe 0,48% em setembro

Com influência da alta da conta de luz, a inflação oficial de setembro ficou em 0,48%, invertendo o comportamento de agosto, quando caiu 0,11%

Em 12 meses, o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) acumula 5,17%, acima da meta do governo, que vai a 4,5% no máximo. Os dados foram divulgados ontem (9) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

O grupo habitação exerceu a maior pressão nos preços, subindo 2,97% - representando impacto de 0,45 ponto percentual (p.p.) no IPCA do mês. Dentro do grupo, o subitem energia elétrica residencial, que havia variado -4,21% em agosto, subiu 10,31% em setembro, registrando o maior impacto individual (0,41 p.p.) na inflação. A alta da conta de luz é explicada pela “devolução” do Bônus Itaipu, desconto na conta de agosto que



O subitem energia elétrica residencial subiu 10,31% em setembro, registrando o maior impacto individual (0,41 p.p.) na inflação.

beneficiou 80,8 milhões de consumidores.

Em setembro, sem o bônus, a fatura fica mais alta na comparação com o mês anterior. Além do fim do bônus, a conta de luz sofre influência da vigência da bandeira tarifária vermelha

patamar 2, que adicionou R\$ 7,87 na conta de luz a cada 100 Kwh consumidos. A cobrança extra é determinada pela Aneel para custear usinas termelétricas em tempos de baixa nos reservatórios das hidrelétricas. O adicional é necessário, pois a energia gerada pelas

termelétricas é mais cara que a hidrelétrica.

Apesar do IPCA ter retomado o campo positivo em setembro, o grupo alimentos e bebidas manteve a trajetória de queda e apresentou o quarto mês seguido de recuo nos preços (-0,26%). Os destaques foram: tomate: -11,52%, cebola: -10,16%, alho: -8,70%, batata-inglesa: -8,55% e arroz: -2,14%. O IPCA apura o custo de vida para famílias com rendimentos entre um e 40 salários mínimos. A coleta de preços é feita em dez regiões metropolitanas - Belém, Fortaleza, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Vitória, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Porto Alegre - além de Brasília e nas capitais Goiânia, Campo Grande, Rio Branco, São Luís e Aracaju (ABR).

## Venda de veículos automotores sobe 2,9% em setembro

A quantidade de veículos automotores novos (automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus) vendida em setembro de 2025 no país foi de 243,2 mil unidades, 2,9% acima do registrado no mesmo mês do ano passado. Os dados, divulgados nesta quarta-feira (8), são da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea).

A produção de veículos automotores também cresceu, atingiu 243,4 mil unidades em setembro, 5,8% superior ao registrado em setembro de 2024. As exportações totalizaram 52,5 mil unidades, um salto de 26,2% sobre o mesmo mês do ano passado. Já as importações, chegaram a 42,4

mil unidades, 0,4% abaixo do registrado em setembro de 2024. A participação das vendas dos importados caiu no nono mês do ano: 18,1% em junho; 18,6%, em julho; 17,6% em agosto; e 17,4%, em setembro.

No acumulado do ano, de janeiro a setembro, as vendas de veículos automotores foi de 1,91 milhão de unidades, 2,8% superior ao mesmo período de 2024. A produção teve alta de 6% (1,98 milhão no acumulado de 2025 ante 1,87 milhão no de 2024). As exportações registraram um salto de 51,6% (430,8 mil em 2025 ante 284,2 mil em 2024) e as importações subiram 10,4% (355,6 mil em 2025 ante 322,1 em 2024) - (ABR).

## Início do defeso da piracema restringe pesca comercial

Está em vigor, desde 1º de outubro, o período de defeso da piracema, quando a pesca comercial fica temporariamente proibida até 31 de janeiro de 2026. A medida busca garantir o ciclo natural de reprodução dos peixes e a conservação dos recursos pesqueiros e abrange os rios das bacias hidrográficas do Paraguai, Amazonas e Araguaia-Tocantins, em Mato Grosso.

O período restringe a pesca comercial em todos os rios e lagoas do Brasil na fase de reprodução dos peixes. As restrições ocorrem em datas específicas, variando entre os estados e bacias hidrográficas de cada região, e incluem a proibição da pesca de espécies nativas e a restrição

de modalidades de pesca, especialmente em áreas como barragens, cachoeiras e confluências de rios.

No período, é permitida apenas a pesca de subsistência, desembarcada. Fica proibido o transporte e a comercialização da pesca no período e só é permitida a venda de peixes com origem comprovada de aquicultura ou pesque-pague, licenciados.

Durante a piracema é estabelecido o período de defeso, no qual a pesca fica proibida para fins comerciais. Assim, os pescadores e pescadoras artesanais e industriais têm suas atividades temporariamente suspensas. Quem desrespeitar a proibição comete crime ambiental (ABR).

## Experiência do cliente: busca por versatilidade e custo-benefício no setor de moda

Marcos Pertile (\*)

O consumidor de moda contemporâneo carrega um conjunto de expectativas refinadas. Quando há opções infinitas e tempo escasso, seu comportamento se orienta por dois princípios: a versatilidade das peças e o custo-benefício. Este equilíbrio delicado exige peças que superem ocasiões específicas, com uma longa vida de possibilidades. O valor real de uma aquisição mede-se pela capacidade de integrar-se a múltiplas narrativas pessoais - a peça fundamental para um evento noturno se torna, no dia seguinte, a base perfeita para um visual despojado.

O valor de uma peça de moda é, em grande parte, definido pela qualidade da experiência que a envolve. Um ambiente físico ou digital que acolhe, um atendimento preciso e um processo de entrega impecável elevam o valor percebido do produto. O cliente adquire um item e, com ele, a confiança depositada na marca, a sensação de ser compreendido e a promessa de retorno em elegância e durabilidade. Quando a jornada flui, o preço se torna um detalhe de uma transação maior, baseada em confiança.

Contudo, muitas marcas ainda tropeçam ao tentar atuar nesse segmento. O maior equívoco é acreditar que versatilidade e preço acessível podem compensar baixa qualidade. O consumidor moderno analisa, compara e testa. Ele percebe com rapidez quando a promessa de multifuncionalidade esconde a fragilidade. Outra armadilha fatal é a falta de identidade. Na busca por agradar a todos, algumas marcas perdem o rosto, tornam-se apenas mais uma voz em um coro barulhento, incapazes de criar uma conexão genuína.

Como manter o interesse do cliente com novidades constantes sem onerar a estrutura? A resposta está na estratégia. Lançamentos frequentes não precisam ser coleções monumentais. Peças “edição limitada”, acessórios que renovam o básico ou colaborações favorecem a sensação de descoberta sem a pressão de um estoque massivo. É uma técnica precisa entre o novo e o permanente, onde a novidade atrai o olhar, e a qualidade garante a venda.

Na relação entre marca e consumidor, a personalização e o atendimento ainda se provam fundamentais para construir fidelidade. Na geração da produção em massa, oferecer algo único - um ajuste personalizado, uma recomendação certa - é também um gesto poderoso de respeito. É a diferença entre ser um número em um banco de dados e ser um indivíduo com gostos específicos. Um atendimento humanizado, que ouve mais do que fala, transforma uma transação comercial em diálogo. Esse é o elemento que fortalece os laços: a certeza de que a marca compreende a pessoa que há dentro de cada cliente.

O futuro da moda será definido pela capacidade de oferecer respostas adaptadas às necessidades reais dos consumidores. Afinal, hoje já não se trata apenas de vestir o corpo, mas de vestir a identidade. O equilíbrio entre versatilidade e relação custo-benefício equivale à busca por um guarda-roupa com propósito — e por relações com marcas que cultivem conexões autênticas e duradouras.

(\*) - É sociodiretor da Mapa da Mina Acessórios, rede de franquias especializada em semijoias com produção própria.



## NEGÓCIOS

em

lobato@netjen.com.br

## PAUTA

### A – Dia das Crianças

Os lojistas têm motivos para alimentar boas expectativas para o Dia das Crianças deste ano. Pesquisa da Koin, fintech especialista em soluções de pagamento e antifraude, mostra que 84,2% dos consumidores pretendem comprar presentes, reforçando a importância estratégica da data para o varejo. Com 23,9%, o Pix se consolida como o método preferido de pagamento, deixando o cartão de débito bem atrás, com apenas 1,6%. O parcelamento, no entanto, continua sendo a opção predominante entre os consumidores, com 58,7% dos entrevistados indicando que preferem pagar em parcelas. O cartão de crédito é a escolha de 15,8%.

### B – Contabilidade Internacional

Nova York receberá entre os próximos dias 16 e 18 a conferência Global Vision, promovida pela Spanner Consulting Group, que se firma como referência internacional em contabilidade e tributação. Reunirá empresários, advogados e contadores de diferentes países para antecipar tendências do setor, com foco em internacionalização de negócios, segurança jurídica e novos modelos de atuação profissional. Também terá espaço dedicado aos contadores brasileiros que desejam migrar de carreira ou já atuam nos Estados Unidos. A proposta é apresentar caminhos para oferecer serviços de forma presencial no mercado americano ou remota para clientes no Brasil e no exterior. Saiba mais: (https://www.sspanner.com/).

### C – Mulheres em IA

A Numen, empresa líder em soluções de tecnologia, acaba de anunciar o patrocínio ao Potenc.IA, programa nacional de formação em Inteligência Artificial para mulheres que prevê formar 10 mil mulheres em seis meses. O anúncio ganha ainda mais relevância diante de dados do Fórum Econômico Mundial, que apontam que apenas 35% das mulheres recebem oportunidades de letramento e qualificação em comparação a 65% dos homens. O programa visa proporcionar uma experiência estruturada de forma linear, focada no desenvolvimento contínuo das participantes, por meio da identificação de gaps de conhecimento, aprendizado prático e feedback constante. Para mais informações, visite: (https://numenit.com/).

### D – Processadora de Vidro

Referência no beneficiamento de vidros para a construção civil, a Modelo Vidros vive um momento importante de sua trajetória. Em setembro, a empresa foi reconhecida no Prêmio Abravidro Glass South America 2025 como a melhor Processadora de Vidro da Região Sul, distinção inédita que reforça sua relevância no mercado e celebra a confiança de seus clientes. A premiação foi organizada pela Abravidro, entidade nacional que representa a cadeia vidreira. A distinção avaliou empresas de todo o Brasil em um processo criterioso que envolveu mais de 6 mil votos populares e contou com a análise técnica de um júri especializado.

### E – Acordo Paulista

O Governo do Estado de São Paulo abriu um novo edital do Acordo Paulista, programa de transação tributária voltado à renegociação de débitos de ICMS, IPVA, ITCMD e multas do Procon-SP. Com vigência até fevereiro de 2026, o programa traz condições inéditas de regularização fiscal, com descontos de até 75% sobre juros e multas, parcelamento em até 120 vezes e possibilidade de uso de créditos de precatórios e ICMS acumulado. O objetivo, segundo o governo estadual, é alcançar R\$ 15 bilhões em acordos, ampliando o alcance do programa com a revisão do grau de recuperabilidade das dívidas. Saiba mais em: (www.acordopaulista.sp.gov.br).

### F – Cooperativismo de Crédito

O Sicredi, instituição financeira cooperativa com presença em todo o Brasil e mais de 9,5 milhões de associados, anuncia a abertura das inscrições para a primeira edição do Prêmio Sicredi Comunicação em Rede, que irá reconhecer e premiar jornalistas e criadores de conteúdo que publicaram materiais sobre o cooperativismo de crédito no país. Com premiação total de R\$ 220 mil, o concurso está dividido em duas categorias principais: Jornalistas Profissionais (com subcategorias em texto, áudio e audiovisual, nos âmbitos nacional, regional e local) e Comunicadores em Rede (criadores de conteúdo digital com projetos multimídia). No total serão 11 prêmios de R\$ 20 mil. Mais informações: (www.sicredi.com.br/premio-comunicacao-em-rede)

### G – Pesquisador Eleitoral

O estrategista Emanoelton Borges, CEO da Alfa Inteligência, empresa de pesquisas de opinião e estratégia baseada em dados, foi anunciado na quarta-feira (08) como vencedor do Napolitan Victory Awards 2025, considerado o Oscar da política mundial, promovido pela Washington Academy of Political Arts & Sciences, dos Estados Unidos, na categoria “Pesquisador Eleitoral do Ano”. Para completar o dia histórico, a Alfa foi reconhecida, na mesma premiação, como a “Melhor Empresa de Pesquisa do Ano”. A cerimônia de entrega dos prêmios será realizada em Washington, no Estados Unidos, no dia 30 de outubro.

### H – Decisões Estratégicas

A Laiob Global Executive Education acaba de expandir seu portfólio e atuação no mundo com o lançamento do Executive Management Program, com a SDA Bocconi School of Management, em Milão, Itália. A instituição é uma das mais prestigiadas da Europa, ocupa posições de destaque nos principais rankings globais e é referência em excelência acadêmica e executiva. O lançamento é mais um passo da Laiob em um projeto de expansão, com novos programas e novas geografias. Ministrado em inglês, o curso oferece uma imersão de uma semana voltada ao desenvolvimento de habilidades de liderança com foco em impacto global, inovação e tomada de decisão estratégica. Saiba mais em: (https://www.laiob.com/).

### I – Cruzeiros no Rio

A temporada de cruzeiros 2025/2026 no Porto do Rio de Janeiro começa neste sábado, 11 de outubro, com a chegada do navio de expedição Scenic Eclipse, que inaugura o calendário de atracações na cidade. O último navio está previsto para 20 de abril de 2026. Serão 84 atracações e 28 embarcações, sendo 21 com roteiros internacionais e sete com rotas nacionais. A expectativa inicial é de 240 mil visitantes passando pelo Terminal de Cruzeiros do Porto do Rio de Janeiro até o fim da temporada. Entre os destaques estão o MSC Preziosa, que chega no dia 25 de outubro com capacidade para 4.345 passageiros, e o MSC Seaview, com 5.429 turistas, o maior navio desta edição.

### J – Empreendedorismo

A ESPM, referência em marketing e inovação para negócios, acaba de lançar o Hub de Empreendedorismo. O grupo voltado para debater empreendedorismo surge como uma comunidade dedicada à troca de experiências, inovação e novos negócios, conectando estudantes, ex-alunos, professores, pesquisadores e empresários. Com uma abordagem contemporânea, o Hub busca incentivar a inovação com responsabilidade e relevância por meio de três pilares: Força da Criatividade, Ecossistemas Globais e Digitally Native Vertical Brands (DNVBs). Saiba mais: https://www.espm.br/hubs-espm/empreendedorismo/