

Número de trabalhadores por aplicativo cresce 25% e chega a 1,7 mi

O número de pessoas que trabalham por meio de aplicativos cresceu 25,4% em 2024, na comparação com 2022

Nesse intervalo, o contingente de trabalhadores nessa condição passou de 1,3 milhão para quase 1,7 milhão. São 335 mil pessoas a mais. Nesse período, houve também aumento de participação desses trabalhadores no universo da população ocupada – pessoas com 14 anos ou mais de idade que trabalham.

Em 2022, os trabalhadores por meio de aplicativos eram 1,5% dos 85,6 milhões de ocupados, proporção que alcançou 1,9% dos 88,5 milhões de ocupados em 2024. Os dados fazem parte do módulo sobre trabalho por meio de plataformas digitais da Pesquisa Nacional



Transporte de passageiros concentra 58% dessas pessoas.

por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua, divulgado nesta sexta-feira (17) pelo IBGE.

Enquanto na população brasileira ocupada, 44,3% dos trabalhadores são infor-

mais, entre os plataformiza-dos, como chama o IBGE, esse percentual salta para 71,1%. O IBGE considera informal situações como empregados sem carteira assinada e quem trabalha por conta própria, mas sem

Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ).

Os pesquisadores identi-ficaram os seguintes vínculos entre os plataformizados:

- 86,1% trabalham por conta própria
- 6,1% são empregadores
- 3,9% são empregados sem carteira assinada
- 3,2% são empregados com carteira assinada

Um exemplo de empregador é o dono de um restau-rante que vende refeições por meio de aplicativo (ABR)

Falta de acesso a mamógrafos limita prevenção do câncer de mama

No mês de conscientização sobre o câncer de mama, um relatório destaca a importância de acesso igualitário ao rastreamento e tratamento da doença. Segundo o Atlas da Radiologia no Brasil, do Colégio Brasileiro de Radiologia e Diagnóstico por Imagem (CBR), o acesso aos mamógrafos ainda é um desafio. O país tem 6.826 equipamentos registrados, sendo 96% em funcionamento.

Metade deles está disponível no Sistema Único de Saúde (SUS), responsável por atender 75% da população. Isso equivale a 2,13 mamógrafos por 100 mil habitantes dependentes do SUS. Na saúde suplementar, que cobre 25% da população, o cenário é mais favorável:

6,54 aparelhos por 100 mil beneficiárias, quase o triplo da rede pública. O Acre exemplifica essa disparidade — são 35,38 mamógrafos por 100 mil habitantes na rede privada, contra 0,84 no SUS.

Há disparidades regionais. Roraima tem a menor proporção (1,53 por 100 mil), seguida do Ceará (2,23) e Pará (2,25). A Paraíba lidera o ranking (4,32), à frente do Distrito Federal (4,26) e do Rio de Janeiro (3,93). Segundo a coordenadora da Comissão Nacional de Mamografia do CBR, Ivie Braga de Paula, todos os estados têm número suficiente de aparelhos para o exame. Mas um conjunto de gargalos dificultam o acesso e geram subutilização (ABR).

BNDES vai liberar R\$ 12 bi para produtores rurais com perdas de safra

Com orçamento de R\$ 12 bilhões, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) abriu protocolo para receber pedidos de crédito no âmbito do Programa BNDES para Liquidação de Dívidas Rurais. A finalidade é auxiliar a retomada da capacidade econômica e apoiar a recuperação dos produtores agropecuários que registraram perdas significativas de safra.

As operações poderão ser feitas por meio da rede de instituições financeiras parceiras credenciadas no BNDES. O financiamento terá prazo de até nove anos, incluindo um de carência. O programa vai apoiar produtores rurais, associações, condomínios rurais e cooperativas agrícolas localizados em municípios que, entre 2020 e 2024, ti-

veram declaração de estado de calamidade pública ou de situação de emergência reconhecidas pelo governo federal, em decorrência de eventos climáticos adversos.

“O BNDES é o principal agente do governo federal para a execução de políticas públicas de crédito de longo prazo no país. Assim como ocorreu no Rio Grande do Sul, com empresas afetadas pelos extremos climáticos, o banco oferece aos produtores rurais alívio econômico, para garantir a continuidade da atividade produtiva no campo, especialmente para agricultores familiares e médios produtores, que têm papel central na segurança alimentar e no desenvolvimento regional”, disse Maria Fernanda Coelho, diretora de Crédito Digital e Gestão do Fundo Rio Doce (ABR).

Personalização é muito mais importante para as novas gerações

Tamaris Parreira (*)

Conhecer o seu cliente é indispensável para manter um relacionamento positivo e garantir maior retorno sobre os investimentos. É por isso que a personalização se tornou tão importante, e uma aliada muito útil na hora de se comunicar com públicos específicos.

Recentemente percebemos que essa personalização é ainda mais demandada das marcas quando falamos de gerações mais jovens. Essa tendência pode ser observada em diversos setores. No varejo, por exemplo, grandes marcas têm investido em lojas que oferecem produtos customizados com o nome ou as cores escolhidas pelo cliente.

No setor de streaming, algumas plataformas usam algoritmos de recomendação baseados no histórico de escolha de cada usuário. No setor alimentício, por exemplo, já há restaurantes que aplicam dados de consumo e geolocalização para ajustar cardápios e promoções regionais, mostrando que a personalização é uma estratégia versátil e eficaz em diferentes áreas.

E o setor de beleza também não fica atrás. Marcas de produtos cosméticos já apostam na personalização do atendimento, criando soluções individualmente para cada tipo de consumidor, por meio da Inteligência Artificial.

De acordo com dados do Relatório de Engajamento do Cliente 2025, da Twilio, 65% dos entrevistados da geração Z e 62% da geração Millennial têm mais probabilidade de aumentar os gastos quando as marcas personalizam. Esses números chegam também a 45% na geração X e 35% nos Baby Boomers. Isso aponta que mesmo as gerações

anteriores dão atenção às experiências personalizadas, algo que é ainda mais intenso nas gerações mais novas.

Esses dados chamam a atenção das empresas para uma realidade que exige personalização, a ponto de que seja crucial para a garantia de sobrevivência da marca. Além disso, como tanto a geração Z quanto os Millennials cresceram em um período de transição do físico para o digital, com a tecnologia fazendo parte do seu cotidiano desde cedo, saber como, quando e por onde se comunicar com essas pessoas pode representar uma questão primordial de comunicação.

Contudo, as marcas que não se atentarem a isso podem sofrer os reflexos com o desinteresse do cliente com a experiência, gerando um distanciamiento do consumidor.

Ainda segundo o relatório, os consumidores recompensam as marcas que acertam na personalização, mas há uma disparidade no “quanto”. Ou seja, 75% das empresas afirmam que a personalização aumenta os gastos dos clientes, em média, em 32% por compra. Enquanto isso, 54% dos consumidores declaram gastar mais quando o engajamento é personalizado, com um aumento médio de 37%, inalterado desde 2024.

Em resumo, o dinamismo com que os mais jovens dialogam com o mercado abre muitas oportunidades de explorar como esse público se comunica com as marcas, gerando oportunidades de engajamento tanto no meio físico quanto digital. Se feita corretamente, a personalização garante uma forte conexão entre o cliente e a marca.

(*) - É Country Director da Twilio para o Brasil (<https://www.twilio.com/pt-br/>).



NEGÓCIOS em PAUTA

A – Normalização Internacional

O engenheiro Mario William Esper foi reeleito presidente da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) para novo mandato a partir de janeiro de 2026. A recondução ocorre na mesma semana em que o diretor-geral Ricardo Fragoso foi novamente escolhido para o Conselho da Organização Internacional de Normalização (ISO), em Kigali, Ruanda. Com as duas reeleições, o Brasil preserva posição de destaque nas discussões globais sobre padrões técnicos e sustentabilidade — temas que estarão no centro da COP 30, em Belém, onde a ABNT apresentará contribuições técnicas sobre transição energética e economia de baixo carbono.

B – Cultura Náutica

Para quem sonha com o primeiro barco para explorar os refúgios do Brasil ou as águas calmas e paradisíacas da Baía de Todos-os-Santos, o Salvador Boat Show é o ponto de partida. Focado em propagar a cultura náutica, o evento vai mostrar que o sonho de ser dono de uma lancha pode estar mais próximo da realidade do que se pensa. O evento será realizado de 30 de outubro a 2 de novembro na Bahia Marina e os ingressos já podem ser adquiridos pelo site (www.salvadorboatshow.com.br). Serão mais de 40 embarcações em exposição de fabricantes de peso, com opções para os variados perfis.

C – Valorização do Terroir

Localizada em São Gonçalo do Sapucaí, na Serra da Mantiqueira, a vinícola Bárbara Eliodora foi fundada em 2015 e é a primeira da região a cultivar uvas finas pela técnica da dupla poda, que permite colher no inverno e alcançar maturação plena das frutas. O nome homenageia a poetisa e figura histórica da Inconfidência Mineira. A vinícola adota uma filosofia de pouca intervenção e valorização do terroir. Reconhecida pela crítica, a vinícola alcançou feitos inéditos: quatro vinhos com pontuações entre 92 e 94 pontos na Wine Enthusiast 2025, incluindo o Syrah Léger, o Syrah Clássico, o Gran Reserva François Frères e o Alvarenga, recorde histórico para rótulos brasileiros.

D – Crédito Agrícola

O BNDES abriu o protocolo para receber os pedidos de crédito no âmbito do 'Programa BNDES para Liquidação de Dívidas Rurais'. Com

orçamento de R\$ 12 bilhões do governo federal, o objetivo do programa é auxiliar a retomada da capacidade econômica e apoiar a recuperação dos produtores agropecuários que registraram perdas de safra. Com prazo de até 9 anos, incluindo até 1 ano de carência, o Programa objetiva apoiar produtores rurais, associações, condomínios rurais e cooperativas agrícolas localizados em municípios que, entre 2020 e 2024, tiveram a declaração de estado de calamidade pública ou de situação de emergência reconhecidas pelo Governo Federal, em decorrência de eventos climáticos adversos.

E – Camisas Oficiais

O Clube Náutico Capibaribe e a plataforma Play For a Cause se unem em uma ação que celebra um dos momentos mais marcantes da história recente do clube: o retorno à Série B do Campeonato Brasileiro. Para eternizar essa conquista, o clube, com o apoio da Play For a Cause, lança o leilão “O Acesso do Timbu”, que oferece aos torcedores a oportunidade de arrematar camisas oficiais autografadas pelo elenco alvirrubro. O acervo do leilão reúne nove camisas oficiais listradas e uma camisa de goleiro, todas assinadas pelos jogadores. Os lances iniciais partem de R\$ 600, e a ação fica no ar até a próxima quarta-feira (12) na plataforma Play For a Cause (www.playforacause.com.br).

F – Exportação de Carros

Com 11 anos de história, o Complexo Industrial da Nissan em Resende (RJ) celebra mais um marco: a exportação de 100 mil carros. O número confirma a evolução da fábrica e a força da Nissan na América Latina. A unidade que definiu esse marco foi um Kicks Play Sense com câmbio manual na cor branca destinado à Argentina, país que recebeu mais da metade de toda a produção feita para comercialização em mercados externos desde o início do programa de exportação. Dentro desse total, a Nissan também enviou veículos a países como Chile, Paraguai, Uruguai, Peru, Costa Rica, Panamá e Bolívia. Entre os modelos e versões mais exportados pela planta de Resende estão o March S, Versa Sense, Kicks Play Advance e o novo Kicks Advance.

G – Orgulho LGBT

Na última terça-feira (14), a ParadaSP, organizada pela APOLGBT-SP (Associação da Parada do Orgulho LGBT de São Paulo), lançou

oficialmente o Clube Parada, plataforma digital de benefícios voltada para a população LGBT+. O evento aconteceu em São Paulo e reuniu influenciadores, marcas parceiras e convidados em um encontro de apresentação da proposta e campanha. O Clube já está no ar em (www.clubeparada.com.br). A iniciativa é uma parceria entre a Agência Domp e a ParadaSP. Criado por Thiago Arrais, CMO da Domp, o clube surge como uma extensão das ações da Parada ao longo do ano, fortalecendo a conexão entre consumidores, criadores e empresas aliadas à diversidade.

H – Operações Policiais

Chega à 5ª edição o principal evento latino-americano sobre segurança pública e atividade policial com a missão de integrar a sociedade civil às forças de segurança, política e justiça do Brasil. O Congresso de Operações Policiais - COP Internacional 2025 será realizado entre os próximos dias 23 e 25, no São Paulo Expo, e tem como tema central: “Inteligência Artificial e Drones Policiais”. O evento é patrocinado por empresas que são referência do setor de segurança e defesa, como Helibras, Springfield Armory, Condor e Black Spirit. Informações e inscrições: (<https://cop.international>).

I – Golpes Digitais

O Pix volta ao centro das atenções com o lançamento do botão de contestação contra golpes. O novo recurso, também chamado de Mecanismo Especial de Devolução (MED), vai permitir que vítimas de golpes contestem transações diretamente nos aplicativos, acelerando bloqueios e devoluções em casos de fraude. Em sintonia com essa novidade, a Boavista Tecnologia lança o e-book gratuito “O Poder do Pix: inovação, segurança e eficiência financeira”, que reúne dados e análises sobre o impacto do Pix desde sua estreia em 2020 até as novas funcionalidades previstas pelo Banco Central. O e-book já está disponível gratuitamente pelo link: (<https://conteudo.boavistatecnologia.com.br/ebookopoderdopix>).

J – Semana de Arbitragem

Começa nesta segunda-feira (20), a 8ª edição da São Paulo Arbitration Week (SPAW), a semana internacional de arbitragem. Serão mais de 30 eventos até o dia 25, espalhados por vários pontos da cidade, que devem reunir cerca de 1,5 mil especialistas nacionais e internacionais, vindos de cerca de 40 países, para discutir os rumos e tendências da resolução de conflitos envolvendo múltiplas partes e setores. A semana, que é a maior da América Latina, vem crescendo a cada ano, atraindo alguns dos maiores nomes da arbitragem internacional e confirmando São Paulo como uma das capitais internacionais da resolução de conflitos corporativos. Confira a programação: (<https://www.sparbitrationweek.com.br/spaw-calendar/>).