

# Empresas & Negócios

PEÇA-CHAVE NA JORNADA

mnb\_CANVA



## POR QUE A EXPERIÊNCIA DE ENTREGA É TÃO IMPORTANTE PARA O CLIENTE?

Leia na página 8

## Como encantar antes de vender

Experiências emocionais e atendimento empático transformam o consumo de Natal em conexão e fidelização

**A**s vendas de fim de ano seguem entre os principais motores do varejo brasileiro, segundo levantamento da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), que projeta crescimento entre 1% e 2% para o setor em 2025. Embora o volume de compras continue expressivo, especialistas apontam que o verdadeiro diferencial competitivo está na forma como as empresas conduzem a experiência de consumo, em um cenário em que a experiência do consumidor vale tanto quanto o produto, o diferencial competitivo está no encantamento.

Para Alexandre Slivnik, especialista em excelência de serviços, vice-presidente da Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento (ABTD) e diretor executivo do IBEX, com sede em Orlando (EUA), o segredo das empresas que se destacam nesta época está em adotar uma mentalidade semelhante à da Disney: encantar antes de vender.

"O consumidor do Natal não busca apenas presentes, mas sensações. O sorriso, a escuta atenta e a surpresa positiva criam laços que o preço nunca cria", explica o especialista, que há mais de duas décadas estuda a cultura de encantamento de companhias como Disney, Apple Store e Starbucks. Slivnik afirma que, ao priorizar a experiência e o acolhimento, o varejo transforma o cliente em promotor da marca. "Vender é consequência. Encantar é a causa", resume.

Análises da Gallup mostram que o "engajamento do funcionário" leva a



Alexandre Slivnik

**O consumidor do Natal não busca apenas presentes, mas sensações. O sorriso, a escuta atenta e a surpresa positiva criam laços que o preço nunca cria. O palco não é só o balcão, é também o estacionamento, o caixa e o pós-venda. A experiência começa antes da compra e continua muito depois da entrega**.

23% a mais de rentabilidade. O impacto na retenção também é claro, com 21% menos rotatividade. Para Slivnik, o efeito é ainda mais perceptível no fim do ano, quando filas, prazos e altos volumes de atendimento se tornam oportunidades de encantamento. "A forma como uma loja lida com a espera ou com um problema na entrega pode definir a percepção do cliente para sempre. Um copo d'água oferecido, um atendimento com empatia ou uma solução rápida transformam frustração em encantamento genuíno", destaca.

Inspirado nos princípios da chamada Estratégia da Magia, metodologia criada por ele e baseada na filosofia Disney, Slivnik defende que as empresas precisam tratar cada ponto de contato como um momento de espetáculo. "O palco não é só o balcão, é também o estacionamento, o caixa e o pós-venda. A experiência começa antes da compra e continua muito depois da entrega", afirma.

Casos como o da Apple Store, que treina funcionários para cumprimentar cada cliente com sorriso e olhar direto, ou o da Starbucks, que personaliza o atendimento chamando os consumidores pelo nome, ilustram a importância do toque humano nas grandes redes. "Essas marcas não vendem café ou tecnologia, vendem pertencimento. É essa sensação que fideliza", observa o especialista.

Para o professor convidado do MBA de Gestão Empresarial da FIA/USP, investir em treinamentos que reforcem empatia e propósito é o primeiro passo para garantir resultados sustentáveis. "O encantamento é uma escolha estratégica, não sazonal. Quando a empresa entende que cada sorriso é um investimento, transforma o Natal em um palco de experiências inesquecíveis", conclui Slivnik.

### Grandes marcas estão mudando a estratégia de comunicar as campanhas de incentivo

Há mais de 10 anos, as empresas enfrentam o mesmo desafio: como engajar seus colaboradores e parceiros comerciais e mantê-los comprometidos com as metas?

### Seus direitos na Black Friday: como identificar promoções reais e evitar abusos

Professor da Faculdade Baiana de Direito esclarece os principais direitos previstos no CDC e alerta consumidores para práticas abusivas.

### Especialista aponta como potencializar vendas em datas comerciais

Estratégias práticas para empresas impulsionarem resultados durante o fim do ano e fortalecerem o posicionamento digital ao longo de todo o calendário.

### Evolução do setor logístico ganha força com foco na experiência do cliente

O setor logístico sempre foi guiado por precisão, agilidade e controle de processos, mas o avanço das cadeias de suprimentos e das demandas dos consumidores vem exigindo um olhar mais amplo.

#### Automóveis

#### Via Digital Motors



Por Lucia Camargo Nunes

Leia na página 4

#### Política

#### Operário no poder



Leia na página 2

### Negócios em Pauta

**6º ENCONTRO LIBERDADE PARA EMPREENDEDOR**

LIBERDADE PARA EMPREENDEDOR ONLINE/OFFLINE

Empreender no digital, viver no real. Equilíbrio é o novo sucesso

TERÇA / 25 DE NOVEMBRO / 09H ÀS 19H

#### Liberdade para Empreender

No dia 25 de novembro, das 8h às 19h, o CMEC realizará a 6º edição do Liberdade para Empreender com o tema: On-line/Off-line – Empreender no Digital e Viver no Real: Equilíbrio é o Novo Sucesso. Voltado para empresas e empreendedores, o evento promovido pelo Conselho da Mulher Empreendedora e da Cultura (CMEC) – órgão da Associação Comercial de São Paulo (ACSP), da Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (FACESP) e da Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB) – reunirá especialistas em gestão, saúde emocional, tecnologia, longevidade e inovação para falarem sobre os desafios de empreender com equilíbrio e bem-estar em um mundo cada vez mais digital ([www.cmeccmulher.com.br/liberdadeparaempreender2025](http://www.cmeccmulher.com.br/liberdadeparaempreender2025)).

Leia a coluna completa na página 3

### News@TI



#### Ranking 100 Open Startups 2025

A 10ª edição do Ranking 100 Open Startups, consolidado como maior ranking corporativo da América Latina e referência no mercado, revela um ecossistema de open innovation em plena expansão, atingindo números recordes em 2025. O volume financeiro transacionado em contratos entre corporações e startups disparou de R\$ 10,8 bilhões para R\$ 17 bilhões, um crescimento expressivo de 57% em relação a 2024. O anúncio oficial e a premiação aconteceram durante o Open Innovation Awards - Edição Campeãs da Década, realizado no Copacabana Palace, no Rio de Janeiro. A publicação, construída a partir de critérios objetivos baseados no volume e tipos de negócios estabelecidos, somou 60.111 relacionamentos de open innovation registrados entre corporações e startups no ano ([www.openstartups.net/site/ranking/index.html](https://www.openstartups.net/site/ranking/index.html)).

Leia a coluna completa na página 2

### Economia da Criatividade

A Nova Era da Reputação Educacional: Como a Confiança se Constrói (ou se Perde) Online



Carol Olival

Leia na página 4

### Negócios & Carreira!

Da Zona Leste ao Mundo: A Jornada de Liderança Global de Eduardo Teixeiras



Fabiana Monteiro

Leia na página 5

## Operário no poder

Heródot Barbeiro (\*)

A ditadura está de olho no líder operário. Ele atua em uma região industrial do país e, graças à aglomeração de milhares de operários, é um cenário perfeito para iniciar um movimento contra o governo militar.

**A** radicalização política é acalmada com prisões e líderes operários atrás das grades, sofrendo torturas físicas e psicológicas. O aparelho repressor é cruel e vem sendo testado durante todo o tempo. Não há garantias constitucionais.

Os julgamentos de acusados de traição à pátria são manipulados por promotores e juízes togados a serviço dos poderosos. Não dá para confiar na justiça e os advogados dos presos políticos vivem ameaçados pelo regime e seus asseclas.

O regime segue a linha adotada em todo o continente. As nações autoritárias trocam informações sobre líderes de oposição, especialmente os que tentam fundar sindicatos e organizar a classe dos trabalhadores. Muitos são exilados, mas mesmo no exterior participam clandestinamente de movimentos revolucionários. Só uma forte cooperação pode brecar as reuniões, publicações de jornais, livros e panfletos considerados subversivos. A censura é rígida.

Os meios eletrônicos, como o rádio e a tevê, só divulgam o que vem da assessoria de

## News@TI

### Embrapa lança na Agrizone Plataforma de Saúde do Solo

Foi lançada durante a COP 30, em Belém (PA), a Plataforma Saúde do Solo BR: solos resilientes para sistemas agrícolas sustentáveis. A cerimônia marcou a apresentação oficial da tecnologia desenvolvida pela Embrapa, que reúne, pela primeira vez, informações sobre a saúde dos solos brasileiros em um ambiente digital e de acesso público. A Plataforma disponibiliza dados de saúde do solo por estado e município, reunindo atualmente informações de cerca de 56 mil amostras, provenientes de 1.502 municípios de todas as regiões do País (<https://saudedosolo.embrapa.gov.br/inicio>).

### Algar se destaca entre as Top Corporações no 100 Open Startups 2025

Algar, empresa de soluções de TI e telecom do grupo Algar, conquista destaque no ranking 100 Open Startups 2025, uma das mais relevantes plataformas de conexão entre corporações e startups no Brasil. A companhia alcançou o segundo lugar na categoria "Telecomunicações" e a vigésima quarta posição no ranking geral de "Corporações", reafirmando seu compromisso com a inovação e o desenvolvimento do ecossistema empreendedor. Essa dupla conquista no 100 Open Startups reflete o esforço contínuo da Algar em fomentar o constante aprimoramento em todas as suas frentes.

### Conquistar uma viagem espacial

A SERA (Space Exploration & Research Agency), agência dedicada à exploração espacial, acaba de lançar uma plataforma que democratiza o acesso ao espaço para o público global. Por meio de um aplicativo gratuito e disponível no Telegram, a iniciativa busca selecionar os próximos astronautas para viverem a experiência da missão New Shepard, da Blue Origin, empresa privada americana de companhia espacial fundada por Jeff Bezos. Dentro da plataforma, usuários do mundo todo podem participar de desafios, formar comunidades e acumular SpaceDust (sistema de pontos internos do app). Quanto mais pontos acumulados, maiores as chances de subir no ranking e se tornar um candidato elegível para receber o voto da comunidade para visitar o espaço ([https://t.me/sera\\_mission\\_control\\_bot/app](https://t.me/sera_mission_control_bot/app)).

#### Editorias

Economia/Política: J. L. Lobato ([lobato@netjen.com.br](mailto:lobato@netjen.com.br)); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza ([ricardosouza@netjen.com.br](mailto:ricardosouza@netjen.com.br)); Livros: Ralph Peter ([ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br](mailto:ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br));

Comercial: [comercial@netjen.com.br](mailto:comercial@netjen.com.br)

Publicidade Legal: [lilian@netjen.com.br](mailto:lilian@netjen.com.br)

Colaboradores: Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródot Barbeiro.

Webmaster/TI: Fabio Nader; Editoração Eletrônica: Ricardo Souza.  
Revisão: Maria Cecília Camargo; Serviço informativo: Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

# O apagão da Cloudflare não é "só mais um bug". É um alerta.

Na manhã de terça (18), uma falha em um dos maiores provedores de infraestrutura da internet derrubou ou degradou o acesso a serviços como X, OpenAI/ChatGPT, Canva, Grindr e até operações em aeroportos, afetando algo em torno de 20% do tráfego global da web.

Rodrigo Gava (\*)

**E**m poucas horas, boa parte do mundo digital descobriu na prática o que significa concentrar boa parte da vida online em poucos intermediários.

Mais do que discutir a causa técnica do incidente, o episódio expõe um ponto cego grave na forma como empresas tratam riscos de terceiros e continuidade de negócios.

#### Terceirização demais, estratégia de menos

O mercado evoluiu bastante em TPCM (Third-Party Cyber Risk Management, ou gestão de risco cibernético de terceiros). Vimos a popularização de ferramentas que atribuem "scores de postura" para fornecedores, com base em vulnerabilidades conhecidas, configurações erradas, exposição em internet etc. Isso é importante, mas é claramente insuficiente.

Na prática, o que muitas empresas chamam de TPCM e GCN (Gestão de Continuidade de Negócios) ainda é:

- **Superficial:** foca em questionários, rating de fornecedores e planilhas, mas pouco conecta isso a impactos reais de negócio.
- **Estático:** revisado uma vez por ano, sem simulações vivas de crise com os terceiros mais críticos.
- **Pouco orientado ao "fim",** que deveria ser simples de enunciar: *mitigar riscos e manter o negócio funcionando*, mesmo quando um grande parceiro cai.

O outage da Cloudflare escancara isso: poucas empresas, ao escolherem um único grande provedor de proxy reverso, CDN ou DNS, realmente se perguntam:

"O que acontece com meu faturamento, minha operação e minha reputação se esse fornecedor ficar indisponível por três horas em horário de pico?"

#### A internet nasceu para não ter um ponto único de falha

Existe um paradoxo aqui. A própria internet foi desenhada, lá atrás, com um princípio fundamental: evitar pontos únicos de falha. O conceito de redes em pacotes e rotas alternativas nasce justamente dessa necessidade de resiliência.

Na prática, porém, o que estamos fazendo é o oposto: concentrando aplicações, segurança, DNS, entrega de conteúdo, autenticação e observabilidade em pouquíssimos provedores globais. Quando um deles falha, o "efeito domino" atinge:

- sites e plataformas B2C;
- operações críticas (como check-in em aeroportos),
- canais digitais de relacionamento com clientes, • cadeias inteiras de fornecedores.

Não se trata de culpar a Cloudflare ou qualquer outro player específico. Incidentes acontecem com todos. O problema é a **dependência estrutural sem plano B**.

Depositar a "vida digital" da empresa em um único provedor, sem alternativas minimamente desenhadas, é quase uma heresia diante dos princípios que deram origem à própria internet.

#### Incluir cenários de "queda de grande provedor" nos exercícios de crise

Não basta simular ransomware dentro de casa. É preciso simular: "E se o nosso principal provedor de CDN/DNS cair?"

- Como comunicamos com clientes?
- Qual o impacto em receita por hora?
- Existe canal alternativo de atendimento?
- Quais decisões o comitê de crise precisa tomar nos primeiros 15 minutos?

#### Desenhar arquitetura sem ponto único de falha de terceiros

Em muitos casos, é possível – e desejável – ter:

- **provedores redundantes** (multi-CDN, multi-cloud, secundário de DNS);



- rotas alternativas para canais críticos;
- planos de degradação controlada (o que fica ativo, o que é desligado, o que passa para modo manual).

#### Conectar TPCM com Continuidade de Negócios

Gestão de risco de terceiros não pode ser só um questionário. Os riscos identificados precisam se traduzir em:

- cláusulas contratuais de disponibilidade, transparência e comunicação em crises;
- planos de resposta conjuntos (quem fala com quem, em quanto tempo, por qual canal);
- critérios claros de substituição ou redundância quando o risco de concentração for alto demais.

#### Tratar resiliência digital como tema de negócio, não apenas de TI

Cloudflare, AWS, Azure e outros gigantes de infraestrutura não são apenas "fornecedores de tecnologia". Eles são hoje **pontos de sustentação do modelo de negócios**.

Isso significa envolver:

- CFO, para medir impacto financeiro de minutos de indisponibilidade;
- jurídico e compliance, para avaliar obrigações contratuais e regulatórias;
- marketing e relações com a imprensa, para gerir comunicação em incidentes públicos.

#### De "mais um incidente" a agenda estratégica

Outages como o da Cloudflare vão continuar acontecendo. O volume e a complexidade dos serviços que esses provedores carregam tornam impossível garantir 100% de disponibilidade, 100% do tempo.

A pergunta que as empresas precisam responder não é se confiam ou não nesses gigantes. A pergunta é outra:

"Estamos dispostos a concentrar o coração digital do nosso negócio em um único terceiro, sem plano B, sabendo que falhas vão acontecer?"

Enquanto TPCM e GCN forem tratados como formalidade ou check-box para auditoria, continuaremos vulneráveis a esse tipo de choque.

Quando passarem a ser tratados como **ferramentas para proteger receita, reputação e continuidade real do negócio**, episódios como o apagão de hoje deixarão de ser apenas notícias incômodas — e passarão a ser insumos valiosos para amadurecer a estratégia.

(\*) CTO e co-CEO da VULTUS.

## Proclamas de Casamentos

### CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL 33º Subdistrito - Alto da Mooca ILZETE VERDERAMO MARQUES - Oficial

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

O pretendente: **RALLYSON BEZERRA DE LIMA FERNANDES**, estado civil solteiro, filho de Joaquim Luciano Silva Fernandes e de Carmem de Fátima Bezerra de Lima, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **FRANCIELMA PEREIRA BRITO**, estado civil solteira, filha de Raimundo Sales de Brito e de Maria das Navegantes Pereira Brito, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **JOSÉ XAVIER GOMES**, estado civil viúvo, filho de Mariano Xavier Gomes e de Maria Cândida Xavier, residente e domiciliado na Vila Formosa, nesta Capital - São Paulo - SP. A pretendente: **MARIA JOSE BETTA**, estado civil divorciada, filha de Atílio Betta e de Jeni Leccioi Betta, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Avenida Sapopema, nº 4579, Vila Formosa, nesta Capital - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Marfisa, nº 421, casa 02, Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea "b" da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência do pretendente.

A pretendente: **PALOMA MENDES DA PURIFICAÇÃO**, estado civil solteira, filha de Everaldo Bispo da Purificação e de Jovelina Mendes de Sousa, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste Subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **LUANA SILVA SANTOS**, estado civil solteira, filha de Alexandre Santos e de Silvânia Costa Silva, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste Subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **VINÍCIUS CAMPOS OLIVEIRA**, estado civil solteiro, filho de José da Silva e Oliveira e de Mirian Campos Oliveira, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **MANUELE BARBOSA DE LIMA CRUZ**, estado civil divorciada, filha de Daniel Lopes da Cruz e de Edilene Barbosa de Lima Cruz, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

FAÇO SABER que pretendem converter sua união estável em casamento:

O convivente: **JOSÉ ALBERTO ROZAS**, estado civil divorciado, filho de Antonio Rozas Neto e de Terezinha Kilianski Rozas, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A convivente: **SIMONE GABRIEL AMORIM PEREIRA**, estado civil viúva, filha de Esmerino Bento e de Cecilia Gabriel Bento, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

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



# Número de sindicalizados para de cair e chega a 9,1 milhões

O número de trabalhadores sindicalizados no Brasil interrompeu uma trajetória de mais de dez anos de queda e ganhou 812 mil pessoas em 2024

**D**essa forma, o percentual de sindicalizados chega a 8,9% dos 101,3 milhões de trabalhadores ocupados. Com o acréscimo, o país registrou 9,1 milhão de pessoas associadas a sindicatos de trabalhadores em 2024, avanço de 9,8% em relação a 2023, quando eram 8,3 milhões. Mas o contingente ainda está bem abaixo dos 14,4 milhões de 2012 – recuo de 36,8% em 12 anos.

A constatação está em edição especial da Pnad Contínua, divulgada pelo IBGE. A pesquisa traz dados anuais desde 2012, com exceção de 2020 e 2021, por causa da pandemia da Covid-19, que invadiu a coleta de dados. Em 2012, os sindicalizados representavam 16,1% dos ocupados.



O contingente ainda está bem abaixo dos 14,4 milhões de 2012 – recuo de 36,8% em 12 anos.

Ao comentar a trajetória de queda até 2023, o analista da pesquisa, William Kratochwill, nota a relação entre o ano de 2017, quando começou a ficar mais acentuada a queda no número de sindicalizados e a reforma trabalhista, aprovada naquele ano. “Os dados mostram uma correlação forte entre a implantação da lei e a queda

do percentual de pessoas sindicalizadas”, aponta. Uma das mudanças provocadas pela reforma foi o fim da contribuição sindical obrigatória.

Sobre o aumento de 2023 para 2024, Kratochwill acredita em uma recuperação daquelas pessoas que um dia já tenham sido sindicalizadas e retornaram”, sugere Kratochwill (ABr).

## Proporção de quem estava em home office recua

Por dois anos seguidos, caiu a proporção de pessoas que trabalhavam em casa, o chamado home office. Em 2024, eram quase 6,6 milhões de pessoas que realizavam as atividades profissionais onde moravam. Em 2022, esse número superava 6,7 milhões. Em termos de proporção, a redução foi de 8,4% para 7,9% dos trabalhadores. O ponto de inflexão foi em 2023, quando 6,61 milhões estavam trabalhando em casa (8,2% do total).

A constatação - que representa uma inversão na tendência crescente que tinha sido acentuada pela pandemia da Covid-19 - faz parte de uma edição especial da Pnad Contínua, divulgada pelo IBGE. As proporções apontadas pelo IBGE se referem ao universo de 82,9 milhões de trabalhadores em 2024. Por critério do instituto, esse conjunto exclui empregados

A classificação trabalho no domicílio de residência vale também para pessoas adeptas do coworking (escritórios compartilhados). O levantamento mostra que as mulheres eram a maioria em home office. Elas somavam 61,6% dos trabalhadores nessa condição. Observando o total de trabalhadores por sexo, 13% das mulheres estavam em home office. Entre os homens, a parcela era de 4,9%. O trabalho no domicílio de residência claramente deu uma arrancada depois da pandemia.

Em 2012, a parcela das pessoas nessa condição era de 3,6%. Em 2019, figurava em 5,8%, alcançando o ponto mais alto em 2022 (8,4%), antes de regredir nos dois últimos anos. Mas ainda está em um nível superior ao que tínhamos antes do período pandêmico e das novas tecnologias (ABr).

## Apenas um em cada quatro trabalhadores por conta própria tem CNPJ

De cada quatro trabalhadores por conta própria no país, apenas um tinha registro no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) em 2024, ou seja, formalização da atividade. Eram 6,6 milhões de pessoas em um universo de 25,5 milhões de trabalhadores por conta própria. Apesar da baixa cobertura, o dado mostra avanço em 12 anos. Em 2012, os conta própria com CNPJ eram 15% do total. Em 2019, um quinto (20,2%) e no último levantamento, divulgado nesta quarta-feira (19), um quarto (25,7%).

A constatação está em edição especial da Pnad Contínua, do IBGE. Os 25,5 milhões de conta própria no país em 2024 representavam 25,2% dos 101,3 milhões de trabalhadores em 2024. Em 2012 eles eram 22,4%.

## NEGÓCIOS em PAUTA

lobato@netjen.com.br

### A – Celulares e Acessórios

O setor de telecomunicações deverá movimentar cerca de R\$ 250,8 bilhões até o final de 2025 - o que representa uma alta de 11,1% em relação ao ano passado. Só com a compra e manutenção de aparelhos celulares e acessórios, o montante chega a R\$ 152,1 bilhões. A estimativa é da Pesquisa IPC Maps, especializada em potencial de consumo dos brasileiros há mais de 30 anos, com base em fontes oficiais. Neste cálculo, são levadas em conta as despesas com a aquisição de aparelhos e manutenção de telefonia fixa e móvel, acessórios, bem como pacotes de TV, telefone e internet.

### B – Aumento da Eficiência

A Norcoast, empresa brasileira de navegação costeira, anuncia a transferência da sua operação para o terminal da DP World, no Porto de Santos. A mudança, que teve início em 14 de novembro com a viagem norte da embarcação NC BReda, faz parte de uma estratégia de longo prazo voltada ao aumento da eficiência e ao crescimento sustentável da companhia. A Norcoast, que atende tanto a carga doméstica quanto armadores estrangeiros com demanda para outros portos, pretende ampliar sua carteira de clientes ao expandir as opções de conexão para cargas de cabotagem e feeder.

### C – Novos Produtos

A OMODA & JAECOO, marca do grupo Chery International, antecipa dois grandes novos produtos em seu portfólio, durante o Salão do Automóvel de São Paulo: Os novos SUVs Jaecoo 5 e Jaecoo 8, que chegam ao país em 2026 para reforçar, ainda mais, a presença da marca e consolidar sua estratégia de expansão no país. No line-up atual da Jaecoo, os modelos se juntarão ao Jaecoo 7, veículo que tem alcançado números de vendas crescente, sendo figura carimbada como finalista de diversas premiações do setor automotivo em 2025. O Salão do Automóvel acontece de 22 a 30 de novembro no Pavilhão de Exposições do Anhembi, em São Paulo. Para adquirir ingressos basta acessar o site: (<https://www.salaodautomovel.com.br/pt-br/ingressos.html>).

### D – Líderes do Setor

A 11ª edição do Prêmio Carsughi L'Auto Preferita consagrou os grandes destaques da indústria automotiva brasileira em cerimônia realizada na segunda-feira (17) em São Paulo. O prêmio homenageia a trajetória do jornalista Claudio Carsughi e reconhece os veículos, executivos e iniciativas que mais se destacaram ao longo do ano. Entre os vencedores destacam-se o Honda City Sedan (Automóvel Compacto), Nissan Sentra (Médio) e Audi A5 Sedan (Premium/Luxo). Na categoria SUV, os premiados foram Honda WR-V (Compacto), Renault Boreal (Médio), GWM Haval H9 (Grande) e Jeep Wrangler (Premium/Luxo). Já entre as picapes, levaram o troféu a Ford Maverick Tremor (Pequena/Intermediária), Ford Ranger Raptor (Média) e Ford F150 Tremor (Grande).

### E – Método CIS

O maior treinamento de inteligência emocional do mundo retorna ao Rio de Janeiro. Entre os próximos 27 a 29, o RioCentro será palco da edição 247 do Método CIS (Coaching Integral Sistêmico), criado por Paulo Vieira, PhD, autor do best-seller O Poder da Ação, ao lado de Camila Vieira, especialista em desenvolvimento humano, e com a participação de Júlia Vieira, referência da nova geração na Febras. Na edição anterior, realizada no Rio de Janeiro, o evento teve 73 mil espectadores de todo o mundo. Agora, a edição 247 tem a meta de reunir 7 mil participantes presencialmente e alcançar a marca dos 80 mil espectadores na transmissão ao vivo. Saiba mais em: (<https://febrasriodejaneiro.com.br/metodo-cis-riodejaneiro-presencial/>).

### F – Jovens Aprendizes

A VAMOS, empresa do Grupo SIMPAR e líder em locação de veículos pesados e na venda de caminhões seminovos, está com vagas abertas para jovens aprendizes nas áreas de mecânica e administração. As oportunidades fazem parte da segunda edição do Programa de Jovens Aprendizes, que neste ano oferece 25 vagas em todo o Brasil. O programa é direcionado a jovens entre 18 e 24 anos, que estejam cursando ou já tenham concluído o ensino médio, e interessados em iniciar carreira nas áreas Mecânica ou Administrativa. A carga horária será de 4 ou 6 horas diárias, permitindo ao jovem conciliar estudos e prática profissional. Inscrições: (<https://vamos.gupy.io/>).

## Os três pontos cegos do OKR

Pedro Signorelli (\*)

O OKR se tornou uma das ferramentas mais populares de gestão, mas também uma das mais mal compreendidas

OKR deve medir valor: “Aumentar conversão em X% através das campanhas”. Quando se mede esforço, perde-se impacto.

Falta treinamento para escrever bons KR, claros, mensuráveis e voltados ao resultado, não volume de trabalho.

### 3. A Ambição Inibida (Metas Fáceis e Medo de Falhar)

Quando a empresa define metas que já sabe que vai bater, mata a ambição. Se você atinge 100% sempre, é previsível e está deixando crescimento na mesa. O sucesso do OKR é alcançar 70% de algo realmente desafiador.

É preciso criar espaço para o erro planejado: mirar alto, aprender com a tentativa e celebrar o progresso, não apenas a perfeição. Se você pune quem erra, não vai ter pessoas ambiciosas e felizes, em busca do difícil.

O OKR é, em sua essência, uma ferramenta de transformação cultural, além de ser uma de gestão. Ela só funciona quando usada para provocar conversas honestas sobre o que importa: o que está funcionando e o que não está. Não é só sobre planilhas, dashboards e templates, é sobre criar clareza, promovendo autonomia e cultivando ambição.

O segredo para sair dos pontos cegos não está na próxima planilha, mas sim no letramento contínuo e na coragem da liderança de usar a transparência para, de fato, gerar alinhamento e ambição em toda a companhia.

(\*) - É especialista em gestão, com ênfase em OKRs (<http://www.gestaopraticada.com.br>).

### G – Carro Zero

A Black Friday já chegou na Fiat! A marca, que é líder de vendas do mercado brasileiro, preparou ofertas e condições especiais para quem quer encerrar o ano com um carro zero quilômetro na garagem. O Argo, hatch que é o terceiro carro mais vendido do Brasil no acumulado do ano, está de R\$ 95.990,00 por R\$ 85.990,00 na versão Drive 1.0. Já o Cronos Drive 1.3 está partindo de R\$ 112.490,00 por R\$ 96.990,00, uma redução de R\$ 15.550,00. Além do desconto, ambos os modelos também contam com taxa zero. As ofertas são válidas até o dia 3 de dezembro em todas as mais de 500 concessionárias espalhadas pelo país.

### H – Relações Comerciais

A AASP – Associação dos Advogados realiza, no próximo dia 24 (segunda-feira), às 9h, o curso ‘Black Friday 2025: Consumo consciente e proteção nas compras online’, na Unidade Jardim Paulista, em São Paulo. Voltado a profissionais do Direito, do consumo e interessados em compreender os novos paradigmas das relações comerciais digitais, a formação discutirá como o Código de Defesa do Consumidor e as tecnologias emergentes, como a inteligência artificial, impactam o comportamento de compra e a segurança nas transações eletrônicas. Para mais informações e inscrição, acesse o site (<https://participe.aasp.org.br/black-friday2025/>).

### I – Balança Comercial

Setembro trouxe um resultado positivo para a balança comercial do Rio de Janeiro: o estado apresentou superávit de US\$ 8,7 bilhões, no acumulado anual de 2025. A corrente de comércio fluminense registrou US\$ 33,6 bilhões em exportações e US\$ 25 bilhões nas importações, totalizando US\$ 58,6 bilhões de janeiro a setembro. As informações são da edição outubro do Rio Exporta, boletim de comércio exterior produzido pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan).

### J – Central de Dados

No Brasil, montar uma base de dados confiável que organiza todas as informações da companhia ainda é caro e demorado. A Nekt, plataforma de dados e IA, simplifica esse processo, permitindo que qualquer empresa crie seu lakehouse de forma gratuita. A iniciativa permite que times de produto, marketing, finanças, operações e engenharia operem informações com segurança e controle desde o início. “Democratizar dados, não é discurso - é produto. Estamos colocando de pé, de forma rápida e assertiva, uma base que antes exigia mais tempo e alto investimento, permitindo que as empresas tomem decisões cada vez mais estratégicas”, afirma Antonio Duarte, CEO e cofundador da Nekt (<https://www.nekt.com.pt>).



## Via Digital Motors

### Salão do Automóvel está de volta: confira as novidades

O Salão Internacional do Automóvel de São Paulo 2025 retorna após sete anos com foco renovado na eletrificação, SUVs e marcas estreantes.

O evento contará com a presença de 25 marcas e mais de 300 veículos. A 31ª edição deve ser a maior já realizada, reunindo montadoras tradicionais, importadoras que estão entrando no mercado brasileiro e fabricantes que chegam ao país. Organizado pela RX, o Salão deve atrair mais de 700 mil visitantes.

O evento destaca novidades híbridas e elétricas, como Toyota Yaris Cross, Kia Sportage, Peugeot e Omoda E5.

As marcas chinesas, como BYD, GWM, Caoa Chery, Denza, Leapmotor, MG e Caoa Changan terão grande presença, promovendo seus avanços em SUVs, picapes e eletrificados.

Entre os principais lançamentos de montadoras tradicionais, estão Fiat, Renault, Honda, RAM e Citroën, com veículos conceito, elétricos e SUVs.

Além disso, o salão oferece experiências imersivas, incluindo exposição de supercarros, carros clássicos, test drives, simuladores e arenas de customização.

O evento acontece de 22 a 30 de novembro, no Distrito Anhembi, em São Paulo.



Mapa do Salão.

### Muitas expõem, muitas ausentes

Enquanto algumas marcas brilham e outras estreiam, grandes montadoras preferiram não aparecer. Entre as marcas tradicionais ausentes estão: Volkswagen, Chevro-

let, Ford, Nissan, Volvo, Mercedes-Benz, Porsche, Audi, Land Rover e BMW.

#### Atrações imperdíveis:

**Toyota Yaris Cross** - SUV compacto que chega em configuração híbrida flex, prometendo ser um dos carros mais vendidos da Toyota.

**Jeep Avenger** - Futuro SUV de entrada da Jeep, o modelo deve ser apresentado em sua versão 100% elétrica.

**Kia Sportage MHEV** - SUV com motorização híbrida-leve, alinhado à estratégia da Kia de expandir sua frota eletrificada.

**Peugeot 208 e 2008** - A marca francesa aposta em versões híbridas-leves e faz a estreia da versão elétrica e-208 GTi.

**Omoda E5** - SUV elétrico da chinesa Omoda, que marca sua estreia no Salão do Automóvel.

**Abarth 600 e Scorpionissima** - SUV elétrico esportivo e de alta performance, representando a vertente esportiva do grupo Stellantis.

**Renault Boreal R Pass** - Nova configuração do SUV médio da Renault, um dos principais lançamentos em volume da montadora.

**Honda WR-V** - O recém-lançado SUV compacto da marca japonesa será o principal destaque de seu stande.

**Ram Dakota** - Nova picape média da marca, fabricada na Argentina e que fará sua primeira aparição pública no país, iniciarão suas vendas em 2026.

**BYD Song Pro** - O SUV híbrido ganha atualização e pode receber novo sistema híbrido flex, com produção em Camaçari (BA).

**Caoa Chery Tiggo 9** - O maior SUV da marca, com motorização híbrida, para competir no segmento premium de 7 lugares.

**GWM H6** - A marca chinesa apresenta a atualização de sua linha Haval H6, além de expor sua nova picape média Poer P30 e o SUV de 7 lugares Haval H9, reforçando sua linha no Brasil.

**Estreantes: Denza (BYD), Leapmotor (Stellantis), GAC, MG** - Marcas chinesas novas que usarão o Salão para lançar seus SUVs e carros 100% elétricos no mercado.

**Lucia Camargo Nunes (\*)**

#### Atrações Especiais e Experiências

**Dream Lounge**: Espaço premium que reunirá uma coleção de supercarros e modelos de luxo raros do museu de São Roque, como Lamborghini, Ferrari e Rolls-Royce.



Complexo dream car - Lamborghini diablo.



Batmobile do Dream Car Museum.

**Carros Clássicos**: Uma exposição de veículos icônicos, com raridades como o Bugatti EB110 GT e o Plymouth Superbird vindos do acervo do Carde, museu em Campos do Jordão (SP).

**Pista de Test-Drive**: Oportunidade para o público fazer testes de rodagem em veículos elétricos, híbridos e a combustão, on e off-road.

#### Serviço:

Período: 22 a 30 de novembro de 2025

Local: Distrito Anhembi, São Paulo

Ingressos: a partir de R\$ 126 (inteira)

Mais informações: [www.salaodautomovel.com.br/pt-br.html](http://www.salaodautomovel.com.br/pt-br.html)

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



Carol Olival (\*)

## Economia da Criatividade #FullSailBrazilCommunity

### A Nova Era da Reputação Educacional: Como a Confiança se Constrói (ou se Perde) Online

Hoje, a reputação de uma instituição de ensino pode ser construída — ou abalada — em questão de horas. Comentários em redes sociais, avaliações em plataformas como Google e até conversas em grupos de pais no WhatsApp têm o poder de influenciar decisões de matrícula e percepção de valor. Ao longo dos anos trabalhando com marketing educacional, aprendi que a reputação é o ativo mais valioso de uma escola, e que ela não se conquista com propaganda, mas com coerência, escuta e relacionamento contínuo.

O marketing digital mudou a dinâmica da confiança. Segundo estudo da Edelman Trust Barometer (2023), 63% dos consumidores acreditam mais em pessoas comuns do que em marcas. Isso se aplica diretamente à educação: famílias tendem a confiar mais em recomendações de outros pais e alunos do que em campanhas institucionais. É por isso que defendi que o marketing educacional moderno precisa incluir a gestão ativa da reputação online como parte central da estratégia. Não basta divulgar — é preciso ouvir, responder e aprender com o que está sendo dito.

Em minha experiência, as instituições mais bem-sucedidas são aquelas que transformam feedbacks públicos em oportunidades de melhoria e transparência. Um comentário negativo, por exemplo, pode se tornar uma chance de demonstrar empatia e compromisso com a qualidade. Kotler e Keller (2012) afirmam que “a credibilidade de uma marca é reforçada pela consistência entre discurso e entrega”. Na educação, isso significa que cada interação — seja presencial, seja digital — comunica os valores institucionais. Quando a escola responde com respeito, acolhimento e clareza, ela não apenas preserva sua imagem, mas fortalece sua comunidade.

Monitorar a reputação digital não é mais uma escolha, é uma necessidade estratégica. Ferramentas de social listening e análise de sentimento ajudam a identificar tendências de percepção e prevenir crises. Mas a tecnologia sozinha não resolve — é a cultura de comunicação aberta que realmente faz a diferença. Quando professores, gestores e famílias se sentem parte da construção da marca, a reputação deixa de ser um reflexo externo e passa a ser um ativo coletivo.

Acredito que o futuro do marketing educacional pertence às instituições que tratam a confiança como prioridade. Reputação se constrói todos os dias, com verdade e propósito. Foi isso que aprendi na minha trajetória, especialmente acompanhando a Full Sail University — uma instituição que entende que credibilidade não se anuncia, se vive.

#### Referências

Edelman. (2023). *Edelman Trust Barometer 2023: Navigating a Polarized World*. Retrieved from <https://www.edelman.com>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Administração de Marketing* (14ª ed.). São Paulo: Pearson Prentice Hall.

(\*) - Com graduação em Arquitetura e Urbanismo, pós-graduação em Administração, MBA em Empreendedorismo e Inovação e Mestrado em Marketing Digital, Carol Olival conta com mais de 20 anos de atuação no mercado de educação. Tem foco nas áreas de vendas e marketing e experiência como empreendedora e gestora de escolas próprias. Autora de três livros sobre educação e treinamento corporativo e TEDx speaker, hoje Carol atua como Community Outreach Director da Full Sail University, provendo constantes debates sobre como o binômico criatividade e tecnologia são necessários a todos profissionais do cenário atual, e o papel da educação dentro desse contexto.

**NCVP Participações Societárias S.A.**

CNPJ nº 07.278.168/0001-02 - NIRE 35.300.321.812

Ata da Assembleia Geral Ordinária Realizada em 01 de Julho de 2025

**1. Data e Hora:** 01 de julho de 2025, às 10:00. **2. Local:** Na sede social da NCVP Participações Societárias S.A. ("Companhia"), localizada na Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, 1.909, 8º andar, conjunto 81, Vila Nova Conceição, Condomínio São Paulo Corporate Towers, na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, CEP 04.543-011.

**3. Presenças:** (a) os acionistas detentores da totalidade do capital social da Companhia, conforme assinaturas apostas no Livro de Presença de Acionistas e na presente ata; (b) os seguintes administradores da Companhia: Marcel Dorf e Renato Alessandri Alves de Oliveira, Diretores da Companhia, em consonância com teor do artigo 134, § 1º da Lei nº 404 de 15 de dezembro de 1976 ("LDA"); e (c) Sra. Ana Paula Schmidt, secretária desta Assembleia Geral Ordinária. Dispensada pelos acionistas a presença do auditor independente, conforme autorizado pelo artigo 134, § 2º da LSA.

**4. Composição da Mesa:** Sr. Renato Alessandri Alves de Oliveira, Presidente; e Sra. Ana Paula Schmidt, Secretária.

**5. Convocação:** Dispensada convocação prévia, nos termos do artigo 124, § 4º da LSA, em razão da presença da totalidade dos acionistas da Companhia.

**6. Publicações:** As Demonstrações Financeiras completas da Companhia, o Relatório da Administração, o Parecer do Comitê da Auditoria, o Relatório dos Auditores Independentes e dos Auditores Atuários Independentes foram publicados em 03 de junho de 2025, no Jornal Diário Comercial, e as Demonstrações Financeiras resumidas publicadas na página B2 do mesmo jornal.

**7. Anúncios:** Considerada sanada falta de publicações dos anúncios mencionados no artigo 133, caput da LSA, em razão da presença da totalidade dos acionistas da Companhia, conforme autorizado pelo artigo 133, § 4º da LSA.

**8. Ordem do Dia:** (a) examinar, discutir e votar as contas dos administradores e as Demonstrações Financeiras da Companhia relativas ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024, (b) deliberar sobre destinação do resultado do exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024, (c) fixar a remuneração anual global da Diretoria; e (d) outros assuntos de interesse da Companhia.

**9. Resultados das Deliberações:** Os acionistas, por unanimidade de votos e sem quaisquer ressalvas, deliberaram quanto segue: (a) aprovar as contas dos administradores e as Demonstrações Financeiras da Companhia relativas ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024, tendo sido apurado lucro líquido no valor de R\$ 17.622.804,83 (dezessete milhões, seiscentos e vinte e dois mil, oitocentos e quatro reais e oitenta e três centavos), aprovado a seguinte destinação: (b.1) 5% (cinco por cento) desse valor, ou seja, R\$ 881.140,24 (oitocentos e oitenta e um mil, cento e quarenta reais e vinte e quatro centavos), serão destinados à reserva legal da Companhia, nos termos do artigo 193 da LSA, e (b.2) o valor de R\$ 2.538.335,62 (três milhões, duzentos e cinquenta e cito mil, trezentos e trinta e cinco reais e sessenta e dois centavos) referente a reservas anteriores, que acumulado ao lucro líquido de 2024, totaliza o montante de R\$ 20.000.000,21 (vinte milhões e vinte e um centavos), valor este que será distribuído aos acionistas a título de dividendos, observada proporção de sua participação no capital social, na forma abaixo indicada: (i) R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões) para a acionista BNP Paribas Cardif S.A.; e (ii) R\$ 0,21 (centavos) para a acionista Cardif Assurances Risques Divers S.A.; (c) autorizar os diretores e/ou procuradores da Companhia a assinarem todos os documentos e a procederem com todos os atos necessários e convenientes para o pagamento dos dividendos acima mencionados até o dia 15 de julho de 2025; (d) consignar que a remuneração global anual da Diretoria permanece no valor fixado em Resolução CVM nº 81/22, pelos motivos constantes do Manual de Participação e Proposta da Administração para a AGE, bem como da documentação que compõe, conforme o caso, (i) a identidade do acionista na AGE; (ii) os poderes de representação do acionista na AGE; e, (iii) o comprovação de titularidade das ações emitidas pela entidade competente com, no máximo, 5 (cinco) dias de antecedência em relação à data da AGE - ou seja, a partir de 17 de dezembro de 2025 (inclusive). Modo de Realização da AGE e Boletim de Voto a Distância. Nos termos do art. 5º, §4º, da Resolução CVM nº 81/22, pelos motivos constantes do Manual de Participação e Proposta da Administração para a AGE, a AGE será realizada de modo presencial. Adicionalmente, os acionistas poderão exercer seus direitos de voto via boleto a distância, conforme as instruções constantes do Manual de Participação e Proposta da Administração para a AGE. Manual de Participação e Proposta da Administração para a AGE, Nos termos previstos na Resolução CVM nº 81/22, o Manual de Participação e a Proposta da Administração para a AGE da Companhia, e os documentos a ela relativos, estão à disposição dos acionistas na sede social da Companhia e nos websites da CVM - Comissão de Valores Mobiliários ([www.cvm.gov.br](http://www.cvm.gov.br)), da B3 - Bolsa, Balcão ([www.b3.com.br](http://www.b3.com.br)), e de Relações com Investidores da Companhia ([www.aliperti.com.br/relacoes-com-investidores](http://www.aliperti.com.br/relacoes-com-investidores)). São Paulo - SP, 20 de novembro de 2025. Célio de Melo Almada Neto - Presidente do Conselho de Administração, Valério Dalla Vale - Diretor-Presidente.

**GIGLIO S/A INDÚSTRIA E COMÉRCIO**

CNPJ nº 59.105.635/0001-04

**EDITAL DE CONVOCAÇÃO**

Ficam convocados os senhores acionistas da Sociedade Anônima de Capital Fechado Giglio S/A Indústria e Comércio, com sede na Rua Tietê, nº 112, Bairro Vila Vitaldi, no município de São Bernardo do Campo/SP CEP: 09.615-000, CNPJ nº 59.105.635/0001-04, para se reunirem em Assembleia Geral Extraordinária, a ser realizada no dia 03 de dezembro de 2025, às 09:00 horas, em primeira convocação e às 10:00 horas, em segunda convocação, na sede social da Companhia, a fim de deliberarem sobre a seguinte ordem do dia: I. Exclusão/desistuição de todos os Conselheiros do Conselho de Administração e retirada dos mesmos do Quadro de Sócios e Administradores (QSA) da Companhia, constante da RFB; II. Destituição dos atuais membros da Diretoria e Eleição de novos membros da mesma, com atualização dos Diretores/Administradores junto ao Quadro de Sócios e Administradores (QSA), constante da RFB; São Bernardo do Campo/SP, 10 de novembro de 2025. Otávio Júnior - Diretor Presidente.

Edital de Citação Prazo 20 dias. Proc. 1000481-65.2023.8.26.0704. A Drª Mônica De Cassia Thomaz Perez Reis, Juíza de Direito da 1ª VC do Foro do Butantã/SP. Faz Saber a Artur Laforgia, CNPJ: 037.637.668-63 que lhes foi proposta ação de Monitoria por CGMP - Centro de Gestão de Meios de Pagamentos S/A, objetivando o recebimento da quantia de R\$ 13.846,82. Referente as faturas Vencidas e não quitadas, devidamente atualizada e efetue o pagamento de honorários advocatícios correspondentes à 5% do valor da causa, ou apresente embargos ao mandado monitorio, nos termos do artigo 701 do CPC. O réu será isento do pagamento de custas processuais se cumprir o mandado no prazo. Caso não cumpra o mandado no prazo e os embargos não forem opostos, constituir-se-á de pleno direito o título executivo judicial, independentemente de qualquer formalidade. Estando o réu em lugar ignorado, fará deferida a sua Citação por edital, para que em 15 dias, a flir após os 20 dias supra, conteste a ação sob pena de serem tidos como verdadeiros os fatos alegados na inicial. Ficando advertido de que será nomeado curador especial em caso de revista. Será o edital afixado e publicado na forma da lei.

O Escritório Lógica Assessoria Contábil, Localizado a Av. Eng. Fábio Roberto Barnabé, nº1942 - Jardim Esplanada, Indaiatuba-SP, vem informar o término dos Serviços Prestados à empresa "GB MAX PORTARIA E SERVIÇOS LTDA CNPJ nº 26.103.170/0001-95, no dia "17/11/2025" e convoca o responsável pela empresa "RISONALDO AMARO DO NASCIMENTO", a comparecer no endereço acima citado no prazo de 5 dias úteis, para retirar os documentos. Caso não compareça, o escritório não se responsabilizará por eventuais multas que poderão incidir sobre a empresa e nem pela guarda dos documentos da mesma.

Edital de Intimação Prazo 20 dias. Proc. 1037932 93.2023.8.26.0100. O Dr. Rodrigo Galvão Medina, Juiz de Direito da 1ª Vara Única do Foro de Ribeirão Bonito/SP, Faz Saber a Mobilis Transportes Eireli, CNPJ: 33.070.273/0001-61, que nos autos de cumprimento de Sentença ajuizada por São Parar Instituição de Pagamento Ltda, foi deferida a sua INTIMAÇÃO por edital para que efetue o pagamento de valor de R\$ 10.114,66 que deverá ser devidamente atualizado até a data do efetivo pagamento, no prazo de 15 dias, (art.513,§2º, IV, CPC) a fluir após os 20 dias supra, sob pena de multa e Honorários de 10 % (art.523, §1º, CPC), podendo oferecer impugnação, no prazo de 15 dias (art.525 CPC). Será o edital afixado e publicado na forma da lei. NADA MAIS. São Paulo, 04 de Outubro de 2025.

Edital de Intimação. Comarca de Uberlândia – Edital de Intimação, prazo vinte(20) dias. O Dra. Juliana Alcova Nogueira., Juíza de Direito da 1ª VC DA Comarca de Uberlândia/MG, na forma da lei, etc. Faz saber a quantos o presente edital vierem ou dele conhecimento tiverem, que perante este Juízo e Secretaria, tramita o Processo de Nº 50207-17-2018.8.13.0702, da ação de Cumprimento de Sentença requerida por São Parar Instituição de Pagamento Ltda, CNPJ: 04.088.208/0001-61, em fase de Sim Logística E Transportes Ltda-EPP, CPF: 42.988.287/0001-50. A intimação pessoal do executado infiltra-se desta forma Intima e Chama. SLM Logística e Transportes Ltda-EPP, que está em local incerto e não sabido, para os termos e átois da mencionada ação e, ainda para, no prazo de 15 (quinze) dias, pagar a valor devido, no importe de R\$ 53.980,11 (Cinquenta e três mil, nove centavos e oitenta reais e onze centavos), devidamente atualizado, ficando ciente que, em caso de não pagamento, ao montante da condenação será acrescido multa de 10% (dez por cento) bem como honorários advogacidos de 10% (dez por cento), conforme dispõe o art. 523, § 1º, do CPC, e ordem de penhora. Fica srsinha Secretaria ainda intimada de que, transcorrido o prazo acima, inicia-se, independentemente de nova intimação, o prazo de 15 dias para apresentação de impugnação. Havendo pronto pagamento, fica afastada a exigibilidade de multa e também dos honorários advogacidos - Sumulo nº 517 do STJ. E, para que chegue ao conhecimento de todos, é expedido o presente que será publicado na forma da lei. Dado e passado nesta cidade de Uberlândia/MG.

Edital de Intimação prazo de 20 dias: Processo Nº 0013263-68.2025.8.26.0602 (Q) MM. Juíza(s) de Direito da 5ª VC, do Foro de Sorocaba, Estado de SP, Dr(a). Pedro Luiz Alves de Carvalho, na forma da Lei, etc. Faz Saber a Rodrigo Rodrigues Pinto, CPF 25872137893 que por este Juizo, tramita uma ação de Cumprimento de sentença, movida por CGMP - Centro de Gestão de Meios de Pagamento S/A. Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, nos termos do artigo 513, §2º, IV, do CPC, foi determinada a sua Intimação por Edital, para que, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, pague a quantia de R\$11.899,68, devidamente atualizada, sob pena de multa de 10% sobre o valor de débito e honorários advogacados de 10% (artigo 523 e parágrafos, do Código de Processo Civil). Fica ciente, ainda, que nos termos do artigo 525 do Código de Processo Civil, transcorrido o período acima indicado sem o pagamento voluntário, inicia-se o prazo de 15 (quinze) dias úteis para que o executado, independentemente de penhora ou nova intimação, apresente, nos próprios autos, sua impugnação. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. NADA MAIS. Dado e passado nesta cidade de Sorocaba, aos 12 de novembro de 2025.

**ALIPERTI S/A**  
 CNPJ/MF nº 61.156.931/0001-78 - NIRE 35.300.034.309 - ("Companhia")  
**Edital de Convocação - Assembleia Geral Extraordinária**  

Em atendimento à solicitação feita por acionista minoritário da Companhia, titular de 16% (dezesseis por cento) das ações ordinárias e de 19% (dezenove por cento) das ações preferenciais, ficam os senhores acionistas da Companhia convocados a se reunirem em Assembleia Geral Extraordinária ("AGE") da Companhia, a ser realizada, de forma presencial, no dia 22 de dezembro de 2025, às 10h00min, na sede social da Companhia, localizada na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, na Rua Afonso Aliperti, nº 180, térreo, Águia Funda, CEP 04156-090, para deliberarem sobre a seguinte **ordem do dia**: (a) a instalação do Conselho Fiscal da Companhia; (b) a eleição dos membros do Conselho Fiscal da Companhia; (c) a fixação da remuneração dos membros do Conselho Fiscal da Companhia; e, (d) o Regimento Interno do Conselho Fiscal da Companhia. **Informações Gerais:** Documentos Expedidos para Participação dos Acionistas. Nos termos do art. 6º, §1º, da Resolução CVM nº 81/22, bem como do art. 21, do Estatuto Social da Companhia, os acionistas que desejarem participar na AGE deverão enviar à Companhia, até 05 (cinco) dias antes da realização da AGE, portanto, até dia 17 de dezembro de 2025, toda a documentação que comprove, conforme o caso, (i) a identidade do acionista na AGE; (ii) os poderes de representação do acionista na AGE; e, (iii) o comprovação de titularidade das ações emitidas pela entidade competente com, no máximo, 5 (cinco) dias de antecedência em relação à data da AGE - ou seja, a partir de 17 de dezembro de 2025 (inclusive). Modo de Realização da AGE e Boletim de Voto a Distância. Nos termos do art. 5º, §4º, da Resolução CVM nº 81/22, pelos motivos constantes do Manual de Participação e Proposta da Administração para a AGE, a AGE será realizada de modo presencial. Adicionalmente, os acionistas poderão exercer seus direitos de voto via boleto a distância, conforme as instruções constantes do Manual de Participação e Proposta da Administração para a AGE. Manual de Participação e Proposta da Administração para a AGE, No termos previstos na Resolução CVM nº 81/22, o Manual de Participação e a Proposta da Administração para a AGE da Companhia, e os documentos a ela relativos, estão à disposição dos acionistas na sede social da Companhia e nos websites da CVM - Comissão de Valores Mobiliários ([www.cvm.gov.br](http://www.cvm.gov.br)), da B3 - Bolsa, Balcão ([www.b3.com.br](http://www.b3.com.br)), e de Relações com Investidores da Companhia ([www.aliperti.com.br/relacoes-com-investidores](http://www.aliperti.com.br/relacoes-com-investidores)). São Paulo - SP, 20 de novembro de 2025. Célio de Melo Almada Neto - Presidente do Conselho de Administração, Valério Dalla Vale - Diretor-Presidente.

**Negócios & Carreira**

Fabiana Monteiro (\*)

**Da Zona Leste ao Mundo: A Jornada de Liderança Global de Eduardo Teixeiras**

A trajetória de Eduardo Teixeiras, VP global do The Jackson Laboratory, marcada por disciplina, propósito e superação

Eduardo Teixeiras nasceu na Zona Leste de São Paulo, em uma casa simples e com recursos limitados. Sua mãe deixou o trabalho para cuidar dele e da irmã, enquanto seu pai trabalhava longas horas como mecânico de elevadores. Ele não era um bom aluno até o dia em que seu pai, emocionado, contou que começou a trabalhar aos oito anos. Esse momento o despertou para a responsabilidade de honrar a história da família.

Desde cedo gostava de entender como as coisas funcionavam e decidiu que seria engenheiro. Começou a trabalhar aos 11 anos e, aos 14, entrou no Banco Itaú. Sem condições de pagar uma faculdade particular, comprehendeu que precisaria conquistar uma vaga em universidade pública. Sua rotina era exaustiva: acordava às 5h, trabalhava, estudava à tarde e chegava em casa à noite. A pressão resultou em um episódio de convulsão, que o ensinou a equilibrar esforço e limites. Persistiu e foi aprovado em três universidades públicas, optando por Engenharia Elétrica na Unesp.

Na faculdade, buscou se desenvolver e sonhava com experiências internacionais. No final do curso, conquistou um estágio na Nestlé e, depois, foi contratado. Três anos mais tarde, foi expatriado para a Suíça. Posteriormente, retornou ao Brasil, atuou na Johnson & Johnson e voltou à Nestlé Suíça, trabalhando em projetos em diversos países. Esse ciclo de vivências internacionais o ensinou a liderar equipes multiculturais, compreender mercados distintos e ampliar sua visão como líder.

De volta ao Brasil, assumiu o cargo de gerente de engenharia e, mais tarde, posições na GSK até se tornar diretor de fábrica. Em 2021, foi transferido para os Estados Unidos e, em 2024, tornou-se VP Global de Operações do The Jackson Laboratory. Liderar ambientes científicos, lidar com expectativas diversas e atuar em um negócio B2B têm sido desafios que impulsionam seu aprendizado.



Eduardo Teixeiras

Eduardo sempre seguiu um rigoroso plano de desenvolvimento: escrevia seus objetivos e cumpria cada etapa. Defende que esse planejamento não serve apenas para o futuro, mas para melhorar no presente. Para ele, a pergunta-chave é: "Como posso fazer melhor?".

O feedback também moldou sua trajetória. No início da liderança, ouviu que tomava decisões com a cabeça de engenheiro, e não de gestor. A crítica foi dura, mas transformadora. Ele aprendeu que ouvir profundamente é essencial para alinhar expectativas, amadurecer e crescer.

Acredita no investimento pessoal — cursos, idiomas, livros — e no valor de mentores, que podem estar até na própria família. Defende que conhecer o time, lembrar nomes e se manter próximo fortalece vínculos e gera colaboração genuína.

Para Eduardo, justiça é princípio básico: um líder não pode aplicar regras diferentes para pessoas diferentes. Ouvir ideias é essencial, mas saber decidir quando necessário também. Trabalhar fora do país ensinou a respeitar culturas, confirmar entendimentos e aprender com cada contexto.

Sua curiosidade sempre o levou longe. No início da carreira, sua primeira tarefa foi contar metros de cabos em um projeto. Simples, mas um teste de disciplina que o aproximou das questões estratégicas ao longo do tempo.

Ele preza por uma postura positiva no ambiente de trabalho. Para ele, o líder é o pulso do time e deve entregar o melhor mesmo em dias difíceis. Nas finanças, segue o conselho do pai: "nunca gaste tudo o que ganhar". Guardar hoje é construir segurança amanhã — e também possibilhar ajudar outras pessoas.

Eduardo acredita profundamente na intuição. Quando muitos incentivavam a cursar medicina, manteve seu sonho na Engenharia — decisão que considera certeira. E reforça que liderança se aprende, se desenvolve e se fortalece com disciplina, curiosidade e vontade de evoluir, independentemente do ponto de partida.

</

# Turismo



**Empresas  
&  
Negócios**



## CONHEÇA LIVERPOOL, A CIDADE INGLESA AMADA PELOS BRASILEIROS

Com a abertura do Cavern Club no Brasil, Liverpool convida os viajantes para uma jornada repleta de experiências autênticas pela cidade que moldou a música moderna

A inauguração do Cavern Club em São Paulo, no último final de semana, trouxe aos fãs a energia vibrante que fez história em Liverpool. Vale ressaltar que a escolha do Brasil como destino para a única unidade do Cavern Club fora da Inglaterra chama atenção para o amor pela cidade de Liverpool, que é a segunda cidade inglesa mais visitada pelos brasileiros.

Aproveitando esse momento, o VisitBritain convida os viajantes brasileiros a descobrirem e revisitarem a cidade inglesa que transformou a cultura mundial e que continua encantando visitantes com suas experiências culturais, gastronômicas e históricas.

### O Cavern Club e o som que mudou o mundo

Localizado no animado Cavern Quarter, o Cavern Club é mais do que um bar: é um marco da música global, onde os Beatles se apresentaram quase 300 vezes em sua carreira. Ao descer suas famosas escadarias, visitantes são transportados ao coração da cena musical de Liverpool, com apresentações ao vivo todos os dias, celebrando novos talentos e relembrando lendas do rock – inclusive, visitantes atentos podem observar as homenagens expostas nas paredes do Cavern Club e encontrarão nomes como Andreas Kissler, Gilberto Gil e Ivan Lins.

### Experiências imperdíveis: viva Liverpool através da música

Em Liverpool, a música não é apenas ouvida: é vivida. No British Music Experience, localizado no Royal Albert Dock, figurinos icônicos, instrumentos históricos e instalações interativas traçam a evolução do pop e do rock britânico, de David Bowie a Adele. Já no The Beatles Story, fãs podem mergulhar na trajetória dos Fab Four com exposições sensoriais e objetos raros.

Para quem quer seguir os passos da banda mais famosa do mundo, o Beatles and Cavern Quarter Walking Tour percorre locais históricos com guias especializados — uma viagem a pé por ruas que respiram música. Já o Beatles City Explorer, ônibus panorâ-

mico hop-on hop-off, leva os visitantes aos marcos essenciais da carreira do grupo, como Penny Lane, Strawberry Field e as casas de infância de John e Paul.

Uma grande novidade para 2026 será o Jardim das Rosas em Strawberry Field, o primeiro memorial do mundo em homenagem ao lendário produtor dos Beatles, Sir George Martin CBE, e sua esposa, Lady Judy Martin, que era patrona do local. A abertura do memorial está programada para a época da primavera.

Para quem é realmente beatlemaníaco, vale a pena ficar de olho na International Beatleweek, que acontece todo ano na cidade e transforma Liverpool em um centro global de celebração do quarteto, com apresentações de bandas de todo o mundo, festas temáticas e encontros entre fãs.

Além do rock, o Cavern Quarter convida a explorar lojas independentes, bares criativos e murais urbanos. É aqui que Liverpool pulsa com identidade própria, vibrando em cada esquina. A região é formada pela icônica Mathew Street e ruas adjacentes, que concentram casas de shows lendárias, como o próprio Cavern Club e o Cavern Pub, além do Beatles Museum e outras atrações dedicadas à herança musical da cidade.

É nesse cenário que fãs encontram estátuas de Cilla Black e John Lennon, tiram fotos na Liverpool Wall of Fame e descobrem Eleanor Rigby, sentada sozinha em Lower Stanley Street, com um exemplar do jornal Liverpool ECHO no colo. À noite, o bairro ganha ainda mais vida com projeções coloridas e luzes que transformam as fachadas em um espetáculo à parte. Para os fãs mais apaixonados, o Hard Days Night Hotel – único hotel temático dos Beatles no mundo – oferece uma imersão completa, com quartos inspirados na banda e localização privilegiada, a poucos passos do Cavern Club.

### Muito além do palco: cultura, história e paisagens únicas

Fora da cena musical, Liverpool impressiona por sua oferta cultural. A cidade abriga mais

museus e galerias do que qualquer outro lugar no Reino Unido fora de Londres, incluindo a Tate Liverpool e o Museum of Liverpool. No Royal Albert Dock, a história portuária da cidade se mistura com arte, entretenimento e gastronomia à beira-mar – é possível até jantar a bordo de uma das embarcações portuárias no luxuoso Daffodil, inaugurado há menos de um ano.

É impossível falar de Liverpool sem falar de futebol e uma visita à cidade pede um tour pelo lendário estádio de Anfield, casa do Liverpool F.C., com passeios que revelam os bastidores de um dos clubes mais emblemáticos do mundo. Para uma vista panorâmica de Liverpool, a experiência 360° do Royal Liver Building oferece um ponto de observação privilegiado da cidade, do rio Mersey e da costa galesa ao longe.

### Paisagens para explorar, memórias para levar

Para quem busca natureza e um momento de introspecção, a cidade oferece cenários únicos. A Formby Beach, com suas dunas protegidas e vegetação nativa, é um refúgio costeiro. Já em Crosby Beach, as esculturas de Anthony Gormley, conhecidas como Another Place, impressionam com suas 100 figuras de ferro fundido voltadas para o mar. Liverpool também é o ponto de partida ideal para explorar o noroeste da Inglaterra, com fácil acesso à costa, parques naturais e trilhas históricas, ou até mesmo para visitar as paisagens dramáticas do norte do País de Gales.

Visão panorâmica do lendário Anfield Stadium, casa do Liverpool F.C. Foto: Liverpool Football Club Tours & Experiences



Espaço expositivo do museu The Beatles Story, que narra a trajetória da banda mais influente da história do rock com objetos, trilhas sonoras e experiências imersivas. Foto: The Beatles Story



Entrada do icônico Cavern Club, berço da carreira dos Beatles e ponto central da cena musical de Liverpool. Foto: VisitBritain/Rod Edwards/The Cavern Club

# Turismo



**Empresas & Negócios**



## CHILOÉ SE CONSOLIDA COMO DESTINO IMPERDÍVEL NO CHILE

Entre fiordes, florestas úmidas e vilarejos de madeira, a ilha de Chiloé, no extremo sul do Chile, vem ganhando espaço entre viajantes que buscam uma alternativa tranquila e culturalmente rica.

O arquipélago, cercado pelo oceano Pacífico e pela Cordilheira dos Andes, preserva tradições únicas, uma gastronomia marcada pelos frutos do mar e uma paisagem que combina natureza exuberante e vida rural — um cenário ideal para famílias que desejam experiências ao ar livre e contato com a cultura local.

Como base de estadia, o Hotel Refugio Chiloé oferece uma proposta de hospedagem alinhada ao espírito do destino: arquitetura integrada à paisagem, gastronomia chilota contemporânea e excursões exclusivas que permitem conhecer a ilha em profundidade, sem pressa e com conforto. Localizado na Península de Rilán, o hotel oferece vista panorâmica para o mar interior e organiza atividades diárias voltadas à natureza, ao bem-estar e à cultura regional.

Entre as experiências oferecidas aos hóspedes, quatro se destacam por traduzir a essência de Chiloé e seu vínculo com o mar, as florestas e as tradições locais:



**Duhatao / Chepu:** caminhada pela baía de Duhatao, atravessando paisagens praticamente intocadas, com praias desertas e bosques milenares. O percurso leva até a desembocadura do rio Chepu, um dos maiores da ilha, onde os visitantes navegam rio acima observando o impressionante bosque submerso.

**Parque Epukuden:** trilha de acesso fácil, ideal para toda a família, que percorre dois quilômetros de caminhos suaves entre vegetação nativa, sons e texturas únicos. O passeio oferece belas vistas e uma conexão genuína com o ambiente natural.

**Tricolor:** passeio de dia inteiro pela costa do Pacífico, onde os tons do bosque, da areia e do mar dão nome à praia. O percurso passa por dunas, pampas e florestas nativas, culminando no Muelle del Tiempo, uma escultura em espiral de madeira que simboliza a passagem do tempo e a história geológica da ilha.



**Chelín e Quehui:** navegação a bordo da Williche, embarcação exclusiva do hotel, que proporciona uma experiência de luxo em meio ao mar interior. A primeira parada é Chelín, com sua charmosa igreja neoclássica, Patrimônio Mundial da Humanidade, e um cemitério onde as tumbas reproduzem as casas do vilarejo. Em seguida, visita-se Quehui, acessada pelo estuário de Pindo, ideal para praticar caiaque, stand up paddle ou passeios de Zodiac.

Após cada saída, o retorno ao Refugio é um convite ao descanso: quartos com amplas janelas voltadas para o mar, spa, piscina aquecida e gastronomia baseada em ingredientes locais completam a experiência de imersão em um dos lugares mais autênticos do Chile.

Visitar Chiloé é descobrir um Chile mais introspectivo e genuíno — onde o tempo corre em outro ritmo, e o luxo está na simplicidade das paisagens e na autenticidade das vivências.

Mais informações: [www.refugiachiloe.com](http://www.refugiachiloe.com)

## Web check-in se consolida como tendência no setor hoteleiro e reduz filas na recepção

Ferramenta digital avança nos hotéis brasileiros e promete agilidade na chegada dos hóspedes

A adoção do web check-in, processo de registro prévio realizado pelo hóspede antes da chegada ao hotel, tem ganhado força no setor hoteleiro brasileiro. A ferramenta, já consolidada em companhias aéreas há mais de uma década, começa a se tornar parte da experiência esperada por viajantes que buscam praticidade, redução de tempo de espera e processos mais digitais durante suas estadias.

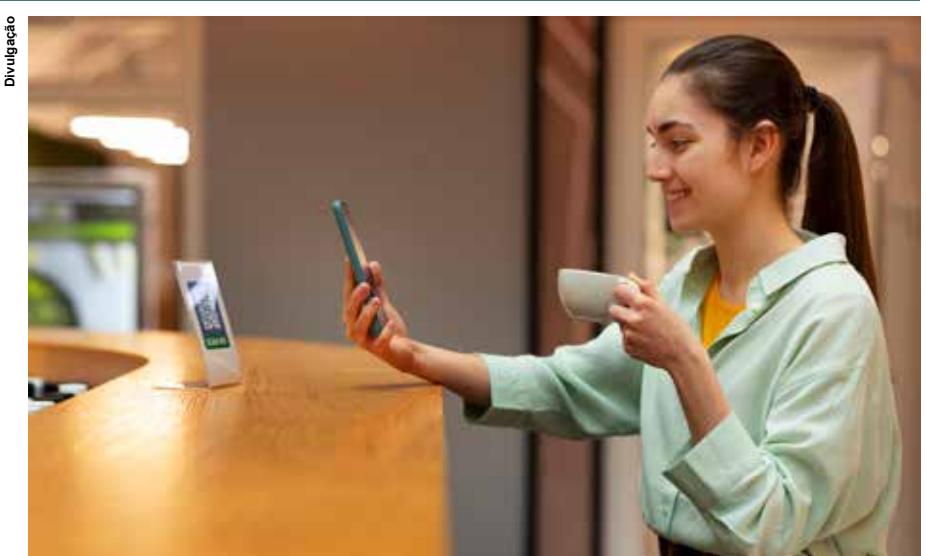
Com o avanço de sistemas de gestão integrados e a popularização dos dispositivos móveis, hotéis de diferentes portes passaram a investir em plataformas que permitem ao hóspede preencher dados obrigatórios, confirmar informações pessoais e antecipar etapas burocráticas. Apesar do crescimento constante, o的习惯 ainda está em fase de amadurecimento no país, especialmente entre viajantes ocasionais, que muitas vezes desconhecem que a prática já está disponível na maior parte das redes.

Entre os hotéis que vêm estruturando esse processo estão a Rede Master de Hotéis, que iniciou a implementação do web

check-in há cerca de dois anos. O desenvolvimento incluiu períodos de testes, ajustes de integração e aperfeiçoamento do envio automático dos links para os clientes. Hoje, o recurso está disponível em todas as unidades da rede no Rio Grande do Sul e no Paraná.

Durante o preenchimento online, são coletados dados obrigatórios para o cadastro de turismo, como CPF, endereço completo, e-mail, cidade de origem e destino. O link é enviado por e-mail entre 1 e 14 dias antes da hospedagem, de acordo com a antecedência da reserva. Caso o viajante já tenha se hospedado anteriormente na rede, não é necessário preencher tudo novamente, apenas atualizar informações quando necessário.

Segundo a CEO da Rede Master de Hotéis, Lívia Trois, quando o hóspede realiza o web check-in previamente, o processo na recepção se torna significativamente mais rápido, reduzindo filas e agilizando o atendimento. No momento da chegada, basta assinar a ficha de registro e apresentar o documento de identificação.




**PEÇA-CHAVE NA JORNADA**

## POR QUE A EXPERIÊNCIA DE ENTREGA É TÃO IMPORTANTE PARA O CLIENTE?

Descubra como a entrega é peça-chave na jornada do consumidor e influencia diretamente a fidelização e a reputação das marcas.

**C**om o crescimento das compras online, a entrega passou de um mero detalhe logístico para um dos pilares da experiência do consumidor. Hoje, a satisfação do cliente está diretamente ligada à qualidade da entrega, o que influencia desde a percepção da marca até a intenção de recompra.

### A entrega como extensão da experiência de compra

A experiência de compra não termina no "finalizar pedido". A entrega representa a materialização da promessa feita pela marca. Por isso, ela precisa ser precisa, eficiente e à altura das expectativas do consumidor moderno. Essa etapa final é, muitas vezes, o único contato físico entre marca e cliente, tornando-se um momento decisivo de encantamento ou decepção.

### Do clique ao recebimento: expectativas do consumidor moderno

O consumidor atual espera agilidade, previsibilidade e personalização. Um estudo da PwC aponta que 73% das pessoas consideram a experiência como um fator determinante na decisão de compra.

E a entrega, nesse contexto, assume papel central. As pessoas querem saber exatamente quando e como vão receber seu pedido, e preferem empresas que entregam essa segurança.

### Por que atrasos podem comprometer a imagem da marca

Um atraso na entrega pode minar toda a experiência positiva conquistada no processo de compra. Além de gerar frustração, pode resultar em avaliações negativas e perda de clientes, afetando a reputação da marca no longo prazo. Marcas que não cumprem seus prazos perdem não apenas vendas, mas a confiança que levou tempo para ser construída.

### Satisfação e fidelização: o impacto direto da logística

Entregas bem-sucedidas reforçam a confiança do consumidor. Isso impacta diretamente nas taxas de fidelização e recompra, tornando a logística uma vantagem competitiva. Cada detalhe conta em um cenário tão concorrido e a entrega pode ser o fator que diferencia sua marca da concorrência.

### Como boas entregas aumentam a taxa de recompra

Clientes satisfeitos tendem a repetir a experiência. Uma pesquisa da Metapack revela que 96% dos consumidores consideram a entrega um fator essencial para continuar comprando na mesma loja. Mais do que isso, muitos recomendam a marca para amigos e familiares, ampliando organicamente o alcance da empresa.



### Exemplos de marcas que se destacam pelo cuidado na última milha

Empresas como Mercado Livre e Amazon investem pesado na etapa da "última milha", garantindo rapidez e informações claras sobre o pedido. Isso eleva a satisfação e gera diferença na memória afetiva do consumidor. Esses gigantes compreendem que a logística de entrega é, também, um ponto de contato com o cliente que pode fidelizá-lo ou afastá-lo para sempre.

### Transparência e confiança: comunicação como diferencial

A clareza na comunicação durante o processo de entrega é vital para transmitir segurança ao cliente. Uma logística transparente aumenta a confiança na marca e reduz o volume de solicitações no atendimento ao cliente. As marcas que se comunicam bem saem na frente, pois o consumidor valoriza ser tratado com respeito e atenção.

### Rastreamento em tempo real e atualização proativa

Ferramentas de rastreamento são cada vez mais valorizadas. Elas dão ao consumidor sensação de controle e previsibilidade, aumentando sua satisfação. Além disso, evitam dúvidas e inseguranças, pois o cliente acompanha cada movimentação de seu pedido.

### Importância de manter o cliente informado em cada etapa

Enviar atualizações regulares por e-mail, SMS ou aplicativos evita insegurança e melhora a percepção da marca. Um cliente informado é um cliente mais tranquilo e satisfeito. Essa comunicação também reduz o número de contatos com SAC, otimizando recursos da empresa.

### Personalização e conveniência: entregas que se adaptam à rotina

Mais do que rápidas, as entregas precisam ser convenientes. A capacidade de personalizar opções reforça o compromisso da marca com a experiência do consumidor. Em uma era em que tempo é precioso, dar ao cliente poder de escolha faz toda a diferença.

### Opções de agendamento e retirada flexível

Oferecer alternativas como agendamento de entrega, retirada em pontos físicos ou lockers inteligentes proporciona praticidade e autonomia ao cliente, melhorando a experiência. Além disso, permite que o consumidor integre a entrega à sua rotina, sem precisar se adaptar ao sistema da empresa.

### O peso da experiência individualizada na percepção da marca

Quando o consumidor sente que a marca respeita sua rotina e preferências, cria-se uma conexão emocional. Isso impacta diretamente na lealdade e no valor percebido da empresa. E essa percepção positiva tende a refletir em avaliações melhores, indicações espontâneas e fortalecimento da reputação.

### O futuro da entrega: agilidade e eficiência com a transportadora digital

A evolução da logística passa pela tecnologia. A integração entre digitalização, eficiência operacional e experiência do cliente está moldando um novo padrão de entrega no Brasil. Essa transformação não atinge apenas o consumidor final, mas impacta toda a cadeia de abastecimento.

### Como a tecnologia integra logística e experiência do cliente

As soluções tecnológicas oferecidas por transportadoras digitais vão além do e-commerce. Grandes embarcadores e caminhoneiros de cargas pesadas já utilizam sistemas inteligentes para rastreamento, otimização de rotas e monitoramento em tempo real. Isso torna a experiência mais segura e previsível. Além disso, permite gestão em tempo real de desempenho e SLA, fortalecendo a confiança entre todas as partes envolvidas na operação.

### Empresas já colhem resultados ao contar com uma transportadora digital

Indústrias que atuam com matéria-prima e dependem de logística pesada já adotam a transportadora digital como solução estratégica. O resultado tem sido operações mais ágeis, transparentes e com alto índice de satisfação por parte dos clientes. O uso de tecnologia embarcada, análise de dados e dashboards em tempo real permite decisões mais assertivas, redução de falhas e melhoria contínua do serviço.

Ao garantir agilidade, controle e personalização no transporte de cargas, a transportadora digital consolida-se como protagonista na construção de experiências logísticas de alto valor para empresas e consumidores.

