

Isenção do Imposto de Renda é vitória dos trabalhadores

A Central Única dos Trabalhadores (CUT) e a Força Sindical classificam o avanço da isenção do Imposto de Renda para quem ganha até R\$ 5 mil, na Câmara e no Senado, como uma conquista histórica e uma vitória decorrente da luta do movimento sindical e dos trabalhadores

A aprovação da isenção tem sido alvo de campanha de defesa de diversas centrais sindicais. O texto com a matéria segue para sanção do presidente Lula.

“É mais uma grande e histórica vitória do movimento sindical para os trabalhadores e trabalhadoras, que novamente demonstra a nossa relevância para a sociedade brasileira e para o desenvolvimento do país, no rumo da justiça tributária e social. A luta faz a lei!”, disse o presidente da Força Sindical, Miguel Torres, em nota, ao comentar a aprovação no Senado.

A CUT destacou que a isenção beneficiará mais de



A CUT destacou que a isenção beneficiará mais de 20 milhões de brasileiros.

20 milhões de brasileiros e defendeu a taxação da parcela mais rica da população. “A taxação dos mais ricos é necessária para compensar os R\$ 25,84 bilhões anuais que, segundo o Ministério da Fazenda, deixarão de ser arrecadados com a amplia-

ção da faixa de isenção”, divulgou a entidade, em nota.

Na ocasião da aprovação pela Câmara, o presidente nacional da CUT, Sérgio Nobre, afirmou que a isenção é uma vitória histórica da classe trabalhadora.

“A gente vem há muitos anos com a bandeira da justiça tributária, denunciando que os ricos praticamente não pagam imposto, enquanto quem paga de verdade é a classe trabalhadora”, disse, na ocasião.

Segundo a Força Sindical, a proposta do governo foi encaminhada ao Congresso Nacional, mas só foi aprovada após a mobilização popular.

“Diversas vezes, líderes sindicais da Força e demais centrais debateram e dialogaram com lideranças políticas cobrando a aprovação dessa medida, que só irá trazer benefícios para a sociedade”, diz nota da entidade (ABr).

Conta de luz afeta custo de vida das famílias em setembro

O retorno da tarifa para o valor normal da conta de energia elétrica, sem o bônus de Itaipu, pesou no bolso das famílias e fez subir o custo de vida em setembro. O índice Custo de Vida por Classe Social (CVCS), pesquisa produzida pela FecomercioSP com base nas informações do IBGE, registrou alta de 0,39% em setembro, acima do mês anterior.

Segundo a FecomercioSP, o grupo de habitação foi o principal responsável pela pressão de alta no mês. No entanto, a situação dos preços na região é considerada favorável, já que, ao desconsiderar esse grupo, a variação seria de -0,03%, próxima da estabilidade. A Entidade destaca que o aumento mais expressivo

da energia elétrica foi pontual e não deve se repetir nos próximos meses, o que tende a trazer alívio ao bolso do consumidor, especialmente em uma conjuntura de preços mais amenos — e até de queda (no grupo de alimentação e bebidas) —, influenciando diretamente o consumo das famílias.

O acumulado dos últimos 12 meses mostra uma desaceleração da variação que está em 5,79%, enquanto no acumulado de janeiro a setembro a alta é de 3,88%. Em comparação com o mesmo período do ano passado, o índice registrava 3,07% e 4,18% no período compreendido entre outubro de 2023 e setembro de 2024 (AI/FecomercioSP).

63% dos endividados não devem quitar débitos em 2025

Uma pesquisa da fintech meutudo com 5.143 participantes mostra que 31% dos brasileiros têm alguma dívida em aberto - 16% em empréstimos ou financiamentos e 15% no cartão de crédito. Entre os endividados, 54% convivem com a dívida há mais de seis meses. Outros 34% contraíram dívidas nos últimos três meses e 12% estão entre três e seis meses nessa situação.

Os principais motivos para o endividamento são gastos emergenciais e imprevistos (37%), seguidos por despesas do dia a dia, como contas de casa, saúde e alimentação (34%). Apenas 6% disseram ter ficado no vermelho por compras de maior valor, como carros e eletrodomésticos. “O que chama atenção é que a dívida não está ligada a grandes aquisições, mas a manutenção da vida cotidiana. Isso mostra um orçamento cada vez mais apertado, em que o básico tem levado as famílias ao limite financeiro”, afirma Márcio

Feitoza, CEO da meutudo (<https://meutudo.com.br/>).

Questionados sobre a expectativa de quitar as dívidas, 38% disseram que ainda não sabem se conseguirão resolver a situação em 2025. Já 37% esperam limpar o nome até o fim do ano, enquanto 25% preveem que a quitação deve ficar só para 2026. Para organizar as finanças nos próximos meses, 51% planejam cortar gastos. Outros 22% pretendem renegociar os débitos ou buscar crédito com juros menores. Já 28% ainda não definiram nenhum plano.

“Mesmo com incerteza sobre o futuro financeiro, a maioria demonstra disposição para retomar o controle das contas. Cortar gastos é o primeiro passo, mas o dado também revela que cresce a busca por alternativas mais conscientes, como renegociação e crédito com juros mais acessíveis”, completa Feitoza.

Como melhorar a comunicação da sua empresa — seja qual for o público

Mario Marchetti (*)

Vivemos um momento em que a comunicação entre empresas e pessoas está passando por uma transformação profunda

Em qualquer segmento — varejo, saúde, finanças, educação ou serviços públicos — o desafio é o mesmo: como manter uma conversa constante e relevante com o público, sem perder a autenticidade e a confiança.

O ponto de partida é entender que o público quer ser ouvido, não apenas atendido. Hoje, a comunicação deixou de ser “empurrada” e passou a ser um diálogo contínuo. As empresas que compreendem isso saem na frente, porque deixam de ver seus clientes como números e passam a enxergá-los como pessoas com histórias, preferências e expectativas diferentes.

Outro aspecto essencial é a personalização com contexto. O consumidor moderno não quer mensagens genéricas — ele espera recomendações que façam sentido para o seu momento e suas necessidades. É aqui que entra a tecnologia, especialmente a inteligência artificial, capaz de entender padrões de comportamento e responder de forma mais rápida, humana e precisa.

Não se trata de mandar mais mensagens, e sim de enviar mensagens que importam — aquelas que agregam valor e criam conexão. Mas, para que a comunicação seja efetiva, ela precisa inspirar confiança.

Com o aumento das tentativas de fraude digital, o público está cada vez mais atento à autenticidade das mensagens. Por isso, canais verificados e seguros — como o WhatsApp oficial e o RCS (Rich Communication Services) — se tornaram fundamentais para proteger pessoas, marcas e experiências. Eles garantem que cada interação ocorra dentro de um ambiente confiável e transparente.

Existe também o mito de que a tecnologia substitui o contato humano. Na prática, o que vemos é o contrário: a melhor experiência surge quando tecnologia e empatia trabalham juntas. A inteligência artificial oferece agilidade e eficiência, enquanto as pessoas trazem sensibilidade e acolhimento — uma combinação que representa o futuro do atendimento e do engajamento digital.

Por fim, melhorar a comunicação com o seu público começa com três perguntas simples: Você está ouvindo seus clientes? Está entregando conteúdo realmente útil e relevante? Está usando os canais que eles confiam e utilizam todos os dias?

Se alguma dessas respostas for “não sei”, esse é o primeiro passo para evoluir. A tecnologia é apenas uma ferramenta — o que realmente transforma as relações é a forma como conversamos. O futuro da comunicação não é sobre falar para muitos.

É sobre conversar com cada um.

(*) - É Diretor-Geral da Sinch para a América Latina (<https://buzz.sinch.com/pt-br/sms-api-sinch>).



A – Força Comercial

A Jeep segue conquistando grandes resultados de vendas no país. O resultado de outubro superou o mês anterior e foi o melhor mês do ano para a Jeep, com 12.699 emplacamentos, um crescimento de 10% em relação a setembro. Foi o melhor resultado de vendas da marca desde março de 2023, o que demonstra toda a força comercial dos modelos da Jeep no Brasil. No acumulado do ano, a marca já superou os 98 mil emplacamentos. O Jeep Commander foi o líder entre os SUVs grandes de 7 lugares em outubro, com 2.162 unidades vendidas.

B – Compra de Veículos

A Black Friday tem potencial de impulsionar as vendas do setor automotivo. Segundo levantamento realizado pelo Webmotors Autoinsights, ferramenta que fornece dados e informações sobre o mercado automotivo brasileiro, a data tende a influenciar diretamente a decisão de compra de veículos para a maioria dos consumidores. A pesquisa, realizada nos dias 22 e 24 de outubro com mais de 4 mil participantes usuários da plataforma, revelou que 38,27% dos respondentes consideram a Black Friday “muito importante” para antecipar ou adiar a aquisição de um carro ou moto. Outros 16% classificam a data como “importante”, enquanto 13,39% consideram “pouco importante” e 32,35% como “nada importante”.

C – Emplacamentos

De acordo com dados da Fenabrave – Federação Nacional dos Distribuidores de Veículos Automotores, em outubro, os emplacamentos de veículos registraram alta de 4,84% frente a setembro, somando 493.348 unidades. Na comparação com outubro do ano passado, o resultado foi 8,96% superior e, no acumulado do ano, o total atinge 4.193.560 unidades, avanço de 7,63% em relação a igual período de 2024. O mês de outubro teve 23 dias úteis, um dia a mais do que setembro (outubro/2024 também teve 23 dias úteis).

D – Programa de Estágio

A Goodyear, uma das maiores fabricantes de pneus do mundo, anuncia a abertura das inscrições para o Programa de Estágio 2026, com vagas disponíveis em suas unidades em São Paulo/SP e Americana/SP. O Programa tem como objetivo atrair universitários que desejam iniciar a carreira em um ambiente corporativo reconhecido por seu compromisso com a inovação, a qualidade e o desenvolvimento de pessoas. As vagas abertas contemplam diferentes áreas de atuação, como Finanças, Recursos Humanos, Inteligência de Vendas, Manufatura, Qualidade, Engenharia e Supply Chain. Inscrições: (www.ciadeestagios.com.br/vagas/goodyear).

E – Motorhome

Faltam poucos dias para o início da 9ª Expo Motorhome, que será realizada de 12 a 16 de novembro no Expotrade Convention Center da cidade de Pinhais, região metropolitana de Curitiba, e é aberta ao público em geral. Esta edição da feira projeta um expressivo aumento de 20% no número de expositores, visitantes e volume de negócios, que deve ultrapassar R\$ 600 milhões. Esta será a edição mais verde da história, destacando tecnologias amigáveis ao meio ambiente e o 1º motorhome elétrico da América Latina. Saiba mais: (<https://www.expositores.expomotorhome.com/>).

F – Marítima e Portuária

O escritório Reis, Braun e Regueira Advogados foi reconhecido pela Leaders League como uma das melhores firmas do país na categoria Shipping (direito marítimo), consolidando assim sua presença entre os principais escritórios na área marítima e portuária. A Leaders League publicou o ranking “Brazil – Best Law Firms for Shipping – 2026”, no último dia 21 de outubro, e ele classifica os melhores escritórios de advocacia que atuam na categoria de Direito Marítimo no Brasil. O ranking de 2026 divide os escritórios em níveis de reconhecimento, incluindo aqueles classificados como Excelente, Altamente Recomendado e Recomendado.

G – Prêmio Eco

Com uma abordagem inovadora no setor de celulose no Brasil, o Compromisso Um-Para-Um da Bracell, empresa líder global na produção de celulose solúvel, é um dos vencedores do Prêmio Eco 2025, concedido pela Amcham Brasil (Câmara Americana de Comércio). Lançado em 2022, o Compromisso Um-Para-Um estabelece um princípio simples e transformador: para cada 1 hectare de eucalipto plantado, a Bracell se compromete a apoiar a conservação de 1 hectare de vegetação nativa. Ou seja, cada avanço na produção é acompanhado por um passo igual na conservação, mantendo produção e proteção ambiental em equilíbrio em nossa operação.

H – Programa Formare

A Stellantis está com as inscrições abertas para a segunda turma do Programa Formare em sua planta de Betim (MG), com início previsto para 2026. Realizado em parceria com a Fundação Iochpe, o projeto oferece o curso gratuito de Assistente de Operações Automotivas Industriais, com 20 vagas destinadas a jovens interessados em ingressar no mercado de trabalho. Podem participar jovens nascidos entre 2007 e 2008, que estejam cursando ou tenham concluído o ensino médio em escola pública, que possuam renda familiar per capita de até um salário-mínimo. Inscrições pelo site (<https://ava.fiochpe.org.br/login/index.php>).

I – Mercado Automotivo

A Stellantis encerrou mais um mês na liderança do mercado automotivo brasileiro. De janeiro a outubro, a companhia emplacou mais de 608 mil unidades, o que corresponde a 29,5% de participação nas vendas do país. Somente em outubro, foram mais de 71 mil veículos comercializados, reafirmando o protagonismo da empresa na preferência dos brasileiros. Além da liderança no mercado brasileiro, a Stellantis alcançou também o maior número de veículos fabricados em sua história na América do Sul, com mais de 100 mil unidades no mês de outubro.

J – Centros de Pesquisa

A FAPESP lançou um edital para novos Centros de Pesquisa, Inovação e Difusão (CEPIDs) nas áreas de Ciências Exatas e da Terra e Engenharias. Os centros selecionados receberão financiamento anual de até R\$ 8 milhões por um período de cinco anos, podendo ser renovados até um período máximo de 11 anos. A Fundação conta com R\$ 200 milhões para investir no Programa CEPID. A pesquisa fundamental ou aplicada desenvolvida pelos CEPIDs precisa ser ousada, de excelência internacional em temas relevantes em sua área de conhecimento. O período para a apresentação da pré-proposta vai de 5 a 27 de janeiro de 2026. Saiba mais: (fapesp.br/17875).