



A consolidação dos FIDCs como instrumento de crédito alternativo

Alexander Bley (*)

Os fundos de investimento no Brasil têm crescido expressivamente nos últimos anos, e os FIDCs (Fundos de Investimento em Direitos Creditórios), especialmente os multicedentes e multissacados, representados pelo SINFAC, não são exceção. Esses fundos cresceram em número e patrimônio, consolidando-se como uma alternativa sólida para quem busca segurança e diversificação.

O primeiro fator que explica essa expansão está no olhar dos investidores. Em meio às incertezas econômicas, os FIDCs demonstraram estabilidade, inclusive em períodos críticos como a pandemia e as enchentes recentes. A rentabilidade atrativa, aliada à liquidez, ampliou a confiança e a base de investidores. Além disso, a regulação mais rígida e transparente da CVM também teve papel fundamental, fortalecendo a governança, o controle e a credibilidade do setor.

A título de referência, somente neste ano, entre janeiro e agosto, foram emitidos mais de R\$ 50 bilhões em FIDCs, segundo dados da Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais. O valor representa um crescimento de 10,2% em relação a 2024, reforçando o ritmo acelerado e a maturidade do segmento como instrumento sólido de crédito alternativo e apoio à economia real.

Mas o avanço dos FIDCs não é apenas financeiro — é também social e produtivo. Ao oferecer crédito com mais agilidade e flexibilidade que os bancos tradicionais, esses fundos ocupam um papel essencial no financiamento de micro, pequenas e médias empresas. São negócios que, muitas vezes, enfrentam barreiras burocráticas, limites baixos de crédito ou falta de garantias, e que encontram nos FIDCs uma alternativa concreta para manter o capital de giro e crescer de forma sustentável.

Esse alcance mais amplo revela outro diferencial: a capacidade de impulsionar o desenvolvimento econômico de forma descentralizada. Ao conectar investidores e empresas de diferentes portes e regiões, os FIDCs democratizam o acesso ao crédito e estimulam a economia local, criando um círculo virtuoso de geração de renda, emprego e competitividade.

O fortalecimento dos FIDCs, portanto, vai além dos resultados financeiros: expressa a evolução do fomento comercial no Brasil. Um modelo que combina rentabilidade, segurança e impacto econômico, consolidando-se como uma das principais ferramentas de expansão do crédito nacional.

(*) Vice-presidente do Sindicato das Sociedades de Fomento Comercial – Factoring do Estado do Rio Grande do Sul (Sinfac-RS).

CNPEM será polo de inovação em saúde

Acordo vai ampliar papel do Centro e abrigar projetos nacionais em insumos farmacêuticos, ressonância magnética e criação de rede de inovação em saúde

O governo federal anunciou um acordo para tornar o CNPEM (Centro Nacional de Pesquisa em Energia e Materiais), organização social ligada ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, um polo de inovação em saúde no Brasil. Por meio de um termo aditivo assinado nesta semana pelo MCTI e pelo Ministério da Saúde, o CNPEM receberá investimentos de R\$ 67,4 milhões para acelerar o desenvolvimento de tecnologias críticas para o Sistema Único de Saúde (SUS).

Os recursos serão utilizados para impulsionar atividades estratégicas, ampliar a infraestrutura científica, contratar especialistas e viabilizar programas de inovação orientados por missões nacionais.

O termo aditivo incorpora ao planejamento institucional do CNPEM iniciativas de impacto direto no complexo econômico-industrial da saúde. A primeira delas será transformar o Centro em núcleo do ecossistema nacional dedicado ao desenvolvimento de insumos farmacêuticos ativos (IFAs), tecnologias biomédicas avançadas e soluções terapêuticas inovadoras, com o objetivo de reduzir a dependência brasileira de importações, que hoje supera 90%.

"Esta integração, com a inter-veniência do Ministério da Saúde, é um marco estratégico para o CNPEM. Ela busca impulsionar o desenvolvimento nacional de

fármacos e tecnologias de diagnóstico, fortalecendo a missão de conectar nossa ciência de ponta às necessidades do SUS e gerando conhecimento para embasar políticas públicas para a saúde", disse o diretor-geral do CNPEM, Antonio José Roque da Silva.

Entre as ações inicialmente previstas, estão a estruturação de biofoundries nacionais, que são sistemas integrados de automação, robótica e software voltados para acelerar pesquisas. Também visam a implantação de plataformas de inteligência artificial para descoberta de fármacos, a ampliação de biobancos e coleções microbianas e o apoio ao desenvolvimento de até 15 novos projetos de inovação radical, além da execução imediata de quatro projetos-piloto financiados pelo Ministério da Saúde.

Nos primeiros 12 meses, o CNPEM implantará a infraestrutura dedicada, abrirá chamadas nacionais, selecionará projetos de alto impacto e iniciará a execução científica e tecnológica necessária para sustentar a inovação nacional em IFAs.

Outro projeto estratégico incorporado ao termo aditivo prevê o desenvolvimento do primeiro protótipo brasileiro de um equipamento clínico de ressonância magnética para extremidades, tecnologia que poderá reduzir custos e ampliar o acesso em todo o país a exames de imagem. A ideia é aproveitar o know-how do CNPEM, acumulado ao longo de décadas de pesquisa de magnetos, eletrônica de alta confiabilidade e sistemas de controle, presentes em iniciativas como o UVX e o Sirius.

Crescimento do delivery movimenta a economia e reforça o papel dos entregadores

Com o avanço do setor de entregas, cresce a demanda por motos — e modelos mais acessíveis se tornam os favoritos dos profissionais

O mercado de delivery no Brasil vive uma fase de expansão consistente. Segundo dados da Statista, o país já responde por 1,51% da receita global do setor, que movimenta aproximadamente US\$1,41 trilhão ao ano. O volume expressivo reforça o impacto direto do segmento na economia e na geração de empregos.

Essa consolidação se deu pela própria mudança de hábito do consumidor brasileiro. Segundo um estudo da Ticket, 40% da população utiliza o serviço para realizar suas refeições. Entre os jovens da Geração Z (15 a 28 anos), esse percentual sobe para 51%. Evidenciando que praticidade, agilidade e personalização transformaram a modalidade de entrega em uma escolha recorrente, e não mais ocasional, dentro do mercado de alimentação fora do lar.

Também vale destacar que, além do iFood, outras plataformas — como a 99 — vêm registrando forte expansão nos últimos anos, ampliando a competitividade do mercado e a base de entregadores. Esse movimento, por sua vez, se reflete diretamente no setor de motocicletas, que acompanha o crescimento da demanda.

No segmento de duas rodas, as projeções para 2025 são igualmente favoráveis. Segundo dados da Abraciclo, estima-se que os emplacamentos de motocicletas ultrapassem 2,1 milhões de unidades, o que representa um crescimento de cerca de 11,9% em relação a



2024. A própria Fenabrave (Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores), projeta fechar o ano com 2.157.288 emplacamentos.

Para Wendel Lazko, gerente geral de negócios da Shineray do Brasil, "Hoje, o entregador deixou de ser apenas um elo da cadeia: tornou-se um pilar estrutural de todo o ecossistema de delivery. Para isso, é essencial que ele tenha acesso a motos acessíveis, confiáveis e econômicas, garantindo que seu ganho líquido seja preservado."

Para a Shineray, que fabrica motos com foco em custo-benefício, esse cenário reforça a relevância social e econômica de seus produtos: "Desenvolver modelos acessíveis tem duplo

impacto: promove a mobilidade urbana sustentável e dá ao entregador uma ferramenta real de trabalho, diminuindo os custos fixos e aumentando sua autonomia", afirma Lazko.

Quanto aos impactos econômicos do boom do delivery, o efeito é amplo para o mercado: gera renda tanto para os entregadores quanto para restaurantes parceiros, fortalecendo a cadeia logística e aumentando a demanda por manutenção de veículos motorizados. "Esse ciclo virtuoso também atrai investimentos de fabricantes, como a Shineray, que vê uma oportunidade estratégica de expandir sua linha para atender à crescente demanda por veículos de trabalho", conclui o executivo.

Na era da inteligência artificial, o real é o novo viral

Alexandre Salvatore (*)

Vivemos imersos na chamada economia da atenção. Um ambiente hipercompetitivo, em que marcas, criadores e plataformas disputam cada segundo do nosso olhar. Esse jogo, que já era complexo, ficou ainda mais desafiador com a popularização da Inteligência Artificial Generativa, aquela que gera (num nível assustadoramente avançado) conteúdo como textos, áudios, imagens e até vídeos, do completo zero.

Para se ter uma ideia, uma pesquisa global realizada pelo Google em parceria com a Ipsos, mostrou que o Brasil está acima da média quando o assunto é o uso da IA generativa. 54% dos brasileiros disseram ter usado uma ferramenta desse tipo, sendo que a média global foi de 48%, de acordo com o estudo.

De uma hora para outra, feeds, telas e timelines passaram a ser inundados por conteúdos impecavelmente produzidos, mas, muitas vezes, com um problema central: falta de autenticidade. Ou seja, o que era para ser uma revolução criativa, em alguns casos, se torna um ruído.

Esse tal "ruído" acontece porque, ao se deparar com imagens ou vídeos que parecem reais, mas não são, o cérebro humano ativa um alerta. Esse fenômeno tem nome: vale da estranheza. É aquele desconforto que sentimos ao perceber, mesmo que de forma inconsciente, que há algo de artificial, seja na expressão, no tom, na dinâmica ou na estética. E, quando isso acontece, o efeito não é de aproximação. Pelo contrário: é de afastamento.

Quando o real fala mais alto

Com este cenário, por mais que muitos apostem em soluções tecnológicas para otimizar e escalar conteúdos, há um movimento crescente que valoriza o oposto: o genuíno, o real, o espontâneo. Afinal, são os conteúdos que traduzem emoções autênticas, experiências vividas e reações genuínas que realmente estabelecem conexões profundas, despertam engajamento e têm o potencial de se tornar virais.



Se pararmos para observar os vídeos que explodem nas redes (aqueles que impactam, arrancam risadas, geram empatia ou provocam reflexões), quase todos têm um denominador comum: são produzidos por pessoas comuns, vivendo situações reais. É esse grau de autenticidade que cria identificação.

Não se trata de "demonizar a IA". Ela tem um papel fundamental em vários processos, inclusive na curadoria, na organização e na distribuição de conteúdos. Mas, quando falamos de construção de conexão, de branding e de presença digital, há um valor imensurável no que é genuinamente humano.

Diante desse panorama, é cada vez mais evidente que a inteligência artificial, apesar de seu avanço notável na criação e automação de conteúdos, não deve ser vista como substituta da sensibilidade humana - e sim como uma aliada estratégica para potencializar aquilo que temos de mais valioso: a autenticidade, a emoção e a capacidade de conexão real. Em meio a um mar de produções tecnicamente perfeitas, é o conteúdo imperfeito, humano e verdadeiro que realmente toca, engaja e permanece. Na era da IA generativa, paradoxalmente, o que é real não só se destaca, se torna essencial.

(*) Sócio-fundador da Myhood, startup especializada no licenciamento de vídeos virais e conteúdos gerados por usuários.