

Mercado reduz previsão da inflação para 4,36% este ano

A previsão do mercado financeiro para o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) – considerado a inflação oficial do país – passou de 4,4% para 4,36% este ano

A estimativa foi publicada no boletim Focus de ontem (15), pesquisa divulgada semanalmente pelo Banco Central (BC) com a expectativa de instituições financeiras para os principais indicadores econômicos. Para 2026, a projeção da inflação variou de 4,16% para 4,1%.

Pela quinta semana seguida, a previsão foi reduzida, alcançando o intervalo da meta de inflação que deve ser perseguida pelo BC. Definida pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), a meta é de 3%, com intervalo de tolerância de 1,5 ponto percentual para cima ou para baixo. Ou seja, o limite inferior é 1,5% e o superior 4,5%.



Pela quinta semana seguida, a previsão foi reduzida, alcançando o intervalo da meta de inflação que deve ser perseguida pelo BC.

A alta no preço das passagens aéreas fez a inflação de novembro chegar a 0,18%. Em outubro, o IPCA havia sido de 0,09%. Com o resultado, a inflação acumulada em 12 meses é

4,46%, dentro da meta do CMN. A taxa de juros está no maior nível desde julho de 2006, quando estava em 15,25% ao ano.

A estimativa dos analistas

de mercado é que a taxa básica caia para 12,13% ao ano até o final de 2026. Para 2027 e 2028, a previsão é que a Selic seja reduzida novamente para 10,5% ao ano e 9,5% ao ano, respectivamente.

Nesta edição do boletim Focus, a estimativa das instituições financeiras para o crescimento da economia brasileira este ano permaneceu em 2,25%.

Para 2026, a projeção para o PIB ficou em 1,8%. A previsão da cotação do dólar está em R\$ 5,40 para o fim deste ano. No fim de 2026, estima-se que a moeda norte-americana fique em R\$ 5,50 (ABR).

Setor editorial e de livros registra expansão de 13%

O setor editorial e livreiro no Brasil registrou, em 2025, mais de 54 mil empresas e estabelecimentos ativos em todas as etapas da cadeia, como editoras de livros, livreiros, distribuidores e gráficas e empresas de edição integrada. O número representa uma expansão em relação ao ano anterior, quando eram 51 mil empresas e estabelecimentos ativos. Além disso, o segmento gera 70 mil empregos diretos.

Os dados são de levantamento divulgado pela Câmara Brasileira do Livro (CBL), produzido em parceria com a Analytics Valuation Reporting Insights (AVRI). Entre 2023 e

2025, houve um crescimento de 13% no número total de empresas, com destaque para o avanço das editoras e do comércio varejista de livros. E de 2024 para 2025, o aumento foi consistente em todos os segmentos mapeados, ressaltou a CBL.

Para a presidente da CBL, Sevani Matos, o estudo é fundamental para compreender a dimensão do setor do livro no Brasil. “Pela primeira vez, reunimos dados que mostram o tamanho do nosso setor. Esse diagnóstico nos dá base para avançar em políticas públicas, fortalecer nossos profissionais e ampliar o acesso ao livro em todo o país”, afirmou (ABR).

Recesso de fim de ano: porque prestadores de serviços devem prever o período no contrato para evitar riscos

Advogada especialista, Roberta Von Jelita, alerta que a pausa, exige cláusulas claras e planejamento para impedir sobrecargas, falhas operacionais e disputas por prazos.

O recesso de final de ano é um período de pausa e planejamento para a maioria dos brasileiros e muitas empresas e profissionais autônomos o adotam. Roberta Von Jelita, advogada especializada em contratos, alerta que a chave para um descanso tranquilo e seguro está na previsão contratual, que pode evitar sobrecargas e litígios por descumprimento de prazos.

O recesso de fim de ano é uma decisão da empresa ou um entendimento entre

as partes envolvidas. Contudo, a falta de uma regulamentação legal específica torna fundamental que os contratos de trabalho, prestação de serviços ou parcerias incluam cláusulas detalhadas sobre a suspensão de prazos e obrigações durante esse período.

Além da formalidade contratual, a gestão do recesso exige um planejamento operacional específico. É fundamental que as empresas comuniquem os clientes com antecedência, atualizem cronogramas, expliquem sobre prazos que serão interrompidos e organizem eventuais demandas urgentes antes da parada. “Essa transparência fortalece a confiança e

reduz a sobrecarga pós-recesso”, complementa a advogada.

Ao inserir uma cláusula que interrompe a contagem de prazos contratuais durante o recesso de fim de ano, as partes criam um alinhamento de expectativas. Com essa previsão, evita-se a sobrecarga, diminuindo o risco de descumprimento e assegurando o encerramento do ano de forma tranquila.

Antes de planejar o descanso, a advogada Roberta Von Jelita recomenda revisar o contrato antes do início do recesso, garantindo que a pausa de final de ano seja, de fato, um período de descanso e não de preocupação com prazos.

Além das palavras: como transformar a comunicação em experiências

Surama Jurdi (*)

No ambiente corporativo, ainda é comum associar a comunicação exclusivamente à clareza, ao domínio do vocabulário ou à precisão técnica. No entanto, a conexão eficaz vai muito além das palavras, envolve inclusão, escuta ativa e a capacidade de transformar percepções em prática. Cada interação é um espaço de construção de significado e de sensação, que devem carregar energia, intenção e consequência.

O diálogo deve ser uma metodologia consistente, deixando evidente que cada voz importa. A verdadeira comunicação para resultados sustentáveis envolve entender, traduzir e incorporar as ideias das equipes à cultura da empresa, gerando práticas imediatas e coerentes com aquilo que os próprios colaboradores ajudaram a construir. Não basta apenas ouvir as pessoas, é preciso envolvê-las no projeto e seguir para ações.

A expressão verbal deve ser vista como uma competência relacional, e não apenas técnica. A forma como um líder olha, o tom que utiliza, como acolhe uma dúvida ou responde a uma crítica definem se a mensagem será recebida com confiança ou resistência. A habilidade de se expressar é um instrumento de influência que se bem utilizada, gera pertencimento, entendimento e motivação, porém quando é negligenciada, produz ruídos, insegurança e desconexão.

A comunicação emocionalmente inteligente fortalece

vínculos e conexão, ao trazer consciência para o modo de se expressar, o profissional aumenta a capacidade de inspirar, ensinar e obter colaboração genuína. As pessoas precisam se perguntar: “qual impacto quero deixar após essa conversa?”. Em ambientes empresariais, onde pressões, metas e velocidade podem endurecer as interações, essa pergunta se torna um antídoto contra uma conversa automática e brusca.

Além disso, a eficácia da interação depende da congruência, não adianta escolher palavras suaves se o comportamento transmite impaciência. O alinhamento entre discurso, gesto e postura cria a integridade necessária para que a mensagem seja percebida com veracidade. É essa coerência que gera segurança psicológica e constrói relações capazes de sustentar equipes de alta performance e resultados sustentáveis.

Os líderes que aprendem a fazer o outro se sentir valorizado, visto e acolhido tornam-se agentes multiplicadores de cultura. Com isso, conseguem transformar o ambiente ao empoderar os colaboradores. Uma interação que desperta o melhor do outro cria organizações mais humanas e prósperas, onde resultados são consequência direta da qualidade das relações. Portanto, comunicar não é apenas transmitir ideias, é gerar valor, continuidade e resultados sólidos ao longo do tempo.

(*) - É mentora, CEO e fundadora da Surama Jurdi Academy.

Inflação de bares e restaurantes sobe 0,46% em outubro e fica acima do IPCA

A inflação da alimentação fora do domicílio voltou a subir em outubro e reforçou a tendência de pressão contínua sobre os custos do setor de bares e restaurantes. Segundo dados da Associação Nacional de Restaurantes (ANR) com base no Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo do IBGE, o IPCA, os preços aumentaram 0,46% no mês, avanço que ficou acima da inflação geral do país, de 0,09%. O movimento marca o 47º mês consecutivo de crescimento nos preços, consolidando um ciclo prolongado de encarecimento para consumidores e operadores do setor.

A alta atingiu 14 das 16 unidades da federação pesquisadas. O Pará apresentou o maior aumento, com 1,3%, seguido por Rio Grande do Sul, com 0,9%, e Espírito Santo, com 0,8%. Entre os produtos que mais influenciaram o resultado mensal, o vinho avançou 1,2%, o cafezinho subiu 0,96% e o lanche teve alta de 0,75%. Já o sorvete e a cerveja registraram recuos de 1% e



0,08%, respectivamente. No acumulado de janeiro a outubro, a alimentação fora do lar subiu 5,8%, enquanto o índice geral do país ficou em 3,7%. Todas as unidades da federação registraram aumento no período, com destaque para o Espírito Santo, que liderou a lista com alta de 7,9%, e o Acre, que apresentou o menor avanço, de 3,5%. Entre os produtos monitorados, o cafezinho acumula a maior variação do ano, com 15%, enquanto a cerveja registra o menor aumento, de 2,5%.

O comportamento dos preços ocorre em paralelo ao desempenho das ven-

das no setor. De acordo com a Pesquisa Mensal de Serviços do IBGE, compilada pela ANR, a receita real dos serviços de alimentação cresceu 2% em setembro em relação ao mesmo mês do ano passado, já descontada a inflação, registrando a segunda alta consecutiva. No período, o setor de serviços como um todo avançou 4%, alcançando seu 18º mês seguido de crescimento. No acumulado do ano até setembro, as receitas dos serviços de alimentação aumentaram 1,5%, contribuindo para o avanço de 2,8% da receita total do setor de serviços no país (Fonte: ANR).