

NOVAS REGRAS INTERNACIONAIS

CLIMA VIRA RISCO FINANCEIRO

▶▶▶ [Leia na página 8](#)



Negócios

Cinco dicas de como transformar redes sociais em ambientes de consumo

Conteúdo, recomendação, pagamento e recompra passam a acontecer dentro das plataformas, mudando a lógica de crescimento de marcas digitais em 2026

As redes sociais atravessaram um ponto de ruptura no varejo digital. Em 2026, plataformas que antes funcionavam apenas como canais de divulgação passaram a concentrar toda a jornada de consumo, da descoberta à conversão. Segundo o DataReportal 2026, o Brasil reúne cerca de 150 milhões de usuários ativos em redes sociais, um contingente que já consome informação, entretenimento e, cada vez mais, produtos sem sair dessas plataformas.

Esse movimento explica por que o social commerce cresce em ritmo superior ao do e-commerce tradicional. Estudo da Accenture aponta que compras mediadas por redes sociais avançam até três vezes mais rápido do que lojas virtuais convencionais, impulsionadas pela integração entre conteúdo, influência e pagamento direto. A redução de etapas na jornada tem impacto direto na taxa de conversão.

Para a empresária Sabrina Nunes, fundadora da Francisca Joias, e especialista em vendas na internet, o erro mais comum das marcas é continuar tratando redes sociais como vitrines. "As plataformas deixaram de ser apoio de marketing. Elas viraram o próprio ambiente de consumo. Quem ainda usa rede social só para aparecer está desperdiçando potencial de venda", afirma.

A mudança é visível em plataformas como TikTok, Instagram e WhatsApp, que concentram vídeo, busca, recomendação social e compras no mesmo fluxo. No TikTok, por exemplo, o conteúdo não tem vida curta: vídeos continuam sendo distribuídos ao longo do tempo, funcionando como mecanismo de descoberta e venda contínua. "O algoritmo prioriza quem consegue entregar, atender e sustentar demanda. Não é só sobre viralizar", diz Sabrina.

O impacto vai além da comunicação. A lógica de distribuição passou a considerar fatores operacionais, como disponibilidade de produto,



Sabrina Nunes

“O algoritmo prioriza quem consegue entregar, atender e sustentar demanda. Não é só sobre viralizar

logística e experiência do cliente. Plataformas tendem a favorecer marcas que oferecem previsibilidade de entrega e capacidade de escalar. "A rede social virou infraestrutura. Se a operação falha, o alcance cai", afirma a empresária.

Outro vetor central é a mudança no comportamento do consumidor. Levantamento da NielsenIQ mostra que mais de 70% das decisões de compra no social commerce são influenciadas por vídeos de recomendação e creators, percentual superior ao de anúncios tradicionais. A confiança deixa de estar apenas na marca e passa a ser compartilhada com comunidades, afiliados e produtores de conteúdo.

Nesse contexto, a construção de comunidade se consolida como ativo estratégico. Marcas que criam narrativas, causas e experiências tendem a gerar maior recorrência e ticket médio. "As pessoas compram pertencimento, não só produto. Quando isso acontece dentro da rede social, a recompra se torna natural", afirma Sabrina.

A integração entre físico e digital também ganha relevância. Lojas, eventos e experiências presenciais passam a alimentar o conteúdo online, enquanto as redes sustentam escala e conversão. "O físico virou mídia. Ele gera história, prova social e conteúdo que circula no digital", diz.

Para 2026, a avaliação é que redes sociais deixam definitivamente de ser meio e passam a ser o próprio ambiente onde o consumo acontece. "Quem entende isso constrói vantagem competitiva. Quem insiste em tratar rede como vitrine vai competir com custo maior e menos controle", afirma a empresária.

Cinco caminhos para transformar redes sociais em ambientes de consumo

- 1 Integrar conteúdo, descoberta e compra no mesmo fluxo**
Eliminar etapas externas aumenta a conversão. Quanto menos cliques entre interesse e pagamento, maior a eficiência da venda.
- 2 Construir confiança por meio de comunidade e recomendação**
Creators, afiliados e clientes reais funcionam como extensões da marca. A prova social passa a ser o principal gatilho de decisão.
- 3 Operar com previsibilidade de oferta e entrega**
Algoritmos priorizam marcas que sustentam demanda. Estoque, logística e atendimento influenciam diretamente no alcance e distribuição.
- 4 Usar dados e automação para estimular recompra**
CRM, WhatsApp e inteligência artificial permitem ativar a base existente, aumentando ticket médio e recorrência sem depender apenas de mídia paga.
- 5 Tratar a rede como infraestrutura de negócio**
Lives, afiliados, pagamento, atendimento e tráfego coexistem no mesmo ecossistema. "Quem trata rede social como infraestrutura constrói margem e previsibilidade", afirma Sabrina.

Como pequenos investidores podem surfar o boom do agro brasileiro, e por onde começar

Setor que já movimenta trilhões cria portas de entrada acessíveis para quem quer diversificar investimentos com tecnologia e impacto. ▶▶▶

Emissor Nacional de Notas Fiscais exige atenção das empresas

Portal Único promete simplificar a emissão de notas fiscais no Brasil, mas demanda adaptação tecnológica e estratégica dos negócios. ▶▶▶

Planejar ao invés de financiar

Com o aumento do custo de vida e a busca por formas mais conscientes de realizar projetos pessoais, um modelo de crédito ainda pouco explorado pelo grande público começa a ganhar destaque no planejamento financeiro das famílias: o consórcio de serviços. ▶▶▶

Pare de procurar o "novo profissional de marketing"

Todo início de ano vem com o mesmo impulso: listas, previsões, resoluções e uma vontade quase automática de entender o que é preciso aprender, corrigir ou se tornar nos próximos meses. No marketing, esse movimento costuma cair na mesma pergunta: afinal, quem é o novo profissional da área? Talvez o problema não seja a pergunta, mas a pressa em respondê-la. Quanto mais o mercado fica complexo, maior é a busca por modelos, como perfis ideais, competências obrigatórias e mapas do que temos ou não que aprender. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Reprodução: UFPI

Manual de Libras para Ciências: A Célula e o Corpo Humano



Reprodução da capa do material disponível na internet

Manual de libras para ciências: a célula e o corpo humano

O manual é de extrema importância não só para os surdos, mas também para os profissionais da educação, como os professores, os intérpretes e os instrutores de libras. Vale lembrar que este manual também vai privilegiar outras áreas do conhecimento, tais como Medicina, Enfermagem, Psicologia, etc. Áreas que também encontram carência de material sobre o assunto e que têm histórico de dificuldade em realizar atendimento à pessoa com surdez. Baixe gratuitamente no link (https://www.ufpi.br/arquivos_download/arquivos/EBOOK_-_MANUAL_DE_LIBRAS_PARA_CIENTIA-_A_C%3%ABLULA_E_O_CORPO_HUMANO20200727155142.pdf) ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Dus Hamanaka Mandell



Multiverso Experience investe R\$ 12 milhões na nova sede fixa em São Paulo

@ A Multiverso Experience, referência em exposições imersivas no Brasil, dá um passo estratégico em sua trajetória de crescimento ao investir cerca de R\$ 12 milhões na implantação de sua primeira sede fixa em São Paulo. O espaço, localizado na Avenida Francisco Matarazzo, na região da Água Branca, marca a transição da empresa para um modelo de operação permanente, verticalizado e com foco em diversificação de receitas. Com aproximadamente 4.800 m², distribuídos em quatro andares, o prédio foi alugado com contrato de 10 anos, e será transformado em um grande hub de entretenimento, reunindo exposições imersivas, experiências em realidade virtual, jogos interativos, eventos corporativos, áreas de alimentação, rooftop com bar e espaços de varejo. A previsão de inauguração é para o primeiro trimestre de 2026, podendo ocorrer até março, a depender do cronograma das obras. ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Automóveis

Via Digital Motors

Por Lucia Camargo Nunes

▶▶▶ [Leia na página 4](#)



OPINIÃO

Como o Brasil se compara a outros países na maturidade de cibersegurança

Fernando Dulinski (*)

A economia digital brasileira cresceu de forma acelerada nos últimos anos. E, com ela, a superfície de risco.

Hoje, o país se consolidou como um dos principais países do mundo, movimentando prejuízos bilionários que atingem os diversos níveis de negócios. Mas, embora o tema tenha avançado na agenda nacional, o Brasil ainda enfrenta um desafio fundamental: transformar capacidades técnicas em maturidade estratégica.

O cenário interno expõe uma assimetria significativa. Enquanto grandes empresas brasileiras já operam com estruturas de segurança que se aproximam das adotadas por mercados mais maduros, como Estados Unidos e Europa, a base de PMEs, maioria na economia brasileira, permanece dramaticamente vulnerável. Essa fragilidade não afeta apenas cada negócio isoladamente; ela compromete cadeias inteiras de valor, criando riscos sistêmicos que podem desestabilizar setores inteiros.

Estudos mostram que, embora tenhamos avançado em tecnologia e controles, ainda falta dar o passo mais difícil: transformar a cibersegurança em pauta de negócio, e não apenas de infraestrutura. Enquanto o tema continuar restrito às áreas técnicas, o Brasil seguirá vulnerável. Elevar a discussão ao nível decisório executivo é essencial para reduzir riscos sistêmicos e aproximar o país das economias mais maduras.

Quando comparamos o Brasil com mercados líderes, a distância se torna mais evidente. Países que historicamente priorizam segurança digital, como Reino Unido, Alemanha, Israel e Singapura, avançaram de forma agressiva na integração entre políticas públicas, incentivos regulatórios e cultura corporativa orientada ao risco. Esses ecossistemas estabelecem padrões mínimos claros, fortalecem mecanismos de resposta a incidentes e, sobretudo, têm conselhos e lideranças preparados para

lidar com ameaças cada vez mais estratégicas. Globalmente, segundo a PwC, 76% dos conselhos já discutem cibersegurança de forma recorrente. No Brasil, apenas 54% fazem o mesmo, demonstrando uma lacuna de governança que ainda precisa ser resolvida.

A diferença também aparece no impacto econômico dos incidentes. Segundo o estudo de 2025 da IBM, o custo médio global de uma violação atingiu US\$ 4,88 milhões, o maior já registrado. No Brasil, o prejuízo médio chegou a R\$ 7,19 milhões, com aumento de 6,5% em relação ao ano anterior, colocando o país entre os mercados mais afetados da América Latina. Não é apenas um problema técnico, mas um risco direto à competitividade.

Essa transformação reforça que a cibersegurança deixou de ser um tema operacional para se tornar um indicador estratégico de liderança. É uma tendência que deve moldar o cenário global e que o Brasil precisa acompanhar para não perder competitividade.

Mas, já estamos diante de um ponto de virada. O ciberespaço deixou de ser apenas uma camada técnica da infraestrutura nacional para se tornar um componente essencial da soberania, da produtividade e da confiança na economia. À medida que tensões geopolíticas se intensificam e ataques se tornam mais sofisticados, o país precisa decidir se irá liderar a construção da nova cibereconomia ou se continuará assistindo à erosão gradual de sua segurança econômica.

A oportunidade está clara: fortalecer a governança, capacitar conselhos, reduzir a vulnerabilidade das PMEs, adotar métricas estratégicas e integrar esforços entre governo, empresas e academia. As nações que liderarem essa agenda serão também as que definirão os rumos da inovação, da competitividade e do crescimento nas próximas décadas. O Brasil tem potencial para estar entre elas, mas precisa acelerar.

(*) CEO da Cyber Economy Brasil, hub estratégico com foco em acelerar a maturidade cibernética no Brasil.

OpenAI lança ChatGPT Health mas recomenda não o usar para fins médicos

Embora os chatbots de Inteligência Artificial (IA) sejam muito populares, eles têm gerando uma enxurrada de desinformação que tem alarmado especialistas.

Vivaldo José Breternitz (*)

Uma investigação recente do jornal britânico *The Guardian* revelou que os “AI Overviews” do Google, que acompanham a maioria das páginas de resultados de busca forneceram diversas informações de saúde imprecisas que podem levar a riscos graves se seguidas.

Aparentemente indiferente aos repetidos avisos de que os conselhos médicos dados por IA não são confiáveis, a OpenAI está dobrando a aposta com o lançamento do **ChatGPT Health**. O novo recurso promete processar os registros médicos dos usuários para gerar respostas “mais relevantes e úteis”.

Apesar de ser “projetado em estreita colaboração com médicos” e construído sob “fortes controles de privacidade, segurança e dados”, a empresa ressalta que o recurso foi feito para “apoiar, e não substituir, o atendimento médico”. Na verdade, a ferramenta chega ao mercado com uma ressalva contraditória: a de que este recurso de saúde personalizado “não se destina ao diagnóstico ou tratamento”.

“O ChatGPT Health ajuda as pessoas a desempenharem um papel mais ativo na compreensão e gestão de sua saúde e bem-estar, ao mesmo tempo em que apoia, e não substitui, o cuidado de médicos”, diz o site da empresa. Na prática, porém, é certo que os usuários utilizarão a ferramenta exatamente para o tipo de aconselhamento que a OpenAI desaconselha, o que pode gerar problemas sérios, inclusive mortes.

O problema apenas agrava dilemas já existentes. Como reportado pelo grupo de mídia americano, *Business Insider*, o ChatGPT está transformando pessoas em



Corina_Ciocirlans_Images_CANVA

médicos amadores, gerando preocupações entre os profissionais da área.

Além dos riscos referentes ao uso equivocado de medicamentos, há ainda a questão da privacidade. Usuários parecem dispostos a entregar históricos médicos e informações altamente sensíveis, uma decisão agora incentivada pelo ChatGPT Health. De forma similar, Elon Musk incentivou usuários a enviar dados médicos para o Grok, ferramenta concorrente do ChatGPT.

O resultado foi uma onda de confusão, com usuários recebendo diagnósticos alucinados após compartilharem exames de raio-X e tomografias (PET scans).

Especialistas alertam que, dado o histórico da indústria de IA com vazamentos de dados, os riscos são iminentes. “Os dados de saúde são algumas das informações mais sensíveis que as pessoas podem compartilhar e devem ser protegidos”, afirmou Andrew Crawford, conselheiro

sênior do *Center for Democracy and Technology*, à BBC.

Crawford destaca que, com a OpenAI explorando a publicidade como modelo de negócio, a separação entre dados de saúde e outras interações do ChatGPT precisa ser “estranque”. Como não há leis específicas para esses casos, as empresas definem suas próprias regras e podem alterar os termos de serviço a qualquer momento.

Riscos Jurídicos e de Segurança

Por fim, há o temor de que dados sensíveis, como informações de saúde reprodutiva, sejam repassados à polícia sem o consentimento do usuário. “Como a OpenAI lida com solicitações de autoridades?”, questiona Crawford. “Eles simplesmente entregam as informações? O usuário é informado de alguma forma? São muitas perguntas para as quais ainda não temos boas respostas.”

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjnzit@gmail.com.

A destruição criativa dos modelos obsoletos de tecnologia com IA autônoma

A inteligência artificial autônoma, especialmente aquela baseada em agentes, já é uma das forças mais disruptivas do século XXI. Longe de ser apenas uma promessa, ela representa a aceleração máxima do processo de “destruição criativa” descrito por Joseph Schumpeter, em 1942 — o mecanismo em que novas tecnologias substituem modelos obsoletos e impulsionam o crescimento econômico.

Recentemente, economistas laureados com o Prêmio Nobel expandiram essa teoria, formalizando como a inovação tecnológica se traduz em ciclos econômicos mensuráveis. A IA autônoma, nesse contexto, é o catalisador mais potente já visto: ela não apenas automatiza tarefas, mas toma decisões, aprende e adapta-se de forma independente, algo que reconfigura profundamente estruturas empresariais e profissionais.

A destruição criativa sempre foi o motor do progresso, mas a IA adiciona um componente inédito: velocidade e autonomia. E, com isso, já produz efeitos claros no mercado:

- **Obsolescência de funções tradicionais** — Processos rotineiros e manuais estão sendo substituídos por agentes digitais, reduzindo a necessidade de tarefas repetitivas.
- **Disrupção setorial** — Indústrias inteiras, como logística, finanças e saúde, passam por reconfiguração estrutural diante de práticas autônomas.
- **Desvalorização de competências antigas** — Habilidades baseadas em tarefas lineares perdem valor, enquanto cresce a demanda por profissionais de dados, ética e governança.

O impacto é transversal: não muda só “como” as empresas operam, mas “quem” está apto a

trabalhar nelas, além de inaugurar novas profissões e indústrias. Funções emergentes incluem agora treinadores de IA, engenheiros de MLOps (Machine Learning Operations), cientistas de dados especializados em ética e explicabilidade, e gestores de governança digital.

Ao mesmo tempo, setores inteiros são revitalizados. Em finanças e seguros, por exemplo, a agilidade gera benefícios por meio de análise preditiva e da detecção autônoma de fraudes, reduzindo custos. Na área da saúde, a transformação chega por meio de diagnósticos assistidos e telemedicina inteligente. Em cadeias de suprimentos, novos níveis de eficiência são atingidos com logística adaptativa e previsão de demanda. E a cibersegurança se torna cada vez mais proativa, com agentes que monitoram, detectam e respondem em tempo real.

Toda essa evolução dá origem à chamada economia do “Faça Isso Por Mim” (Do It For Me - DIFM), um modelo em que agentes digitais não apenas executam, mas decidem em nome do usuário. Mas, apesar dos avanços, a autonomia plena ainda é exceção. A maioria das implementações depende de supervisão humana em decisões complexas ou críticas, e a ausência de explicabilidade e transparência em relação a como agem compromete a confiança.

Imagine um agente autônomo encarregado de ajustar itinerários aéreos com base em múltiplas fontes de informações. Se ele acessar dados divergentes sobre horários de voos, toda a malha logística poderá ser afetada e esse erro se multiplicará exponencialmente. Esse é o risco em ambientes interconectados. Paramitigar esse tipo de problema, as organizações precisam construir uma “fonte única da verdade”, consolidando dados dispersos em estruturas interoperáveis, com rastreabilidade ponta a ponta. A qualidade

e a governança de dados tornam-se, portanto, o alicerce técnico e ético da IA autônoma.

A esse desafio somam-se riscos como alucinações, com a geração de informações falsas, de interpretações equivocadas e de falhas sistêmicas quando os dados não são devidamente contextualizados. Por isso, a maturidade da IA autônoma depende da combinação de três fatores: dados confiáveis, algoritmos auditáveis e supervisão humana inteligente.

Para que a implementação da IA de forma bem-sucedida se concretize, é essencial adotar uma arquitetura robusta e multidisciplinar. Em resumo, ela envolve pipelines de dados confiáveis; governança e ética na criação de frameworks que assegurem rastreabilidade e responsabilidade sobre decisões automatizadas; além de capacitação e requalificação para formar profissionais capazes de interpretar e ajustar sistemas autônomos. Ainda, são necessários segurança cibernética para proteger agentes e dados contra vulnerabilidades, manipulações e ataques, e integração com legados para harmonizar sistemas antigos e APIs empresariais em ambientes híbridos ou multicloud.

Esses pilares sustentam a tecnologia e definem a sustentabilidade de todo o ecossistema digital. Empresas que implementarem a IA autônoma com base nesses princípios e compreenderem seu papel como agente de transformação estrutural, e não apenas tecnológica, estarão mais bem posicionadas para prosperar. As que permanecerem presas à inércia dos modelos legados correm o risco de ficarem para trás em um cenário de mudança acelerada. A era da IA autônoma já está em curso, e o desafio não é resistir à transformação, mas aprender a abraçá-la.

(Fonte: Jorge Moskovitz, Executivo de Contas Enterprise da Qlik)

News@TI

Unico conquista certificação internacional SOC 2 e reforça padrão global de segurança

Unico, rede líder em verificação de identidade na América Latina, acaba de conquistar a certificação SOC 2 Tipo II, um dos mais relevantes padrões internacionais de segurança da informação para empresas de tecnologia e soluções SaaS (Software as a Service). O relatório foi emitido pela KPMG, com base nos critérios definidos pelo Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados (AICPA), referência global em auditoria e asseguração. A certificação SOC 2 Tipo II comprova, de forma independente, que os controles de segurança e disponibilidade da Unico não apenas foram corretamente desenhados, mas operam de maneira eficaz (ao longo de um período contínuo de avaliação anual). Esses fatores evidenciam a maturidade operacional e consistência nos processos da Empresa. O relatório avalia a descrição, o desenho e a efetividade operacional dos controles adotados pela Unico, considerando os princípios de Segurança e Disponibilidade, essenciais para empresas que operam dados sensíveis e infraestruturas críticas no ambiente digital.

Empresas & Negócios José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Laurinda Machado Lobato (1941-2021)

Responsável: Lilian Mancuso

Editorias
Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br);
Comercial: comercial@netjen.com.br
Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; Edição 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.

Jornal Empresas & Negócios Ltda

Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP: 04128-080
Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: (netjen@netjen.com.br)
Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90
JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)
Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.

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

ISSN 2595-8410

A cada R\$ 1 investido via Lei Rouanet, R\$ 7,59 retornaram, diz estudo

A cada R\$ 1 investido em projetos executados com recursos da Lei Rouanet, R\$ 7,59 retornaram à economia

É o que mostra estudo apresentado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) sobre os impactos da lei de incentivo à cultura. O estudo foi encomendado pelo Ministério da Cultura. Entre 2022 e 2024, o número de projetos apoiados pela lei passou de 2.600 para mais de 14 mil por ano.

O estudo ainda avaliou equipamentos locados, quantidade de pessoas contratadas, materiais e fornecedores pagos. Em 2024, cerca de 230 mil vagas foram abertas com apoio do programa, ao custo de R\$ 12,3 mil por vaga. "Precisávamos de dados completos, consistentes e confiáveis sobre a Lei Rouanet, que nos últimos anos enfrentou críticas injustificáveis e uma tentativa de demonização. De um lado, há quem tente deslegitimar o setor cultural e ainda há uma parcela da



Dos R\$ 25,7 bilhões movimentados pelo mecanismo de incentivo à cultura em 2024, a maior parte foi para projetos no Sudeste, que captaram R\$ 18 bilhões.

sociedade que desconhece seu papel.

Faltavam dados robustos e atualizados, e foi exatamente por isso que encomendamos essa pesquisa. O que apresentamos hoje é um estudo de altíssima qualidade, conduzido com rigor metodológico e baseado em dados oficiais. Seus resultados oferecem evidências claras do impacto positivo

do investimento cultural", destacou a ministra da Cultura, Margareth Menezes.

A Rouanet teve mais de R\$ 60 bilhões investidos desde a criação, em 1993, em valores não corrigidos. Em 2024, foram 4.939 projetos com recursos executados, a maioria propostos por empresas (3.154 proponentes ou 86,7%). Os projetos geraram um total de 567

mil pagamentos a todo tipo de fornecedor e serviço, em um universo de 1.800 tipos diferentes.

A maioria (76,72%) captou até R\$ 1 milhão e 21,70% captaram até R\$ 10 milhões. O maior montante dos recursos foi para custos logísticos, administrativos e de equipes técnicas, sendo um terço para pagamento de artistas. Segundo os pesquisadores, 96,9% dos pagamentos via Rouanet são de menos de R\$ 25 mil, o que gera efeito distributivo de renda.

Dos R\$ 25,7 bilhões movimentados pelo mecanismo de incentivo à cultura em 2024, a maior parte foi para projetos no Sudeste, que captaram R\$ 18 bilhões. Na Região Sul, foram R\$ 4,5 bilhões; Nordeste, teve captação de R\$ 1,92 bilhão; Centro-Oeste, cerca de R\$ 400 milhões; e Norte, cerca de R\$ 360 milhões (ABR).

Lei do salário mínimo, que faz 90 anos, organizou relações de trabalho

A lei que criou o salário mínimo (nº 185, de 1936), e que seria regulamentada em 1940, foi resultado de um contexto de lutas de trabalhadores, demarcou uma reordenação social e incomodou elites econômicas, avaliam historiadores.

O primeiro artigo da lei enuncia: "Todo trabalhador tem direito, em pagamento do serviço prestado, a um salário mínimo capaz de satisfazer, em determinada região do país e em determinada época, suas necessidades normais de alimentação, habitação, vestuário, higiene e transporte".

A legislação completou 90 anos ontem (14). Segundo o professor de história Mateus Gamba Torres, da UnB, durante os anos 1910 e 1920, ocorreram greves no Brasil com exigência de melhores condições de trabalho. "Até então, o contrato era civil, de prestação de serviços. Não existia um valor mínimo que o empregador deveria pagar", afirma.

Inclusive, desde o final do século 19, como ele explica,

movimentos de trabalhadores e o contexto internacional, como a legislação mais avançada de outros países (entre elas a do Uruguai) favoreceram a evolução também no Brasil. Outro pesquisador, o professor Deusdedit Rocha, do Centro Universitário de Brasília (Ceub), aponta que se trata de um período de reorganização das relações trabalhistas da época. "Esse é um período de transição de uma sociedade mais agroexportadora para uma sociedade cada vez mais urbana e industrial", afirma.

Segundo ele, a mudança introduziu uma nova cultura, ainda que fosse efetiva, na prática, na Região Sudeste. Rocha avalia que, em que pese a evolução das relações com o salário mínimo, a legislação favoreceu o controle político. Em relação a esse momento, Mateus Torres, da UnB, ressalta que a história das conquistas de cidadania por parte da classe trabalhadora tem relação com as pressões exercidas sobre os representantes públicos, como foi o caso (ABR).

Campanhas de incentivo impulsionam equipes de vendas e trade marketing

Nani Gordon (*)

Este ano, as vendas do período do Natal bateram a casa dos R\$ 72,71 bilhões, o melhor desempenho desde 2014, segundo estimado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). Neste contexto, e pensando na sazonalidade, o marketing de incentivo tem mostrado eficiência e resultados expressivos em datas importantes para o mercado.

Em dois anos, cresceu em 19% a adesão de empresas por essa modalidade de reconhecimento, sobretudo entre os grandes players do segmento varejista. É fato que essas corporações têm buscado inovação tecnológica para recompensar a força de vendas como um meio de alavancar os negócios.

A personalização dos incentivos tem chamado atenção e mostrado aderência nesse contexto. A estratégia tem movimentado corporações gigantes do mercado como Hypera, Grupo Boticário, MRV, Disney, Mars e Melitta e tantas outras, que optaram por inovar para engajar o time. Não cabe mais o mesmo modelo para todos, presentear da mesma forma ou ditar como serão bonificados.

Essas empresas entenderam que uma campanha de incentivo bem orquestrada, feita de forma democrática e personalizada e, de preferência no ambiente digital, gera ROI, apreço e valor. Isso é impagável. Em muitas empresas brasileiras, bônus anuais já foram símbolo de status e conquista. Mas desde o ano passado, estudos como os da FGV/EAESP reforçam que o engajamento de colaboradores nunca esteve tão baixo: apenas 39% dos profissionais se dizem engajados, enquanto as perdas associadas ao turnover e presentismo chegam a R\$ 77 bilhões por ano.

Os programas de incentivo, que dão escolha e oferecem uma gama de alternativas para o profissional decidir como quer receber seu prêmio, seja por cupons em lojas ou mesmo valores que podem ser transferidos para sua conta bancária, são os que mais geram empatia e adesão. Afinal, quem melhor

que o ganhador para saber o que é melhor para si ou mais oportuno no momento? Na prática, esse modelo desconsidera o que realmente motiva cada profissional.

Por exemplo, oferecer uma viagem para a Disney a alguém que precisa quitar dívidas, ou terminar de pagar o carro zero, não faz sentido. Quando o prêmio é pouco atrativo ou o resgate é complicado, o engajamento despenca. E nenhuma empresa quer isso. Campanhas de incentivo que dão poder de decisão ao colaborador ativam o senso de pertencimento, além de impulsionar estrategicamente ações de marketing em datas sazonais.

Essa estratégia tornou-se uma ferramenta poderosa para alavancar o engajamento das equipes de vendas e trade marketing. Além disso, é sabido que o cérebro humano libera dopamina quando recebe reconhecimento imediato. Isso porque o colaborador associa "ação-recompensa" de modo direto. Recompensas em tempo real fortalecem o desejo de manter comportamentos positivos, resultando em um ciclo positivo de engajamento.

Imagine um colaborador que bateu meta em uma quinta-feira e ninguém da liderança reconhece. Uma semana depois, surge um elogio tímido ali no grupo da empresa, já sem tanto significado. Premiar logo após o comportamento correto acelera o ciclo de reforço positivo. O colaborador entende o que fez certo, sente-se valorizado e repete a ação com mais frequência.

Campanhas bem-sucedidas e direcionadas, usando os canais certos e que dão autonomia para que o colaborador escolha a forma como quer resgatar o prêmio, melhoram diversos indicadores da empresa. Para qual lado devem direcionar as campanhas em 2026? Empresas repetirão padrões de insucesso do passado ou permitirão que o colaborador tenha mais protagonismo e dite as regras do jogo?

Fica a reflexão!

(*) - É co-fundadora e vice-presidente da Cashin, ecossistema de incentivos de vendas e pagamentos corporativos.

Inmetro orienta uso da geladeira para reduzir consumo de energia

Um dos eletrodomésticos que mais pesam na conta mensal de energia é a geladeira. Além de funcionar 24 horas por dia, o abre e fecha da porta do equipamento pelas pessoas da casa levam ao aumento do consumo de eletricidade. Por essa razão, o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro) está orientando os cidadãos que boas práticas de instalação, uso e manutenção ajudam a reduzir o consumo, além de evitar desperdícios e prolongar a vida útil do aparelho.

A primeira dica é que a geladeira não deve ficar colada à parede nem ser instalada em espaços muito estreitos. Componentes como o compressor e o condensador precisam de espaço para liberar o calor gerado durante o funcionamento. Quando essa ventilação é prejudicada, o motor trabalha mais

para manter a temperatura interna, o que aumenta o consumo. O Inmetro recomenda seguir as instruções do fabricante que, em geral, indicam uma distância mínima de cerca de 15 centímetros das paredes.

Outra orientação importante, é evitar abrir a porta da geladeira com frequência ou mantê-la aberta por muito tempo. Esse hábito permite a entrada de ar quente, o que exige maior esforço do sistema de refrigeração.

Para reduzir o consumo, o Inmetro sugere que o ideal é organizar os produtos, abrir a porta apenas quando necessário e evitar guardar alimentos ainda quentes no interior do aparelho. Deve-se também verificar regularmente a borracha de vedação, porque desgastes e frestas comprometem a eficiência e elevam o gasto de energia (ABR).



NEGÓCIOS em PAUTA

lobato@netjen.com.br

A - Programa de Estágio

O Centro de Integração Empresa-Escola - CIEE anuncia inscrições abertas para o Programa de Estágio na Prefeitura Municipal de Cubatão/SP. As oportunidades são para estudantes do ensino superior dos cursos de Administração, Artes, Biologia, Economia, Direito, Geografia, História, Jornalismo, Medicina Veterinária, Logística, Serviço Social e outras graduações. As inscrições e respostas ao questionário fazem parte das etapas do processo seletivo e devem ser realizadas até o dia 20 de janeiro, terça-feira, pelo link: (<https://pp.ciee.org.br/vitrine/13798/detalhe>).

B - Corrida Indoor

A SP RUN comemora sua 20ª edição em 8 de fevereiro, com abertura de arena às 07h e reforça seu título de maior corrida e caminhada indoor do Brasil, consolidando-se como um dos eventos mais inovadores do calendário esportivo nacional. Realizada no Shopping SP Market e organizada pela FUSE Eventos Esportivos, a prova oferece uma experiência que vai além do esporte, unindo movimento, entretenimento e bem-estar. Com Corrida 4 km, Corrida 8 km e Caminhada 4 km, a arena do evento é no estacionamento descoberto do shopping, enquanto o trajeto percorre áreas internas e externas do complexo. Saiba mais: (<https://sprun.com.br/>).

C - Proteção Patrimonial

O Maracanã, um dos mais emblemáticos complexos esportivos e culturais do país, passa agora a contar com o seguro patrimonial da Zurich para riscos operacionais, em colaboração com a corretora

Inter Risk. A conquista, liderada pela diretoria comercial regional da seguradora, reforça o posicionamento da Zurich na condução de grandes negócios e na estruturação de soluções voltadas a grandes riscos. O acordo também fortalece o relacionamento da companhia com parceiros estratégicos e amplia sua atuação em seguros patrimoniais ao redor do país.

D - Curso de Capacitação

Aproveitando o período de férias como oportunidade para capacitação profissional, a Vitru, líder em educação digital no Brasil com mais de 1 milhão de alunos, está com inscrições abertas para o curso gratuito "Educar com IA: Ética, Criatividade e Presença", em parceria com o YouTube. A formação digital, com carga horária de 20 horas, é aberta ao público em geral e voltada principalmente para professores, coordenadores, tutores, licenciandos e demais interessados no uso pedagógico da inteligência artificial em todo o país. Saiba mais: (<https://vempra.vitru.com.br/diadosprofessores/>).

E - Gestão Empresarial

A GestãoClick, especializada em soluções tecnológicas de gestão empresarial para micro e pequenas empresas, realizará no dia 22 de janeiro o webinar online e gratuito "Reforma Tributária 2026: os seis erros que já estão custando caro para a sua empresa", para orientar empresários, gestores e profissionais da área financeira sobre os principais desafios e riscos que já afetam os negócios diante das mudanças no sistema tributário brasileiro. As inscrições são gratuitas por meio do link: (https://conteudo.gestaoonclick.com.br/webinar-reforma-tributaria?utm_source=assessoria).

F - Veículos Usados

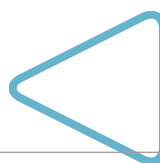
O mercado de veículos usados manteve um ritmo consistente de valorização ao longo de 2025, com movimentos relevantes tanto entre as principais marcas quanto em modelos específicos. De acordo com o IBV Auto, índice do banco BV que mede a variação de preços de automóveis leves usados no país, Honda, Toyota e Renault foram as marcas que registraram valorização superior a 7% no acumulado do ano. Na Honda, o CR-V apresentou desempenho expressivo, com alta de 26,9% em 2025. Na Toyota, a picape Hilux liderou os ganhos, com aumento de 13,1%. Já na Renault, o Clio foi o principal destaque, acumulando valorização de 17,7% no mercado de usados.

G - Férias no Sesc

O Sesc-MT preparou uma programação especial para a criançada com o projeto 'De Férias no Sesc', de 19 a 31 de janeiro nas unidades localizadas em Cuiabá: Sesc Arsenal, Sesc Porto e Balneário Dr. Meirelles; e no interior do estado: Cáceres, Alta Floresta, Poxoréu, Sinop e Rondonópolis. Entre as atividades estão uma diversidade de jogos e brincadeiras para aguçar a imaginação e promover a interação entre as crianças, desafios divertidos e empolgantes para exercitar habilidades motoras, diversas oficinas, pula-pula, escorregadores e brinquedos infláveis, apresentações artísticas e muito mais. As atividades são gratuitas e não necessitam de inscrição prévia.

H - Carro Compacto

A Nissan anuncia que o totalmente novo Nissan LEAF foi premiado com o título de World's Best Compact Car (Melhor Carro Compacto do Mundo) pelo júri do Women's Worldwide Car of the Year (WWCOTY), o único painel de prêmios automotivos no mundo composto exclusivamente por jornalistas mulheres do setor automotivo. O prêmio WWCOTY celebra veículos que se destacam em áreas mais relevantes para os motoristas do dia a dia: segurança, qualidade, preço, design, facilidade de condução, benefícios e pegada ambiental. O júri é composto por 84 jornalistas automotivas de 54 países.



Via Digital Motors

Lucia Camargo Nunes (*)

Mercado de luxo cresce 6,6% em 2025, mas concentrado em poucos vencedores

O segmento de luxo brasileiro emplacou 54.564 unidades em 2025, crescimento de 6,6% sobre as 51.191 unidades de 2024, segundo a K.Lume Consultoria. O avanço foi puxado pela eletrificação e pela concentração em poucos vencedores, mais do que por uma expansão orgânica do segmento.

A concentração de mercado é extrema. BMW, Mercedes-Benz e Volvo somam 66,3% das vendas. Quando se incluem Porsche e Audi, as cinco maiores marcas representam impressionantes 86,4% do mercado premium nacional. A BMW manteve a liderança com 16.874 unidades, enquanto a Mercedes-Benz teve crescimento expressivo de 46,5% e retomou a segunda posição. A Volvo cresceu 12,5%, impulsionada pelos eletrificados.

Em contrapartida, Land Rover caiu -28%, Porsche recuou -11,8% e Audi perdeu -10,8%. Os modelos mais vendidos foram BMW X1, BMW 320, Volvo XC60 e Volvo EX30.

As marcas chinesas premium começam a aparecer, com Wey emplacando 585 unidades, Zeekr 571 e Denza 42. Para 2026, segundo a consultoria, a tendência é manter o foco em SUVs eletrificados.

Seminovos batem recorde histórico no ano passado

O mercado brasileiro de veículos seminovos e usados encerrou 2025 com desempenho sem precedentes. Segundo a Fenauto, foram comercializadas 18.508.929 unidades ao longo do ano. O resultado representa crescimento de 17,3% em relação a 2024, que já havia sido um ano histórico com 15,7 milhões de unidades vendidas.

O mês de dezembro teve fôlego extra, com 1.774.488 veículos negociados, crescimento de 19,1% sobre novembro e 20,4% acima do mesmo mês em 2024. José Everton Fernandes, presidente da Fenauto, atribui o resultado ao trabalho de profissionalização do setor.

Os modelos mais procurados em dezembro foram VW Gol, Chevrolet Onix e Hyundai HB20 entre os carros de passeio, e Fiat Strada, VW Saveiro e Toyota Hilux nas picapes.



Seminovos.

BYD ultrapassa 200 mil veículos eletrificados emplacados no Brasil

A chinesa BYD atingiu a marca de 200 mil veículos 100% elétricos e híbridos plug-in emplacados no Brasil desde abril de 2022.

Em 2025 (janeiro a novembro), a BYD dominou o mercado de eletrificados com 73,62% de participação no segmento de elétricos puros (BEV) e 26,33% nos híbridos.

Os modelos mais vendidos foram Dolphin Mini (52 mil unidades) e Song Plus (41 mil unidades). A marca já possui mais de 200 lojas no país, com meta de chegar a 250 pontos de venda.

A BYD confirmou a produção do Song Plus híbrido plug-in em Camaçari (BA) ainda em 2026, mantendo as configurações atuais. Será o quarto modelo da fábrica, que já produziu quase 20 mil unidades em 60 dias de Dolphin Mini, King e Song Pro. A montadora planeja atingir 600 mil unidades/ano nos próximos anos.

A marca chinesa também construiu uma ampla rede privada de recarga pública no Brasil, com mais de 116 eletropostos rápidos (60-120 kW) em suas concessionárias, acessíveis a qualquer veículo elétrico via app BYD Recharge.



Song Plus.

Novo SUV elétrico com até 810 km de autonomia será revelado dia 21

A Volvo Cars apresentará globalmente em 21 de janeiro o EX60, seu novo SUV elétrico que promete revolucionar o mercado com a maior autonomia já alcançada pela marca: até 810 km com uma única carga, a melhor da categoria entre veículos com tração integral.

O modelo também se destaca pelo carregamento ultrarrápido graças ao sistema elétrico de 800 volts: em apenas 10 minutos num carregador de 400 kW, recupera cerca de 340 km de autonomia.

A eficiência vem da nova plataforma SPA3, que integra a bateria diretamente à estrutura (tecnologia cell-to-body), motores elétricos desenvolvidos internamente e uso de mega fundição para reduzir peso. Algoritmos inteligentes da Breathe Battery Technologies otimizam o carregamento em todas as condições climáticas.

O EX60 marca o fim da ansiedade de autonomia nos elétricos, oferecendo desempenho comparável aos carros a combustão com menor necessidade de manutenção.

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

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS

16º Subdistrito - Mooca

Luiz Orlando de Barros Segala - 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: **CLAYTON BOGUAR TOSTES**, estado civil solteiro, profissão auxiliar de farmácia, nascido em Sorocaba, SP, no dia 02/08/1992, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Claudio Luques Tostes e de Claudete Boguar. A pretendente: **AMANDA THAIS DOS SANTOS LEITE**, estado civil solteira, profissão farmacêutica, nascida em Teresina, PI, no dia 09/07/1992, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Pedro Ferreira Leite e de Maria de Lourdes dos Santos Leite.

O pretendente: **ABBAS ASFOUR**, estado civil solteiro, profissão vendedor, nascido no Líbano, no dia 29/10/2005, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Ali Asfour e de Zeinab Darwich. A pretendente: **ILANA SILVA DUARTE**, estado civil solteira, profissão bombeira civil, nascida em Itaguaí, RJ, no dia 28/03/1994, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Wilson Novaes Duarte e de Idalina da Cunha e Silva.

O pretendente: **EVANDRO BORGES DA SILVA**, estado civil divorciado, profissão micro empreendedor, nascido em Botucatu, SP, no dia 28/12/1980, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Darci da Silva e de Roseli Borges de Araujo da Silva. A pretendente: **PRISCILA FIORAVANTE**, estado civil solteira, profissão autônoma, nascida em Botucatu, SP, no dia 25/12/1985, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Luiz Antonio Fioravante e de Antônia de Cácia Carolino Fioravante.

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS

15º Subdistrito - Bom Retiro

Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - 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: **ANSELMO ROQUE DE JESUS DOMINGUES**, nascido em Rosário, MA (registrado no 2º Ofício Extrajudicial de Paço do Lumiar, MA), no dia 07/01/1981, profissão operador de máquinas, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de José Ribamar Domingues e de Maria da Conceição dos Santos de Jesus. A pretendente: **GRACINEIA CHAGAS MACHADO**, nascida em Cururupe, MA, no dia 16/04/1982, profissão lavradora, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de João Raimundo Machado Filho e de Francineia Chagas.

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

O pretendente: **EDMILSON VIEIRA DE LIRA**, no dia 30/07/1992, residente e domiciliado em local ignorado, filho de Celso de Abreu Lira e de Elena Vieira Lira. A pretendente: **ANDRESSA DA SILVA LEÃO BARBOZA**, no dia 30/01/1997, residente e domiciliada em local ignorado, filha de Adriano Leão Barboza e de Andrea da Silva.

O pretendente: **FÁBIO AGARIE**, estado civil solteiro, profissão analista de sistemas, nascido em São Paulo, SP, no dia 11/05/1990, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Guenhu Agarie e de Cristina Agarie. A pretendente: **TATIANA GARCIA**, estado civil solteira, profissão maquiadora, nascida em Mauá, SP, no dia 27/04/1993, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Eduardo Garcia e de Cristina de Lima Barbosa Garcia.

O pretendente: **WILCKSON NEVES DE SOUSA**, estado civil solteiro, profissão metalúrgico, nascido em São Caetano do Sul, SP, no dia 24/11/1996, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de José Wilson Veras de Sousa e de Auricélia Neves de Sousa. A pretendente: **ALINE NASCIMENTO DE SOUZA**, estado civil solteira, profissão auxiliar de professora, nascida em São Paulo, SP, no dia 03/07/1999, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Sandro Nei de Souza e de Telma Rocha Nascimento de Souza.

O pretendente: **LUCAS EDUARDO MEIRA PLASTINA**, estado civil solteiro, profissão confeiteiro, nascido em São Paulo, SP, no dia 18/08/1999, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de José Eduardo Plastina e de Eurivania Meira Coelho Plastina. A pretendente: **THIELY PAZ SILVEIRA**, estado civil solteira, profissão coordenadora de logística, nascida em São Paulo, SP, no dia 28/01/2000, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Cristiano de Souza Silveira e de Regiane Evangelista Paz.

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

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

3º Subdistrito - Penha de França

Dr. Mario Luiz Migotto - Oficial Interino

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

O pretendente: **VITOR GABRIEL COELHO CONSULE AZEVEDO**, profissão: corretor de imóveis, estado civil: divorciado, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 22/03/2000, residente e domiciliado em Ermelino Matarazzo, São Paulo, SP, filho de Daniel Console Azevedo e de Adriana de Oliveira Coelho. A pretendente: **EVELIN DA SILVA MATOS**, profissão: assistente financeira, estado civil: divorciada, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 15/12/1997, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Antonio de Matos Filho e de Antonia da Silva Matos.

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

Energia no centro da estratégia

Automação e digitalização transformam custos em vantagem em meio à expansão de 9,1 GW da matriz elétrica em 2026.

O setor industrial brasileiro é responsável por 31,8% do consumo de energia elétrica nacional, de acordo com a Empresa de Pesquisa Energética (EPE). Esse percentual evidencia a relevância estratégica da indústria, mas também expõe um entrave à sua competitividade: o alto custo da eletricidade, que compromete margens e reduz a capacidade de investimento.

Diante desse cenário, a previsão da Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) de um crescimento de 9,1 gigawatts na capacidade instalada para 2026 torna-se um marco decisivo. Esse aumento da oferta exige que as indústrias adotem soluções de eficiência capazes de converter a expansão em diferencial competitivo e sustentável.

Para enfrentar esse desafio, as empresas têm investido em alternativas que vão além da renegociação de tarifas. A automação industrial desponta como uma das principais estratégias ao otimizar o uso de energia, reduzir desperdícios e ampliar a produtividade.

Outro vetor em destaque é a geração distribuída, especialmente a partir de fontes renováveis como energia solar e biomassa. Segundo a ANEEL, o Brasil já superou a marca de 40 gigawatts de potência instalada em geração distribuída em 2025, com participação crescente de consumidores industriais. Além de diminuir a dependência da rede elétrica, a estratégia oferece previsibilidade orçamentária e fortalece compromissos de sustentabilidade.

A eficiência energética também se consolida como prioridade, desde a modernização de maquinário até a implementação de sistemas de monitoramento em tempo real, capazes de identificar gargalos e ajustar o consumo de forma dinâmica. Nesse contexto, a digitalização se torna diferencial competitivo, ao transformar dados de consumo em inteligência de negócio e permitir que a energia seja tratada como ativo estratégico.

“A energia precisa ser encarada como parte central do planejamento estratégico da indústria. Quando o consumo é gerido de forma digitalizada e integrada, os ganhos impactam diretamente a produtividade, a previsibilidade de custos e até a abertura de novos mercados”, afirma Vinicius Dias, CEO do Grupo Setta.



CARNAVAL NO MALAI MANSO: PROGRAMAÇÃO TEMÁTICA, GASTRONOMIA E DIVERSÃO



foto: Mkt Malai Manso

Resort elaborou uma agenda de experiências all inclusive inspiradas em ritmos, cores e sabores do Brasil e do Caribe, com 10% de desconto e gratuidade para até 02 crianças

O Malai Manso Resort, localizado na Chapada dos Guimarães (MT), preparou uma programação especial para o feriadão carnavalesco. De 13 a 18 de fevereiro de 2026, os hóspedes poderão aproveitar uma agenda temática diária, na qual diversão, conforto e contato com a natureza caminham juntos, além de experiências all inclusive culturais e gastronômicas.

Para tornar a experiência ainda mais atrativa para as famílias, o pacote de Carnaval oferece 10% de desconto no valor das diárias, além de 3% de abatimento adicional para pagamentos via Pix. O benefício inclui ainda a gratuidade de hospedagem para duas crianças de até nove anos, acomodadas na mesma suíte dos pais.

No feriadão o resort ganha clima de festa e convivência, com atrações inspiradas no período carnavalesco, música ao vivo, apresentações especiais, DJs e experiências culturais.

A programação foi desenhada para oferecer entretenimento completo com conforto e tranquilidade, perfeita para famílias que querem viajar com crianças, longe da agitação dos grandes centros urbanos e benefícios exclusivos para a hospedagem familiar.

A experiência gastronômica all inclusive é um dos grandes destaques da programação. Os hóspedes desfrutarão de jantares temáticos e festivais de sabores inspirados em diferentes culturas brasileiras e internacionais, com pratos regionais e propostas culinárias que tornam cada refeição parte da vivência no resort, sem custos adicionais durante a estadia.

Para a criançada, o Malai Manso preparou uma agenda especialmente pensada para garantir diversão e segurança. Bailinhos temáticos, oficinas criativas, concursos de fantasia, atividades lúdicas e shows infantis fazem parte do dia a dia, permitindo que crianças aproveitem intensamente o Carnaval, enquanto os adultos desfrutam de festas na piscina, apresentações musicais, momentos de relaxamento e experiências que equilibram entretenimento e descanso.

Além da programação especial, o Malai Manso oferece infraestrutura completa de lazer, com piscinas, praia artificial, esportes de aventura, amplas áreas verdes e recreação monitorada. O ambiente, amplo e integrado à natureza, favorece o convívio familiar, o descanso e a desconexão, reforçando o resort como uma opção prática e vantajosa para viajar com crianças durante o Carnaval.

Serviço

Pacote de Carnaval – Malai Manso Resort

Destino: Chapada dos Guimarães (MT), às margens do Lago do Manso

Período: mínimo de 4 noites, entre 13 e 18 de fevereiro de 2026

Regime: All inclusive

Condições especiais do pacote

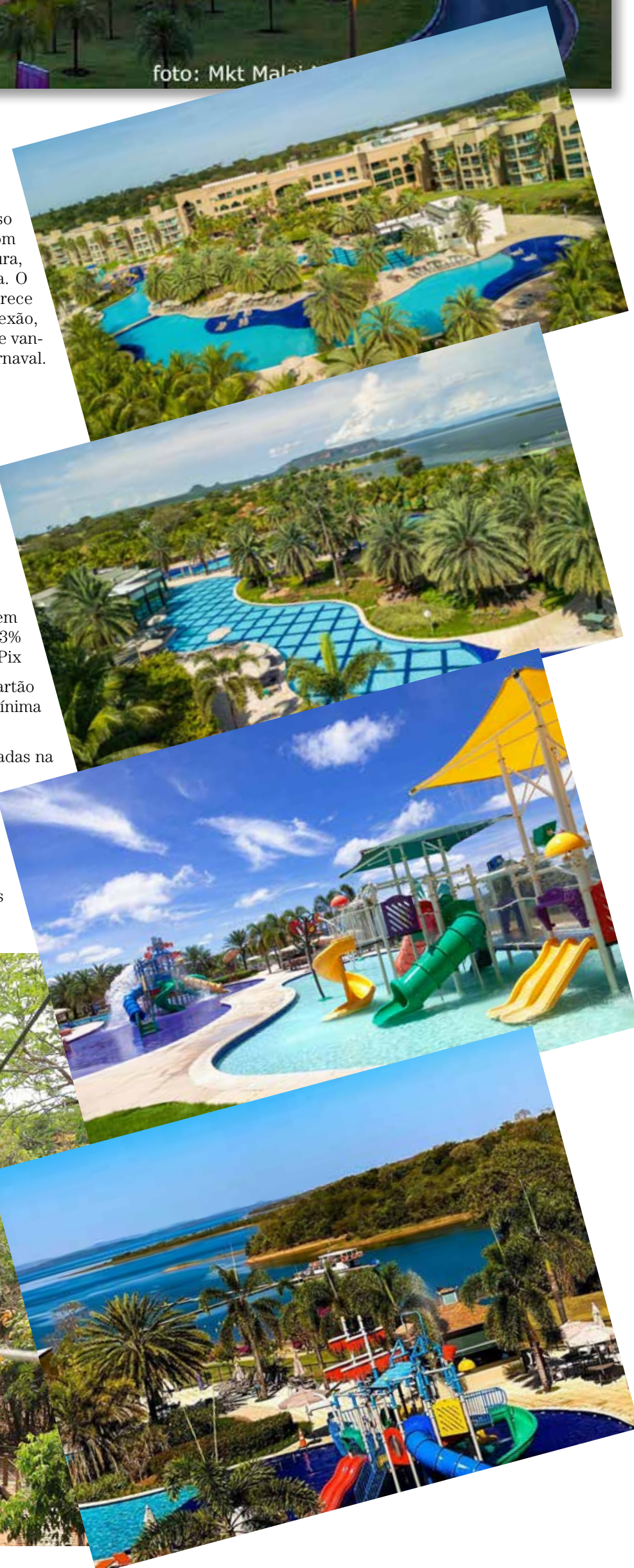
10% de desconto no valor da hospedagem para apartamentos na categoria família + 3% de desconto adicional para pagamento via Pix

Parcelamento em até 10x sem juros no cartão de crédito do titular da reserva (parcela mínima de R\$ 200,00)

Dois crianças grátis de até 9 anos, hospedadas na mesma suíte dos pais

Crianças e adolescentes de 10 a 17 anos têm 20% de desconto sobre a tarifa de um adulto

*Não estão incluídas no pacote atividades náuticas, passeios, Spa e demais serviços operados por terceiros.



Turismo

Empresas
& Negócios

TURISMO RURAL CRESCE NO BRASIL E ATRAI VIAJANTES EM BUSCA DE NATUREZA E TRANQUILIDADE

Em Itu (SP), o Parque Maeda celebra 28 anos e se consolida como um dos principais destinos do segmento no estado de São Paulo

O turismo rural ganha cada vez mais espaço no setor de viagens. Pesquisa nacional elaborada pelo Ministério do Turismo em parceria com a SPRINT Dados e a Rede Turismo Rural Consciente (Rede RDC) revela que 74% dos viajantes escolhem destinos rurais motivados pela proximidade com a natureza, e 70% também levam em conta a paz e a tranquilidade. Além disso, atividades ligadas à cultura local e à gastronomia caseira estão entre as preferências dos visitantes desse segmento. Nesse contexto, o Parque Maeda, em Itu (SP), celebra 28 anos e se consolida como um dos principais destinos de turismo rural do estado de São Paulo.

Esse quadro reflete um maior movimento nas viagens domésticas: muitos turistas têm priorizado destinos próximos, com preferência por experiências ao ar livre e em ambientes que favoreçam o convívio familiar e a conexão com a natureza.

Fundado em 1998 pela família Maeda, o parque nasceu a partir da tradição agrícola e do cultivo de tomate, ao longo dos anos se tornou um pesqueiro e evoluiu para um dos mais completos complexos de lazer e turismo rural paulista. Hoje, o espaço preserva suas origens, ao mesmo tempo em que oferece infraestrutura moderna, atrações diversificadas e atividades para todas as idades.

Atrações para aproveitar o verão

O Parque Maeda faz aniversário no início de janeiro, em pleno período de férias de verão, e reforça seu papel como atrativo que une natureza, experiências rurais e entretenimento para toda a família.

Até o dia 18 de janeiro, o complexo estará aberto todos os dias, ampliando as opções de lazer para quem deseja aproveitar a folga no interior. Entre 19 e 31 de janeiro, o funcionamento retorna ao modelo tradicional, com fechamento às terças e quartas-feiras.

O espaço reúne todos os atrativos do turismo rural e o período de verão é tradicionalmente um dos mais movimentados. “O verão é sempre um período muito especial para nós, ainda mais neste ano em que comemoramos 28 anos de história. As piscinas acabam sendo as grandes protagonistas da estação, ideais para refrescar e reunir toda a família”, afirma André Maeda, fundador do complexo.

Com uma área extensa de vegetação, o Parque Maeda oferece atrações como tanques de pesca esportiva, passeios de trenzinho e teleférico, colheita de frutas como jaboticaba, morango, mirtilo e lichia, além das atrações temáticas, Jardim Japonês, Árvore Gigante e Rodas d'Água.

Para os visitantes em busca de aventura, há ainda atividades como quadriciclo, passeios a cavalo, pedalinho e boia motorizada.

Os visitantes que desejam estender o passeio podem se hospedar na Pousada Maeda, localizada dentro do complexo. Recentemente revitalizada, a pousada passou a contar com novos chalés, piscina privativa ampliada e um salão de café da manhã mais espaçoso. A estrutura inclui ainda academia, brinquedoteca e salão de jogos, garantindo conforto e lazer para hóspedes de todas as idades.

Ao completar 28 anos, o Parque Maeda reafirma seu compromisso com o desenvolvimento do turismo rural no interior paulista, alinhando-se a um segmento em crescimento no país e oferecendo experiências que combinam descanso, diversão e contato com a natureza, consolidando-se como um dos principais destinos rurais do estado de São Paulo (www.parquemaeda.com.br).



Hotelaria garante estrutura diante da alta do turismo em Foz do Iguaçu

Setor registra crescimento consistente na ocupação e reforça posição da cidade entre os grandes destinos nacionais.

Foz do Iguaçu vive um período de celebração no turismo. A alta da sua principal indústria é resultado de um conjunto de fatores, entre eles o fortalecimento contínuo do parque hoteleiro. Um dos maiores destinos do Brasil, a cidade mantém investimentos constantes para ampliar sua capacidade e qualificar, cada vez mais, a experiência de quem a visita.

O destino possui um dos parques hoteleiros mais estruturados do país, com 29 mil leitos distribuídos em 122 meios de hospedagem com alvará ativo (100 hotéis e resorts e 22 pousadas). A cidade figura entre as cinco principais redes hoteleiras do Brasil, com capacidade consolidada e em trajetória de crescimento.

Os dados de visitação ao longo dos últimos anos variam conforme o critério adotado. Independentemente da metodologia, um ponto é consenso: a hotelaria de Foz do Iguaçu esteve preparada para receber esse volume de turistas, mantendo padrões elevados de infraestrutura e hospitalidade reconhecidos nacional e internacionalmente.

Essa capacidade de resposta se reflete diretamente na evo-

lução da taxa média de ocupação hoteleira, acompanhada por alta taxa de satisfação quanto à qualidade do atendimento. Levantamentos do Setor de Estatísticas e Estudos Turísticos da Secretaria Municipal de Turismo indicam um crescimento consistente desse indicador nos últimos anos.

Em 2021, ainda sob forte impacto da pandemia da covid-19, a taxa média anual de ocupação foi de 33%. Em 2022, com o início da retomada do turismo, o índice avançou para 57%. Já em 2023 e 2024, a média se manteve perto de 65%, com pequenas variações decimais. Em 2025, o segmento registrou novo salto, alcançando média anual de 69,94%.

Para o vice-presidente da ABIH Paraná — Regional Oeste, Carlos Silva, esse desempenho é reflexo dos investimentos realizados pelo setor. “Estamos falando de milhões de reais aplicados em construção de empreendimentos, ampliação e modernização de equipamentos hoteleiros, inovação e qualificação da mão de obra. Esse conjunto de investimentos acelera o crescimento do destino”, afirma.

Foto: Jean Perleto





Divulgação

NOVAS REGRAS INTERNACIONAIS

CLIMA VIRA RISCO FINANCEIRO

Novas regras obrigam empresas a explicar como eventos climáticos e sustentabilidade afetam seus negócios

Riscos climáticos e de sustentabilidade deixaram de ser apenas um tema ambiental ou reputacional e passaram a integrar, oficialmente, a análise financeira das empresas. Novas regras internacionais exigem que companhias expliquem, com dados, como eventos climáticos, consumo de energia, cadeia de fornecedores e riscos ambientais afetam seus resultados, seus custos e a continuidade dos negócios.

No Brasil, a obrigação inicial atinge empresas de capital aberto, mas os efeitos já se espalham para empresas médias e fornecedores que não estão no mercado de ações, alerta Eliana Camejo, conselheira de administração pelo IBGC e vice-presidente da Sustentalli, organização que reúne profissionais de todo o Brasil especializados em governança, sustentabilidade, gestão de riscos e reporte corporativo.

As normas foram emitidas pelo International Sustainability Standards Board (ISSB) e passaram a ser incorporadas ao ambiente regulatório brasileiro, especialmente para companhias supervisionadas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM). A lógica por trás das regras é clara: investidores, bancos e seguradoras querem entender, de forma objetiva e comparável, se as empresas são resilientes diante de riscos climáticos e de sustentabilidade e quanto isso pode custar.

“Sustentabilidade deixou de ser discurso institucional. Hoje, ela é tratada como risco financeiro, com impacto direto no valor da empresa, no acesso a crédito e na permanência em cadeias de fornecimento”, afirma Eliana Camejo.

Janela de preparação está se fechando

Embora a adoção das novas regras tenha contado com um período inicial de preparação e aplicação voluntária, especialistas alertam que essa janela está se encerrando. O cronograma regulatório aponta para a apresentação dos primeiros relatórios completos e comparáveis a partir de 2027, com base em informações estruturadas já nos ciclos anteriores.

“Muitas empresas ainda não se atentaram ao fato de que esse não é um projeto rápido. Um trabalho sério de adequação pode levar de 10 a 13 meses, quando feito com apoio de consultoria especializada”, explica. Segundo ela, esperar para iniciar o processo próximo aos prazos tende a gerar decisões apressadas, aumento de custos e maior risco de inconsistências. “A fase de preparação confortável acabou. Agora, quem ainda não começou está correndo contra o relógio”, diz a especialista.

Impacto além das empresas de capital aberto

Embora empresas que não têm capital aberto não estejam obrigadas neste momento a reportar segundo as novas normas,



Eliana Camejo

“Muitas empresas ainda não se atentaram ao fato de que esse não é um projeto rápido. Um trabalho sério de adequação pode levar de 10 a 13 meses, quando feito com apoio de consultoria especializada

elas já sentem os efeitos do movimento. Isso ocorre porque companhias listadas precisam de informações que vêm da cadeia de valor, fornecedores, prestadores de serviço, transportadores e parceiros.

“Quando uma empresa listada precisa reportar riscos climáticos e de sustentabilidade, ela depende de dados de toda a sua cadeia.

O fornecedor que não consegue entregar essas informações passa a ser visto como um risco”, ressalta Eliana.

Na prática, empresas médias começam a receber exigências relacionadas a consumo de energia, exposição a riscos climáticos, continuidade operacional e controles básicos, mesmo sem obrigação legal direta.

Crédito, seguro e contratos entram no radar

A mudança também afeta diretamente o relacionamento com bancos e seguradoras. Instituições financeiras vêm incorporando riscos climáticos e de sustentabilidade em seus modelos de análise, o que impacta juros, limites de crédito, garantias e apólices de seguro.

“Sem dados estruturados, a empresa pode pagar mais caro pelo crédito, ter dificuldade de renovar financiamentos, enfrentar restrições de seguro ou até perder contratos importantes”, frisa a especialista.

Além disso, empresas que divulgam compromissos ambientais sem dados consistentes ficam mais expostas a questionamentos sobre greenwashing, ampliando riscos reputacionais e jurídicos.

Sustentabilidade entra de vez no balanço

O movimento marca uma mudança estrutural no mercado: sustentabilidade deixa de ser um tema periférico e passa a integrar a lógica financeira e estratégica das empresas. A pergunta central deixa de ser apenas se a empresa adota boas práticas e passa a ser se o modelo de negócios é resiliente diante dos riscos climáticos e regulatórios.

“Empresas que se antecipam ganham tempo, previsibilidade e vantagem competitiva. As que deixam para depois acabam reagindo sob pressão e isso quase sempre custa mais”, conclui Eliana Camejo.

Responsabilidade e multas: o que acontece se o relatório não for entregue

O dever de entregar o Relatório de Informações Financeiras Relacionadas à Sustentabilidade não recai apenas sobre a empresa como pessoa jurídica. Como o relatório passa a integrar o conjunto de informações periódicas obrigatórias das companhias abertas, a responsabilidade alcança a companhia aberta, como emissora de valores mobiliários, administradores e diretores responsáveis, nos casos de atraso, omissão ou inconsistência relevante das informações. Isso ocorre porque a prestação correta e tempestiva de informações ao mercado é um dever regulatório, fiscalizado pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM).

Existem multas? Sim. Embora a norma que criou o relatório não estabeleça uma penalidade própria, o descumprimento do prazo gera multa automaticamente, pois o relatório passa a seguir o regime geral de informações periódicas da CVM. As multas aplicáveis são as chamadas multas cominatórias, previstas na Resolução CVM nº 47.

Na prática a multa é diária, começa a contar a partir do primeiro dia de atraso e pode se acumular até atingir o limite máximo previsto nos anexos da norma. Os valores variam conforme o tipo de informação não entregue, o sujeito responsável e a gravidade do descumprimento.

Além da multa

A aplicação da multa não impede que a CVM adote outras medidas, como a abertura de Processo Administrativo Sancionador, responsabilização de administradores e questionamentos por inconsistência ou omissão relevante das informações.

Com a inclusão do reporte de sustentabilidade no regime formal de informações periódicas, não entregar o relatório deixa de ser neutro. O descumprimento passa a ter consequências regulatórias semelhantes às de qualquer outra obrigação de transparência do mercado de capitais, explica Eliana Camejo.



Tirachard_Kummanom_CAWMA