

PLANEJAMENTO

ALTA PRESSÃO ▶▶ Leia na página 8 SOBRE MARKETING E VENDAS EXIGIRÁ FORTE MUDANÇA DAS EMPRESAS EM 2026

Customer intelligence como diferencial competitivo: o que empresas precisam

Empresas nunca tiveram acesso a tantos dados sobre seus clientes.

Sabem o que compram, quando compram, por qual canal, com qual frequência. Registram cliques, abandonos, reclamações, elogios. Acumulam terabytes de informação e, ainda assim, continuam tratando o cliente como um desconhecido a cada nova interação.

Ter dados não é ter inteligência. E essa distinção vai definir quem lidera e quem desaparece nos próximos anos.

A maioria das empresas ainda opera numa lógica de estímulo-resposta. O cliente pesquisa um produto, recebe um anúncio. Abandona o carrinho, ganha um cupom. Liga para reclamar, ouve um pedido de desculpas e ganha mais um cupom. Cada ação do cliente dispara uma reação da empresa que é quase sempre atrasada, frequentemente genérica, raramente memorável.

Esse modelo pressupõe que o cliente quer ser perseguido. Não quer. Ele quer ser compreendido. Segundo a McKinsey, 71% dos consumidores já esperam experiências personalizadas, e 76% se frustram quando isso não acontece. Personalização deixou de ser diferencial. Virou pré-requisito.

Neste cenário, a inteligência artificial generativa se destaca como uma aliada poderosa para personalização, com a capacidade de interpretar o contexto e identificar as intenções do cliente, permitindo agir proativamente, muitas vezes antes mesmo que o cliente precise solicitar.

Pense num aplicativo de delivery. Hoje, a experiência depende completamente do usuário: o cliente sente fome, abre o app, navega por dezenas de opções, monta o pedido, finaliza. A empresa apenas processa uma decisão que o cliente tomou sozinho. As vezes tem uma notificação de alguma promoção. Agora imagine o inverso: são



Bárbara Vallim

“ A inteligência artificial generativa se destaca como uma aliada poderosa para personalização, com a capacidade de interpretar o contexto e identificar as intenções do cliente, permitindo agir proativamente.

19h de quinta-feira, horário em que você costuma pedir comida japonesa. O seu restaurante favorito está com tempo de entrega baixo nesse horário. O app sugere antecipadamente o pedido habitual com um toque. O cliente decide em um clique ou ignora sem atrito.

A diferença é filosófica. No modelo antigo, a empresa espera. No novo, ela antecipa. E antecipa com timing, contexto e relevância transforma conveniência em vínculo e melhor experiência para o cliente. Se a oportunidade é tão clara, por que poucas

empresas operam assim? Porque antecipar exige algo que a maioria não construiu: visão unificada do cliente.

O relatório State of the Connected Customer, da Salesforce, revela o tamanho do descompasso: 79% dos clientes esperam consistência entre departamentos, mas 55% sentem que conversam com áreas isoladas, não com uma empresa. Cada área alimenta um sistema. Cada sistema gera um fragmento. Ninguém vê o cliente inteiro, somente pedaços isolados do seu comportamento.

Sem essa visão integrada, tentar antecipar é perigoso. O que deveria ser conveniência vira invasão. O que deveria ser proatividade com cuidado vira vigilância. E aqui está o paradoxo central dessa transição: o mesmo cliente que espera personalização também se sente tratado como número. O caminho é conquistar o direito de praticar a personalização através da transparência real sobre como os dados são usados e controle genuíno nas mãos do cliente. Empresas que escondem suas práticas, mesmo com boas intenções, geram desconfiança.

O diferencial competitivo dos próximos anos não será sobre quem implementa mais automações com agentes de IA ou usa o modelo de linguagem mais recente. Será de quem consegue fazer uma pergunta simples: "o que esse cliente precisa agora?", e responder antes que o próprio cliente descubra.

Este é um desafio que se resolve com decisão estratégica: unificar dados, integrar áreas, definir o que a marca representa em cada ponto de contato e principalmente mudar a mentalidade de quem opera o negócio para reduzir os silos dentro das empresas.

Quem fizer essa virada vai criar um novo padrão de relacionamento e deixar para trás quem ainda está esperando o cliente levantar a mão.

(Fonte: Bárbara Vallim é CEO da Hera.Build).

Anvisa propõe regras para a cannabis: avanço histórico com ressalvas

No último dia 26 de janeiro, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) apresentou uma proposta de regulamentação para a produção de cannabis medicinal no Brasil, em atendimento a uma determinação do Superior Tribunal de Justiça (STJ). ▶▶

Contas no exterior e a nova dinâmica cambial: liberdade, tributação e responsabilidades

A abertura de contas correntes em instituições financeiras no exterior, por pessoas físicas ou jurídicas, deixou de ser exceção e passou a integrar a estratégia regular de gestão financeira e patrimonial. ▶▶

Democratização de dados: equilíbrio delicado entre autonomia e risco

Nos últimos anos, empresas brasileiras de diversos setores abraçaram a cultura data-driven em busca de agilidade e vantagem competitiva. ▶▶

Integração de Retail Media com as marcas: o que esperar do futuro?

Já faz tempo que o varejo está mudando, mas agora existe um protagonista claro nessa transformação: Retail Media. Segundo relatório do Boston Consulting Group, o setor deve representar 25% de todo o investimento global em mídia digital até 2026. Já de acordo com projeções da eMarketer, na América Latina os investimentos podem chegar a US\$ 2,6 bilhões este ano, sendo que o Brasil responde por 40% desse valor (equivalente a US\$ 1,06 bilhão). ▶▶

Para informações sobre o

**MERCADO
FINANCEIRO**

faça a leitura do
QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

photobyphotoboy_CANVA



AASP promove curso prático sobre precedentes vinculantes do TST

A AASP realiza, entre 2 e 11 de fevereiro, às 19h, o curso Precedentes Vinculantes do TST na prática, em formato híbrido (presencial e online), reunindo especialistas de referência no Direito do Trabalho para discutir como os precedentes do Tribunal Superior do Trabalho impactam a atuação diária da Advocacia. O objetivo é oferecer análise aplicada e atualizada sobre temas centrais da Justiça do Trabalho, contribuindo para decisões mais seguras e estratégicas na prática profissional. Voltado a Advogadas, Advogados, estudantes e demais profissionais da área, o evento aborda assuntos recorrentes e sensíveis do contencioso trabalhista, como audiência e prova testemunhal, dano moral e acidente de trabalho, jornada, remuneração, estabilidade da gestante, competência da Justiça do Trabalho, recursos, rescisão contratual, FGTS e multas. As aulas serão conduzidas por nomes reconhecidos nacionalmente, proporcionando uma visão técnica alinhada à jurisprudência mais recente do TST (<https://www.youtube.com/watch?v=m1W6qdiyDg>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI

alengo_CANVA



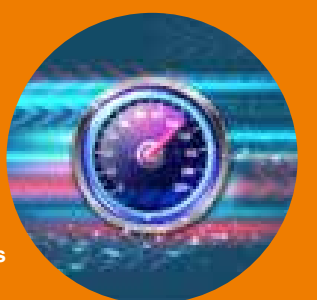
Global Game Jam 2026 acontece na PUC-Rio

@ A Global Game Jam 2026 acontece de forma gratuita e aberta ao público entre os dias 30 de janeiro e 1º de fevereiro, no campus da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ), no Rio de Janeiro, com participação da Associação de Criadores de Jogos do Estado do Rio de Janeiro (ACJOGOS-RJ). Realizada simultaneamente em centenas de cidades ao redor do mundo, a maratona colaborativa de criação de jogos reúne estudantes, desenvolvedores, artistas, designers e entusiastas para 48 horas de imersão criativa. As equipes são formadas no início do evento e desenvolvem jogos a partir de um tema revelado na abertura da jam, estimulando colaboração, experimentação e aprendizado coletivo. Na edição realizada na PUC-Rio, o evento se consolida como um espaço de encontro entre universidade, comunidade criativa e profissionais do setor, fortalecendo a troca de conhecimentos e a aproximação entre formação acadêmica e mercado (<https://www.sympla.com.br/evento/global-game-jam-2026-puc-rio-acjogos-rj/3267583>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

Automóveis

Via
Digital
Motors

Por Lucia Camargo Nunes



▶▶ Leia na página 4

OPINIÃO

O papel do Data Security Posture Management na economia do Brasil em 2026

Thiago N. Felipe (*)

A economia brasileira em 2026 é uma economia baseada em dados.

Esse novo petróleo, no entanto, nem sempre é gerido de forma a sustentar o crescimento do Brasil. Dados fluem continuamente entre “n” plataformas na nuvem, aplicações SaaS, endpoints usados pelos colaboradores e ferramentas de IA generativa. Administradores com privilégios sentem-se livres para criar suas próprias infraestruturas e dados, backups são gerados fora das políticas corporativas e engenheiros de teste criam subconjuntos de dados. Essa multiplicidade de repositórios de dados cria pontos cegos que as soluções tradicionais de segurança de dados não estão preparadas para resolver. Como resultado, as equipes de segurança podem acabar se focando apenas nos dados que lhes foram solicitados, perdendo de vista dados potencialmente confidenciais sendo processados em outros locais. Varreduras estáticas, visibilidade pontual e insights baseados em dashboards não conseguem acompanhar a forma como os dados são criados, copiados, transformados e compartilhados hoje.

Segundo um estudo da Cloud Security Alliance de março de 2025, esse contexto aumenta de forma exponencial a vulnerabilidade das empresas aos cyber ataques. O levantamento apontou que 35% das violações de dados realizadas em 2024 atingiram dados ocultos, processados em repositórios desconhecidos. 80% dos líderes entrevistados pela Cloud Security Alliance reconheceram, ainda, que não confiam em sua capacidade de identificar fontes de dados de alto risco; 48% não contam com uma equipe preparada para essa batalha.

Mapeamento e proteção de dados estratégicos

É nesse momento que ganha destaque a disciplina Data Security Posture Management (DSPM – Gerenciamento de Postura de Segurança de Dados). Esse conceito criado pelo Gartner e objeto de um estudo divulgado em agosto de 2025 colabora para que CIOs e CISOs realizem avaliações de risco de todos os dados da organização, mapeando dados estratégicos em ambientes estruturados e não estruturados. O relatório do Gartner de 2025 indica que mais de 20% das empresas globais priorizarão os projetos DSPM em 2026. Por trás dessa tendência está o fato de que, em 2025, os dados globais chegaram à marca de 181 zettabytes.

A disciplina DSPM revela onde estão os dados confidenciais, quem tem acesso a esses dados, como eles foram usados e qual é a postura de segurança dos dados ou da aplicação. Soluções baseadas nesse modelo aumentam a visibilidade ao rastrear dados confidenciais, como PII e PHI, detectando “Shadow Data”, ameaças internas e padrões de risco em tempo real. Para os analistas, o modelo DSPM é especialmente estratégico para lidar com a explosão de dados criados e modificados pela IA generativa.

Nessa jornada, muitas organizações implementam plataformas DSPM. A meta é avaliar de forma contínua, 24x7, o estado atual da segurança dos dados, identificando e classificando riscos e vulnerabilidades potenciais. É possível, ainda, adotar integrações personalizadas com soluções de gerenciamento de identidade e acesso (IAM), SIEM e SOAR. A meta é reduzir o risco de terceiros e usuários com permissões excessivas. Numa era em que supply chains estão se mostrando especialmente vulneráveis, trata-se de um recurso estratégico. Outro ganho diz respeito aos relatórios de conformidade para auditoria em LGPD, HIPAA etc – algo crítico num momento em que regulamentações, e multas, se multiplicam. A plataforma DSPM pode, também, implementar controles de segurança para mitigar os riscos. Sua atuação é contínua, melhorando a postura de segurança para garantir que a política de proteção de dados seja eficaz mesmo em ambientes multicloud e na era da IA.

Inteligência para redesenhar processos e implementar o DSPM

Nenhum desses objetivos será alcançado, no entanto, se a empresa usuária não contar com a inteligência para implementar as plataformas DSPM e avançar em seus processos de proteção de dados. Trata-se de um grande desafio. Um estudo da consultoria Marsh & McLennan revela que, entre as empresas norte-americanas que estão se preparando para avançar na disciplina DSPM nos próximos 18 meses, seus principais desafios são treinamento de pessoal (66%), otimização de processos (51%) e consolidação de ferramentas (47%).

Para disseminar no mercado brasileiro as boas práticas em DSPM, os CIOs e CISOs contam com ecossistemas de canais preparados para suportar a empresa usuária em toda a jornada DSPM, do projeto à gestão (Managed Services). Por trás desses ecossistemas está um perfil de distribuidor que atua como hub de inteligência em cybersecurity. Para isso, além de facilitar o acesso do cliente final ao que há de mais avançado em cybersecurity por meio de ofertas de câmbio e soluções tributárias diferenciadas, esse distribuidor especializado em proteção de dados forma seus parceiros em disciplinas disruptivas como a DSPM. A meta é complementar os skills do time do canal com a expertise dos profissionais de cybersecurity do distribuidor.

Essa soma de forças aterrissa os projetos de DSPM, suavizando o inevitável atrito da entrada em cena de uma disciplina que atua 24x7 para descobrir, mapear e reorganizar os dados estruturados e não estruturados da empresa. O coração da nossa economia é o dado. Em 2026, sairá na frente quem tratar esse ativo com respeito, deixando no passado o caos de dados criados e compartilhados sem visibilidade e sem controle.

(*) CEO da Aiqon, hub de inteligência em cybersecurity.

O discombobulador, uma nova arma secreta dos EUA?

Países que desafiam os Estados Unidos podem passar a enfrentar um novo armamento projetado para paralisar defesas, desorientar tropas e instaurar o pânico.

Vivaldo José Breternitz (*)

Em uma entrevista ao *New York Post*, o presidente Donald Trump revelou que as forças americanas utilizaram o que ele chamou de “discombobulador” durante o ataque desfechado para capturar Nicolas Maduro.

Trump disse ao jornal que não estava autorizado a dar detalhes sobre o discombobulador, disse que a tecnologia “fez com que os equipamentos dos venezuelanos deixassem de funcionar” durante o ataque, que resultou em cerca de 100 mortes.

Em tom triunfalista, Trump afirmou que “eles tinham foguetes russos e chineses e não conseguiram disparar nenhum. Nós chegamos, eles apertaram os botões e nada funcionou. Estavam prontos para nos receber, mas nada aconteceu”, atribuindo a falta de reação dos venezuelanos ao discombobulador.

Especialistas e fontes do governo americano sugerem que o termo “discombobulador” pode ser uma simplificação de Trump para referir-se a um conjunto de diferentes sistemas. Segundo o *New York Times*, os EUA realizaram um ataque cibernético em larga escala que sabotou a infraestrutura elétrica e os radares de defesa aérea da Venezuela.

Além disso, a Casa Branca relatou que as tropas venezuelanas foram atingidas por uma “onda sonora de alta intensidade”. A descrição coincide com o *Active Denial*



System, uma arma não letal projetada para aquecer alvos a distância, inclusive a pele humana, causando dor insuportável e desorientação imediata.

A ofensiva de Washington não se limitou a alvos militares. Infraestruturas civis estratégicas foram deliberadamente atingidas, incluindo o Instituto Venezuelano de Investigações Científicas (IVIC). Localizado a cerca de 18 km da instalação militar mais próxima, o instituto sofreu danos severos em seus laboratórios de física, química e pesquisa nuclear.

O Porto de La Guaira, principal hub de logística internacional do país, também

foi alvo de bombardeios. De acordo com o portal pró Maduro *Venezuela Analysis*, estoques de medicamentos foram destruídos, agravando a crise de saúde pública. O governo brasileiro mobilizou uma resposta de emergência para enviar suprimentos para diálise e medicamentos básicos ao país vizinho.

Quanto ao discombobulador, resta aguardar para ver se é realmente uma nova arma ou mais uma das afirmações exóticas de Trump.

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

Mitsubishi Electric Brasil mantém cursos e webinars gratuitos em 2026

A Mitsubishi Electric Brasil, uma das líderes mundiais em tecnologia, automação industrial e soluções para diversos segmentos, segue investindo no desenvolvimento técnico do mercado e na disseminação de conhecimento especializado. Para este ano, a companhia dará continuidade à sua agenda de cursos online e webinars gratuitos, voltados a profissionais, parceiros, estudantes e interessados nas soluções da marca.

Embora o calendário oficial de webinars ainda esteja em definição, a empresa reforça que a iniciativa permanece como um dos pilares de sua estratégia de relacionamento e capacitação, com conteúdos atualizados, especialistas convidados e foco em tendências, aplicações práticas e boas práticas do setor.

Além dos webinars, a Mitsubishi Electric Brasil mantém disponível um portfólio robusto de cursos online gratuitos por meio de sua plataforma EAD, que continuará sendo expandido ao longo de 2026. Os treinamentos permitem que os participantes estudem no próprio ritmo, com acesso remoto e conteúdos desenvolvidos para atender diferentes níveis de conhecimento.

Atualmente, a plataforma reúne cursos que abordam temas como fundamentos



e aplicações de tecnologias da empresa, soluções em automação industrial e eficiência energética, além de conceitos técnicos, operacionais e de manutenção.

“Acreditamos que compartilhar conhecimento é essencial para impulsionar a inovação, a eficiência e a evolução do mercado. Por isso, seguimos investindo em iniciativas educacionais acessíveis, que apoiam a formação técnica e o desenvolvimento profissional”, destaca Alexandre Serain, Gerente de Marketing da Mitsubishi Electric Brasil.

Os cursos contam com materiais didáticos, módulos estruturados e certificação ao final do treinamento, reforçando o compromisso da companhia com a formação contínua e a qualificação profissional.

A oferta de cursos e webinars gratuitos faz parte da atuação da empresa para contribuir com o desenvolvimento do setor, aproximar a marca de seus públicos e fortalecer o ecossistema de profissionais capacitados a trabalhar com tecnologias de ponta (<https://mitsubishielectric.eadplataforma.app/>).

News @ TI

Distrito e Notion firmam parceria

o Distrito, especialista em inteligência artificial (IA) e transformação estratégica, anuncia uma parceria com a Notion com o objetivo de apoiar startups do ecossistema no acesso a ferramentas de ponta para organização e produtividade desde os estágios iniciais dos negócios. A iniciativa acontece por meio do GenAI Lab, programa do Distrito de alta densidade em IA e automação. As startups selecionadas terão acesso a até seis meses gratuitos do plano Notion Business

já com a funcionalidade Notion AI incluída. Com vasta experiência no fomento ao empreendedorismo, o Distrito destaca que a aliança facilitará a centralização e organização de documentos, projetos, processos e informações em um único ambiente. “Este é um passo fundamental para ajudarmos as companhias a eliminarem gargalos de integração e falta de visibilidade, fatores que podem travar o crescimento. Transformar o fluxo do dia a dia impacta diretamente na inovação”, explica Gustavo Gierun, CEO do Distrito.

ricardosouza@netjen.com.br

Lula viajará a Washington em março para encontro com Trump

O presidente Lula afirmou que viajará aos Estados Unidos em março para um encontro bilateral com o presidente do país, Donald Trump

A reunião ocorrerá na Casa Branca, em Washington. Lula confirmou a viagem ao chegar ao Panamá, na América Central, onde participou como convidado especial do Fórum Econômico Internacional da América Latina e Caribe, a convite do país anfitrião. O evento aconteceu na quarta-feira (28).



Em telefonema, Lula e Macron conversaram sobre Conselho da Paz de Trump.

"No começo de março eu vou fazer uma viagem a Washington porque os Estados Unidos e o Brasil são as duas principais democracias do Ocidente e eu acho que dois chefes de Estado precisam conversar olhando um no olho do outro, para que a gente possa discutir as boas relações entre Brasil e Estados Unidos", disse o presidente em rápida conversa com jornalistas.

"Eu estou convencido que a gente vai voltar à normalidade logo, que a gente vai fortalecer o multilateralismo e que a gente vai fazer com que as economias voltem a crescer, porque é isso que o povo espera de todos nós", acrescentou. Lula e

Trump conversaram por telefone na segunda-feira (26) e trataram de diversos assuntos, incluindo a situação na Venezuela, o plano de paz para a Faixa de Gaza e o combate ao crime organizado, de acordo com nota oficial do Palácio do Planalto.

No Panamá, Lula também foi questionado sobre a crise na Venezuela e a presença militar dos EUA no Caribe. Ele disse que conversou duas vezes com a presidente interina do país, Delcy Rodríguez, ainda nos dias que se seguiram à invasão militar norte-americana, em Caracas, mas que vai ligar novamente para a sucessora de Nicolás Maduro.

"É importante que o presidente Trump permita que a Venezuela possa cuidar da sua soberania, cuidar dos interesses democráticos. Está tudo muito recente e eu acho que nós temos que ter um pouco de paciência porque quem vai encontrar uma solução para o povo da Venezuela é o próprio povo venezuelano", afirmou Lula (ABR).

Nova tributação aumenta o endividamento e afugenta investimento estrangeiro

Gustavo Michel Arbach (*)

A aprovação da Lei 15.270 tem sido tratada majoritariamente como uma alteração técnica na tributação de rendimentos. No entanto, para quem vive a realidade empresarial, seus efeitos inauguram uma reorganização silenciosa e profunda no dia a dia das empresas e na estratégia de seus acionistas. E, como quase sempre acontece com reformas feitas às pressas, a aplicação prática se revela muito mais complexa e controversa do que poderia prever a teoria.

tação anual, um detalhe técnico quase invisível no debate, torna-se crítica. Alguém que recebe dividendos superiores a R\$ 50 mil em um único mês terá retenção imediata, mesmo que seus rendimentos anuais não justifiquem o pagamento do imposto. O valor retido só será restituído no exercício seguinte — e sem a devida correção monetária. Em um cenário de elevada Selic, isso se configura como perda real de capital.

A narrativa trazida de tributar os mais ricos e isentar os mais pobres não é completamente verdadeira. A contradição central reside na base da lei. Ao conceder isenção na tributação dos dividendos distribuídos por companhias que tributam seu lucro contábil em 34% (majoritariamente empresas no Lucro Real), a legislação subverte o princípio da justiça tributária, caminhando na contramão do que prometeu e isentando altíssimas fortunas.

O investidor estrangeiro, que já avaliava o Brasil com cautela, tem como cenário um ambiente ainda menos competitivo. Em outros mercados em que a tributação de dividendos é semelhante, há uma contrapartida de redução do imposto corporativo. No Brasil, a legislação tributa o rendimento sem aliviar a empresa. O impacto prático é a redução de investimentos produtivos e uma dificuldade maior para atrair capital de longo prazo.

Em que pese uma tributação maior na empresa, seus acionistas possivelmente estarão isentos ou possuirão descontos na tributação, ao passo que o investidor de porte médio, o empresário familiar e o profissional liberal passam a conviver com uma nova camada de custo.

A lei ignora a realidade das sociedades de serviços regulados, como consultórios médicos e sociedade de advogados que, por vedação legal, são impedidas de ter pessoas jurídicas no quadro societário. Este nicho é impossibilitado de recorrer às estratégias de reorganização ou otimização societária. Neste ponto, a Curva de Laffer se materializa. Torna-se previsível o aumento de Despesas Disfarçadas de Lucro (DDL) nas empresas, uma reação econômica e natural à falta de coerência fiscal.

Para as empresas, o impacto é imediato. Para aproveitar a isenção dos dividendos declarados até 31 de dezembro de 2025, companhias de todos os portes correm para tomar decisões contábeis.

A grande questão, portanto, está associada à forma como a Lei 15.270 foi implementada. Ao não dialogar com o calendário corporativo, desconsidera a estrutura societária brasileira, evita incentivos equilibrados, protege os mais ricos e pressiona quem está na base da geração de emprego e de atividade produtiva. No fim, a mudança altera o dia a dia das empresas, interfere nas decisões dos acionistas e cria ruídos que tendem a afastar parte dos investimentos. E isto, em um país que precisa tanto deste tipo de incentivo.

A distorção operacional eleva o risco fiduciário, obrigando sócios e acionistas a deliberarem sobre a distribuição de lucros antes do fechamento definitivo das Demonstrações Financeiras e da auditoria. Se as estimativas superarem o lucro real, dividendos declarados podem se transformar com a própria empresa, além de outras consequências para a administração e a própria empresa.

Para acionistas pessoas físicas, o impacto cotidiano também se agrava. A diferença entre retenção mensal e tribu-

(*) - É advogado especialista em direito empresarial e societário, sócio da Marcos Martins Advogados.

Trabalho escravo: só 4% dos réus recebem penas

Entre 2000 e 2025, de 4.321 pessoas que responderam por violar os direitos de trabalhadoras e trabalhadores, 1.578 foram absolvidas (37%) e apenas 191 (4%) foram condenadas por todos os crimes atribuídos a elas. Neste 28 de janeiro, Dia Nacional de Combate ao Trabalho Escravo, um núcleo da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), integrado por advogados e estudantes de direito, divulgou levantamento mostrando a durabilidade da lógica escravista nas relações profissionais.

equivalente a mais de sete anos. No período, o total de vítimas é de 19.947 - a maioria, 3.936, do gênero masculino, contra 385 mulheres.

De acordo com a Clínica de Trabalho Escravo e Tráfico de Pessoas da instituição, também responderam a 4% (178) os réus com condenação parcial. Outra constatação foi relacionada ao tempo que as ações penais levam para conclusão - chegar ao estado de transitado em julgado - na Justiça Federal: 2.636 dias, o

Os dados, retirados do Jusbrasil, são públicos e revelam ainda a dificuldade que as vítimas têm para comprovar o crime. A clínica da UFMG observou uma exigência, presente em diversas decisões judiciais analisadas, de demonstrarem que os padrões os impediu de ir vir livremente - na lei, isso é colocado como restrição direta da liberdade de locomoção.

Os integrantes da clínica pretendem disponibilizar os dados em um painel interativo, alimentado pelo Jusbrasil, com inteligência artificial. A ferramenta permitirá a visualização de indicadores como duração dos processos, decisões judiciais, regiões do país, tipos de provas e desfechos das ações (ABR).

Contrato para construção do túnel Santos-Guarujá prevê entrega em 2031

O governo paulista confirmou a assinatura, na quarta-feira (28), de um contrato de Parceria Público-Privada (PPP) com o grupo português Mota-Engil, para a construção do Túnel Santos-Guarujá. Com valor estimado em R\$ 7 bilhões, o contrato prevê a construção do túnel até 2031 e uma concessão de operações de 30 anos.

sa) a uma hora (rodovia) para cerca de 5 minutos. Segundo o governo a licença ambiental prévia já foi emitida pela Companhia Ambiental do Estado de São Paulo (Cetesb), que atesta a viabilidade e autoriza o avanço das próximas etapas.

A ligação entre as cidades é feita hoje por balsas e por uma rodovia local, com trajeto de 40 quilômetros. Com a nova estrutura o tempo de trajeto cai dos atuais 30 minutos (bal-

A análise considerou aspectos como impactos sobre manguezais, fauna, flora, ruído e desapropriações, e estabeleceu condicionantes. A região é crítica, com comunidades precárias em parte do estuário e morros do entorno (ABR).

Empresas & Negócios



www.netjen.com.br

TEL: 3043-4171



NEGÓCIOS em PAUTA
lobato@netjen.com.br

A - Futuro da Educação

A Bett Brasil, maior evento de Inovação e Tecnologia para a Educação da América Latina, que acontecerá de 5 a 8 de maio, no Expo Center Norte, em São Paulo, chega com uma proposta clara: ampliar o diálogo entre pessoas, soluções digitais, práticas pedagógicas e políticas públicas para gerar transformações reais na educação brasileira. Com o tema "Inteligências Individuais, Coletivas e Artificiais: todas em nós, agora! Quando elas dialogam, a educação se transforma", a 31ª edição do evento contará com 13 auditórios simultâneos, mais de 450 palestrantes, mais de 22 países representados. Confira em: (https://brasil.bettshow.com/credenciamento).

B - Expansão

O Beto Carrero World anuncia um plano de expansão de R\$ 2 bilhões, que inclui três novas áreas e a construção de um complexo hoteleiro anexo ao parque, em Penha (SC). O projeto fortalece a magnitude do Beto Carrero World. Este novo ciclo de investimentos reafirma o parque como um dos empreendimentos de entretenimento mais relevantes e inovadores da América Latina, consolidando-o como o principal destino para famílias no Brasil.

C - Móveis, Eletros e Colchões

Mais de 250 indústrias expositoras e cerca de 25 mil visitantes nacionais e internacionais se encontram entre os próximos dias 16 e 19 de março de 2026, no Distrito Anhembi, na capital paulista, para a quinta edição da

Yes Móvel Show São Paulo. Consolidada como a maior feira de móveis, eletros e colchões da América Latina, o evento expande ainda mais sua área expositiva em 2026 e ocupará os pavilhões 2, 3 e 4, totalizando 40 mil metros quadrados. Saiba mais em (www.yesmovelshow.com.br).

D - Aprendiz e Estágio

A ADM, líder global em comercialização de grãos, insumos, nutrição humana e animal, anuncia a abertura de novas vagas para os programas de Aprendiz e Estágio em 2026, com oportunidades distribuídas em diferentes regiões do Brasil. As posições são voltadas a jovens talentos que buscam desenvolvimento profissional por meio de vivência prática em plantas industriais, com contato direto com lideranças e operações estratégicas da companhia, em um ambiente inclusivo, inovador e comprometido com a sustentabilidade. Os interessados devem enviar o currículo para o e-mail (jovenstalentos@adm.com).

E - Criação de Empregos

A geração de empregos formais no Comércio e nos Serviços do Estado de São Paulo encerrou 2025 com saldo positivo, na projeção da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomércioSP). Entre janeiro e novembro do ano passado, período mais recente computado pela Pesquisa do Emprego no Estado de São Paulo (PEESP) — elaborada pela Entidade com base nos dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) —, os setores criaram, juntos, 395 mil postos de trabalho.

F - Administração Pública

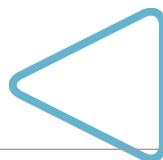
O Governo de São Paulo abriu um edital voltado a startups e empresas de base tecnológica interessadas em desenvolver soluções a partir de demandas da administração pública. O aporte é de até R\$ 15 milhões destinados ao financiamento de projetos de pesquisa aplicada. A iniciativa integra o GovChallenge SP, programa realizado pela Prodesp. O diferencial é partir de desafios reais já mapeados por órgãos estaduais, permitindo que as empresas desenvolvam soluções em ambiente governamental, com acompanhamento técnico e possibilidade concreta de implantação.

G - Seminários Brasil-Japão

O Instituto dos Advogados Brasileiros (IAB) promoverá, no dia 30 de janeiro, a partir das 9h, o Ciclo de Seminários Brasil-Japão sobre Litigância e Cultura, evento inaugural que reunirá autoridades, magistrados e especialistas para debater imigração, cultura jurídica e relações bilaterais. O encontro será realizado em formato híbrido, com transmissão pelo canal TVIAB no YouTube. Na palestra inaugural, o cônsul-geral do Japão no Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo, Takashi Manabe, abordará o tema Diplomacia japonesa e os 130 anos das relações de amizade e comércio Brasil-Japão.

H - Pix por Aproximação

O Itaú Unibanco anuncia a chegada do Pix por Aproximação diretamente no Superapp Itaú, tornando o pagamento nas maquininhas ainda mais simples ao eliminar a etapa de escanear o QR Code. Agora, o cliente só precisa abrir o aplicativo, aproximar o celular, confirmar a senha e concluir a transação. A solução amplia a conveniência e a segurança das transações instantâneas, reforça o portfólio Pix já disponível na carteira digital do Google e passa a contemplar usuários de Android que optam pelo aplicativo do banco para realizar operações. Um dos diferenciais é que a novidade oferece a possibilidade de parcelar compras realizadas à vista nas maquininhas, garantindo mais conveniência ao consumidor.



Via Digital Motors

Lucia Camargo Nunes (*)

O papel da eletrificação no Brasil a partir deste ano

O mercado automotivo brasileiro e global passa por uma transformação estrutural marcada pela consolidação da China como player sistêmico e pela transição para uma eletrificação pragmática onde híbridos servem de ponte eficiente, segundo um estudo da Bright Consulting.

Em 2025 o Brasil registrou 2,55 milhões de emplacamentos com forte dominância de SUVs e avanço das marcas chinesas para um share de 9,5%. A queda no custo das baterias que devem atingir paridade com modelos a combustão em meados deste ano impulsiona veículos definidos por software e novas exigências de segurança, como o sistema Adas.

A regulação através do programa Mover e o aumento gradativo do imposto de importação para 35% em julho forçam a nacionalização da produção e o desenvolvimento de cadeias locais.

Até 2030 a projeção para o Brasil é de 2,8 milhões de unidades anuais com marcas chinesas detendo 18% do mercado e sistemas de propulsão híbridos flex liderando a tropicalização da eletrificação enquanto a posse de veículos perde espaço para modelos de assinatura e uso.

Eletrificados são destaque no balanço de 2025

As dez marcas filiadas à Abeifa (Associação Brasileira das Empresas Importadoras de Veículos Automotores) tiveram no acumulado de 2025, 137.973 unidades emplacadas, 31,7% a mais que o ano anterior. Os veículos eletrificados representaram 45,3% do mercado total de 285.266 unidades desse segmento. Fazem parte da Abeifa: Aston Martin, BYD, JAC, Jaguar, Kia, Land Rover, McLaren, Porsche, Suzuki e Volvo.

O presidente Marcelo Godoy destacou que a presença de veículos importados beneficia os consumidores e incentiva a atualização tecnológica dos fabricantes locais.



Marcelo Godoy, presidente da Abeifa.

Para 2026, o setor enfrenta desafios como a equalização da alíquota de importação de 35% a partir de julho e a necessidade de oferecer produtos mais tecnológicos e competitivos, mas manifesta otimismo devido aos lançamentos previstos.

Agora mexicano, Taos chega renovado

A Volkswagen iniciou as vendas do novo Taos, atualizado para a linha 2026. O visual ficou mais moderno com renovados faróis, grade, para-choque e uma light strip de led na traseira, além do logotipo traseiro iluminado.

Internamente, o SUV ganhou revestimentos premium, sistema de iluminação Ambient Light com 10 cores, painel atualizado com uma nova VW Play Connect de 10,1 polegadas, ar-condicionado digital de duas zonas e carregador por indução.

Com preço inicial de R\$ 199.990 na versão Comfortline e R\$ 209.990 na Highline, oferece amplo espaço interno e porta-malas de 498 litros.

O Taos, agora importado do México, mantém o motor 1.4 TSI de 150 cv e torque de 25,5 kgfm que passa a ser associado ao câmbio automático de oito marchas.



Volkswagen Taos 2026.

Elétrico de maior alcance da Volvo chega este ano

A Volvo apresentou globalmente o novo EX60, SUV médio totalmente elétrico que oferece autonomia de

até 810 km na configuração com tração integral, além de carregamento rápido e preços que prometem ser competitivos.

A novidade amplia as possibilidades de eletrificação da Volvo, com tecnologias avançadas como nova arquitetura, sistemas de segurança aprimorados, IA integrada com assistente Google Gemini, e uma experiência de usuário com design escandinavo, detalhes de luxo e sistema de áudio premium.

Produzido na plataforma SPA3, o EX60 apresenta alta eficiência energética, menor impacto ambiental e maior segurança, com recursos de atualização remota e sensores avançados que garantem proteção contínua.

Com produção na Suécia, estará disponível inicialmente na Europa e EUA e chegará ao Brasil ainda este ano.



Volvo EX60 2027.

BYD encerra 2025 como 7º do mercado

A BYD vendeu 111.683 unidades de veículos eletrificados em 2025, crescendo mais de 47% em relação a 2024, e consolidando-se como uma das principais players do setor.

A BYD também ficou em sétimo lugar em emplacamentos de veículos leves no mercado brasileiro, com participação de 5,59%, e se manteve entre as top 10 entre os veículos comerciais leves.

(*) É economista e jornalista especializada no setor automotivo, editora do portal www.viadigital.com.br e do canal @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: **GILSON JORGE PEREIRA DA SILVA JÚNIOR**, estado civil solteiro, profissão autônomo, nascido em Limeiro, PE, no dia 17/08/2001, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Gilson Jorge Pereira da Silva e de Maria Graciete da Silva Pereira. A pretendente: **ANA PAULA PACHECO PEREIRA**, estado civil solteira, profissão autônoma, nascida em Belo Horizonte, MG, no dia 05/01/2005, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Paulo Cesar Pereira e de Denise Aparecida Pacheco Pereira.

O pretendente: **REINALDO MITSUO CANASHIRO**, estado civil solteiro, profissão comerciante, nascido em São Paulo, SP, no dia 16/11/1979, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Paulo Shinze Canashiro e de Maria Fugiyê Canashiro. A pretendente: **ANDRESSA NAOMY CHINEN**, estado civil divorciada, profissão advogada, nascida em São Paulo, SP, no dia 12/09/1997, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Mario Chinen e de Olga Nobuco Kanashiro Chinen.

O pretendente: **FABIO HENRIQUE SANTOS MARANO**, estado civil solteiro, profissão sinistro, nascido em São Paulo, SP, no dia 03/11/1998, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Elcio Fabio Marano e de Eunice Carmo Santos Marano. A pretendente: **DALILA SILVA DO AMARAL**, estado civil solteira, profissão advogada, nascida em São Paulo, SP, no dia 07/07/1997, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Antonio Francisco do Amaral e de Roseny de Sobral e Silva.

O pretendente: **RAPHAEL DA SILVA SANTOS**, estado civil solteiro, profissão frentista, nascido em São Paulo, SP, no dia 31/07/1989, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Israel Pereira dos Santos e de Jacqueline Eva Teodoro da Silva Santos. A pretendente: **ELIENE NASCIMENTO LIMA**, estado civil divorciada, profissão atendente, nascida em Mucambo, CE, no dia 20/05/1991, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Jose Rodrigues Lima e de Maria Damasceno do Nascimento.

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

A diversidade constrói empresas melhores

Theo Guiga (*)

O equilíbrio entre valor humano e organizacional gera ambientes sustentáveis e plurais. A construção de ambientes de trabalho diversos e inclusivos deixou de ser apenas uma diretriz ética e passou a ser um elemento estratégico para empresas que desejam crescer de forma sustentável. A visibilidade trans, nesse contexto, não se limita ao reconhecimento simbólico de identidades, mas se materializa em práticas concretas de contratação, desenvolvimento profissional e construção de planos de carreira que garantam oportunidades reais de crescimento.

Pessoas trans ainda enfrentam barreiras estruturais significativas para acessar o mercado formal de trabalho e, principalmente, para permanecer e evoluir dentro das organizações. Dados recentes demonstram que essa exclusão não é pontual, mas sistêmica. Um estudo publicado em 2025 pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) revelou que apenas cerca de 25% das pessoas trans no Brasil estão inseridas no emprego formal assalariado. Esse número evidencia a desigualdade histórica, mas também aponta para uma oportunidade concreta de transformação dentro das empresas que escolhem atuar de forma estruturada e responsável. Nesse cenário, a contratação de pessoas trans deve ser

compreendida como parte de uma estratégia mais ampla de gestão de talentos. Processos seletivos inclusivos, revisão de práticas de recrutamento, capacitação de equipes de RH e líderes para lidar com vieses inconscientes e adaptação de políticas internas são passos fundamentais para garantir que a diversidade não seja apenas declarada, mas efetivamente vivida no dia a dia organizacional.

Ambientes corporativos que comunicam, de forma clara e consistente, seu compromisso com a inclusão tendem a ampliar o acesso a talentos altamente qualificados, o que fortalece sua capacidade de inovação e competitividade. No entanto, a visibilidade não se sustenta apenas na entrada de novos profissionais. Ela se consolida no desenvolvimento de trajetórias.

A ausência de pessoas trans em posições de liderança e decisão ainda é um desafio relevante no cenário corporativo global. Pesquisas recentes sobre inclusão no ambiente de trabalho mostram que grande parte dos profissionais trans e não binários não se reconhecem nos espaços de poder e gestão, o que impacta diretamente sua perspectiva de crescimento e permanência nas organizações. Um estudo publicado em 2025 na plataforma SSRN indica que mais de 70% dos profissionais trans entrevistados relatam a ausência de representatividade e

falta de apoio institucional estruturado para o desenvolvimento de carreira.

Diante disso, políticas corporativas de diversidade precisam avançar para além da contratação e incorporar estratégias claras de desenvolvimento, como programas de mentoria, acompanhamento de carreira, critérios objetivos de promoção e inclusão de indicadores de diversidade nos processos de gestão de desempenho e sucessão.

Essas práticas não apenas fortalecem trajetórias individuais, mas transformam a cultura organizacional, criando ambientes mais seguros, colaborativos e produtivos. Diversidade, quando tratada de forma estruturada, amplia perspectivas, fortalece equipes e melhora a capacidade da empresa de compreender realidades diversas.

Promover a inclusão de pessoas trans por meio de oportunidades reais de contratação e desenvolvimento de carreira não é apenas uma ação de impacto social, mas uma escolha estratégica de gestão de pessoas. É nesse equilíbrio entre valor humano e valor organizacional que a diversidade se transforma em diferencial competitivo.

(*) Supervisor de Treinamento e Desenvolvimento na Actionline.



Proclamas de Casamentos

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: **NATAN BUENO DA SILVA**, profissão: analista de sistemas, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 01/06/1990, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Claudinei Ferreira da Silva e de Luciana Ramos Bueno da Silva. A pretendente: **ANA PAULA MOLISANI HAIS**, profissão: analista de recursos humanos, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 11/12/1996, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Sidnei Roberto Hais e de Gislene Nascimento Molisani.

O pretendente: **MATHEUS MANJOR FONSECA**, profissão: administrador, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 26/12/2000, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de José Luis Botelho Fonseca e de Tereza Manjor Fonseca. A pretendente: **JÉSSICA FIRMINO SANTOS**, profissão: analista financeira, estado civil: solteira, naturalidade: Taboão da Serra, SP, data-nascimento: 21/12/2001, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Luis Carlos Nunes Santos e de Cristiane Bernardes Firmino.

O pretendente: **DAVI CUSTODIO BEILER SANTANA DE SOUZA**, profissão: autônomo, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 02/03/2002, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Jefferson Aparecido de Souza e de Sonia Vera Beiler Santana de Souza. A pretendente: **ANA CAROLINA VAZ**, profissão: analista júnior, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 30/09/1999, residente e domiciliada em São Miguel Paulista, São Paulo, SP, filha de Alexandre Donizete Vaz e de Maria de Fátima dos Santos Vaz.

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

Movimentos que vão orientar o varejo em 2026

O que tem potencial de diferenciar os varejistas que vão liderar o mercado em 2026?

Jean Carlo Bob (*)

Em um setor pressionado por margens cada vez mais apertadas, exposição constante a riscos e consumidores mais atentos a preços, o varejo deixou de ter espaço para decisões lentas ou genéricas. Transformar-se passou a ser uma condição básica de sustentação do negócio. O que veremos a partir de agora é um setor cada vez mais orientado por dados, mais automatizado, mais seguro e, sobretudo, mais adaptável ao que cada operação irá demandar. A partir dessa realidade, alguns movimentos ganharão peso decisivo e se consolidarão ao longo do ano.

A adoção de Inteligência Artificial (IA) será um dos principais motores de evolução. Se antes a tecnologia ainda parecia em fase experimental, hoje ela já está presente em diversas lojas e sua adoção se tornará ainda mais concreta ao longo do ano. A IA será cada vez mais a chave para uma gestão mais eficiente de estoques e para a previsão de demandas. O uso para a automação de controles, como para a verificação de idade em produtos com venda restrita e a identificação de erros no escaneamento de compras,



andriwan_CANVA

além do reconhecimento automático de itens sem código de barras, como frutas e vegetais, deixará ainda mais claro que a IA é uma verdadeira aliada para a redução de riscos e no aumento da eficiência.

Essa mesma lógica de inteligência aplicada ao ambiente operacional se estende a outro desafio central do varejo: a segurança. O combate à fraude deverá ser uma prioridade, já que se trata de uma das principais dores do setor, responsável por prejuízos significativos. Em 2026, varejistas investirão de forma mais estruturada em inovações capazes de identificar comportamentos suspeitos, prevenir fraudes e reduzir perdas antes que elas aconteçam. A integração entre análise de dados, visão computacional e Inteligência Artificial amplia a capacidade de prevenção e detecção, ao mesmo tempo

em que cria ambientes mais confiáveis para clientes e colaboradores.

A ascensão do atacarejo também continuará em alta. A combinação de preços de atacado com a conveniência do varejo responde de forma direta a um consumidor mais criterioso, que analisa mais as opções disponíveis de produtos, faz escolhas conscientes e valoriza cada centavo investido. Esse formato vem redefinindo a dinâmica do segmento, incentivando o varejo tradicional a rever sua estrutura. Nesse cenário, colocar os interesses do consumidor no centro não é mais um diferencial, mas um fator decisivo para a diferenciação no mercado. A aposta em serviços e na experiência do cliente ganha ainda mais relevância para gerar fidelização.

Por último, mas definitivamente não menos importante, a flexibilidade se con-

solidará como um requisito primordial. Cada varejista atua em uma realidade própria, com públicos, regiões, sortimentos e desafios distintos, o que reforça a noção de que plataformas rígidas, modelos engessados e estruturas pouco adaptáveis não acompanham a velocidade do mercado. Diante desse cenário, aumenta a busca por máquinas e soluções capazes de se ajustar rapidamente aos processos, estratégias e particularidades de cada ponto de venda, fator decisivo para quem busca crescimento sustentável.

Os movimentos que ganham força agora apontam para uma combinação de inteligência, tecnologias e modelos de negócio adequados ao novo consumidor. O caminho para 2026 exige visão estratégica e disciplina nas decisões e na execução, além de uma compreensão de que a tecnologia é o meio para operações mais saudáveis e evolução consistente. Mais do que acompanhar esses vetores de transformação, será fundamental saber aplicá-los de forma estratégica. Quem conseguir equilibrar experiência, eficiência e adaptação contínua estará mais preparado para lidar com as mudanças do mercado e crescer.

(*) Diretor Comercial da Diebold Nixdorf no Brasil.

O capitalismo e o progresso harmônico

Benedicto Ismael Camargo Dutra (*)

Dizem os pesquisadores que as posições da Igreja, repaginando os ensinamentos claros e naturais trazidos da Luz por Jesus, fomentaram a busca por alternativas. Surgiram grupos e seitas, mas o caminho que começavam a seguir tinha similaridade com o caminho do qual se afastavam. Darwin criou a teoria da evolução das espécies com alguma conformidade com a atuação das leis da natureza, mas não alcançou a conclusão do todo, sobre a atuação da natureza e suas leis universais. A sua teoria da seleção natural foi incorporada como sendo a lei da vida na qual vencem os que mais se adaptam às mudanças, abandonando a lei de não causar danos ao próximo para obter vantagens.

Enquanto a religião perdia influência, as elites se apegavam a Darwin. O Capitalismo e a criação do dinheiro foram empregados para alcançar interesses particulares. Depois de séculos surgiu o Capitalismo de Estado. O problema do capitalismo, seja de Mercado ou de Estado, está nos homens. Ansiosos por riquezas e poder, sacrificam tudo pelo capital que, em vez servir à humanidade, passa a se servir dela, afastando os seres humanos do significado e finalidade da vida.

O capital deixou de ser ferramenta e passou a ser a prioridade. O sistema deveria produzir bem-estar e fortalecimento dos povos com educação de qualidade e bom preparo para a vida, mas a prioridade é acumulação concentrada. Em meio a isso há o fator criação de dinheiro, com efeitos ainda não plenamente compreendidos. É difícil imaginar as consequências da criação do dinheiro e dívidas de forma desmedida e divorciada da produção de bens essenciais. Os propósitos da vida estão sendo postos de lado como o próprio ser humano que precisa de liberdade para a evolução de seu espírito. A economia moderna se desconectou da natureza e da realidade, desde que o homem, com o intelecto restrito, passou a priorizar as questões materialistas da vida.

A criação de dinheiro do nada e o crescimento das dívidas públicas e privadas, quando não são acompanhados pela produção real de bens e serviços, criam uma riqueza financeira tipo bolha que não oferece estabilidade, podendo ser facilmente corroida. Quando o dinheiro se multiplica mais rápido do que a produção essencial, como as de alimentos, energia, infraestrutura e conhecimento, tudo vai perdendo estabilidade, alterando os preços. A economia se des-

conecta da vida, tudo passa a se mover por algoritmos, expectativas e especulação.

Nações produzem riqueza, mas falta sentido enobrecedor. O poder econômico deveria priorizar o bem comum e a elevação da qualidade humana. A falta disso explica por que tantas pessoas, em tantos países, sentem que “algo está errado”, mesmo quando os indicadores econômicos parecem positivos.

O que está em jogo é a forma como a humanidade organiza o viver que passou a servir ao capital, e não o contrário. Cada povo tem de se fortalecer, se desenvolver por si, sem que outros imponham dificuldades que afetem o bom preparo das novas gerações para a vida. A economia deve estar voltada para sustentar a vida.

Qual é o objetivo das famílias e dos indivíduos? O que pensamos sobre o futuro? Que tipo de civilização vamos deixar para as próximas gerações? A humanidade deveria estar sempre ansiando por futuro melhor e agindo para isso. As condições de vida na Terra estão apertando de forma progressiva. Tempos de dificuldades adormecidas que estão despertando. A economia de mercado tem mantido o controle da atividade econômica através do dólar. A ascensão da China fortaleceu a confrontação geoeconômica que traz embutida a questão de como o capital deve ser gerido, e qual é o papel do Estado na economia, na sociedade, e sobre a liberdade individual.

O capitalismo bem poderia visar a melhoria das condições gerais de vida e da qualidade humana. Dinheiro, riqueza e poder se tornaram a grande prioridade da humanidade; isso se reflete em tudo. Falta bom preparo das novas gerações para a vida, as quais estão caindo na estagnação.

Estamos gerando uma civilização que mais parece ser destinada a robôs do que a seres humanos autênticos. Isso está atraindo depressão, doenças, caos. Quando chegarem ao limite insustentável, muitas coisas serão arrastadas para a ruína. A força da atuação das leis universais da Criação impulsionará a renovação, priorizando as questões essenciais que atendam à finalidade da vida, seja na educação, nas atividades, na consideração para com o próximo. Seremos todos peregrinos em busca da Luz, a fonte da vida para a paz e progresso harmônico da alma, corpo e mente.

(*) Graduado pela Faculdade de Economia e Administração da USP. Coordena os sites <https://videaaprendizado.com.br/> e <https://library.com.br/home/>. E-mail: bicdutra@library.com.br

A confiança entre clientes e empresas exige ética

Rogério Domingos (*)

Como a negligência em analytics pode fragilizar marcas e negócios em 2026. A confiança tornou-se um dos principais ativos estratégicos das empresas na economia digital. Em um cenário marcado pela coleta massiva de dados, pela automação de decisões e pelo uso intensivo de inteligência artificial e analytics, a forma como as organizações tratam as informações de clientes deixou de ser apenas uma questão técnica ou jurídica. Tornou-se uma questão de reputação, valor de marca e sustentabilidade dos negócios.

Em 2026, esse cenário se consolida com ainda mais força. Empresas que ignoram princípios éticos no uso de dados, modelos analíticos e inteligência artificial enfrentam não apenas riscos regulatórios, mas impactos diretos na percepção de confiança por parte de consumidores, parceiros e da sociedade. Ética em analytics deixa de ser um tema periférico e passa a ocupar o centro da estratégia corporativa.

A ética em dados e analytics envolve transparência, consentimento informado, responsabilidade no uso das informações, proteção à privacidade e

prevenção de vieses discriminatórios. Trata-se de garantir que os dados sejam utilizados com propósito legítimo, clareza e respeito aos direitos dos indivíduos. Quando essas premissas são negligenciadas, o efeito não é apenas operacional: a confiança se rompe.

Estudos globais recentes reforçam esse cenário. O Edelman Trust Barometer 2025, um dos principais relatórios internacionais sobre confiança institucional, aponta que os consumidores estão cada vez mais atentos ao comportamento ético das empresas, especialmente no uso de tecnologia, inteligência artificial e dados. A confiança deixou de estar associada apenas à qualidade de produtos e serviços e passou a estar diretamente ligada à integridade das práticas corporativas.

Outro dado relevante aparece em pesquisas globais sobre o uso de inteligência artificial e analytics, como o relatório “Trust, Attitudes and Use of Artificial Intelligence: A Global Study 2025”, da KPMG, que demonstra uma crescente ambivalência da população em relação ao uso de tecnologias baseadas em dados. A percepção de risco, vigilância excessiva e uso indevido de informações pessoais impactam diretamente a


disposição das pessoas em confiar em marcas e organizações.

Esse movimento revela uma mudança estrutural no comportamento do consumidor: confiança não é mais construída apenas por meio de discurso institucional, mas por práticas concretas, verificáveis e consistentes. Empresas que adotam modelos opacos de coleta de dados, que não explicam claramente como as informações são utilizadas, ou que utilizam analytics de forma invasiva, tendem a perder legitimidade social.





Em 2026, não será suficiente ser uma empresa orientada por dados. Será essencial ser uma empresa orientada por dados e por valores. A maturidade digital passa, inevitavelmente, pela maturidade ética.

Ignorar esse movimento significa comprometer a relação com consumidores, fragilizar a reputação institucional e colocar em risco a sustentabilidade do negócio no médio e longo prazo. A confiança, uma vez perdida, é difícil de reconstruir. Por isso, a ética em analytics não deve ser tratada como um discurso, mas como uma prática estruturante da cultura organizacional.

(*) Diretor Executivo da Actionline.



O JORNAL CERTIFICA AS PUBLICAÇÕES LEGAIS COM PONTUALIDADE E TRANSPARÊNCIA, CUMPRINDO AS NORMAS JURÍDICAS. AFINAL, O JORNAL É LEGAL.

Turismo

Empresas
Negócios

EM POMERODE ATRAÇÕES COM ÁGUA E ATÉ NEVE TÊM ATRAÍDO VISITANTES DE TODAS AS IDADES

Quando chega o verão, o litoral vira destino de milhares de pessoas em Santa Catarina. O calor pede praia, mas a alta temporada também traz praias cheias, disputa por espaço na areia e um trânsito que, muitas vezes, tira o sossego. Nesse cenário, até um programa simples em família ou entre amigos pode levar mais tempo do que o esperado — e abre espaço para quem busca um passeio diferente, mais confortável e com opções para se refrescar.

A diversão no verão não fica restrita às cidades com mar. Pomerode, conhecida por sua forte cultura germânica, arquitetura enxaimel e gastronomia típica, no verão é um destino que vai além dos encantos tradicionais da cidade.

O Alles Park tem a solução ideal para os dias quentes. O parque reúne atrações pensadas para a estação, que ajudam a aliviar as altas temperaturas em meio à diversão. Entre as preferidas das famílias está o Wasserwelt, um chafariz interativo em que as crianças se molham e brincam. Já o Gêiser chama a atenção de pequenos e adultos: a 'nascente termal artificial' entra em erupção ao som de uma sirene e lança jatos de água que podem chegar a 10 metros de altura.

Neve em pleno verão

Para quem quer viver outro clima, o Alles Park também aposta no contraste. Na Vila da Neve, as temperaturas podem chegar a 10 graus negativos, e muitos visitantes realizam o sonho de conhecer e brincar na neve. O cenário lembra uma vila nas montanhas, e a diversão não tem idade: crianças e adultos deslizam em boias no tubing de neve, exploram uma mina abandonada com clima de mistério e ainda registram o passeio com fotos feitas pela equipe do parque.

Para completar a experiência, os visitantes não precisam levar roupas de inverno: o parque disponibiliza botas de neve e casaco térmico para o acesso à Vila da Neve. Ainda assim, quem preferir pode levar acessórios próprios — como gorro, luvas e cachecol — para maior conforto.

“Nossa ideia é mostrar que o verão em Santa Catarina vai muito além da praia. O Alles Park oferece uma experiência onde a família pode se refrescar e se divertir com conforto, sem o estresse das filas e do calor excessivo, típicos desta época do ano, principalmente no litoral”, comenta o gerente de marketing, Paulo Ricardo Soriano (www.allespark.com.br).

Brincadeiras em família

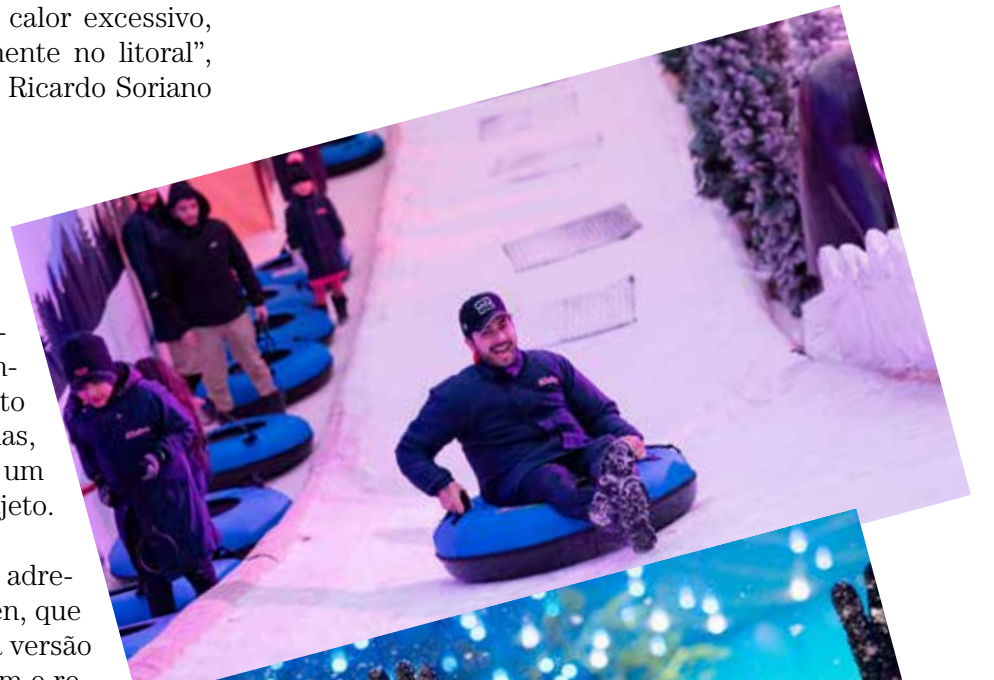
O Alles Park reúne outras atrações em que pais e filhos brincam lado a lado. A proposta é incentivar a convivência e o movimento, com atividades que aproximam gerações. Um dos destaques é a Kinderzone, em que a família entra no circuito junto: um percurso com piscina de bolinhas, obstáculos e estruturas infláveis, além de um grande redário que ajuda a recomeçar o trajeto.

Para quem prefere atrações com mais adrenalina, o parque oferece o Bumper Wagen, que remete aos carrinhos de choque em uma versão mais moderna, com veículos que deslizam e recursos de interação, como laser.

Outra opção é o Zonzo, brinquedo com giros em dois eixos e capacidade para até 16 pessoas.

Depois de horas de atividade, a pausa para almoço ou lanche pode ser feita dentro do parque.

O Essenplatz, com arquitetura inspirada em vilas germânicas, concentra opções de alimentação, com lanches, doces, sorvetes e outras escolhas para recarregar as energias.



Turismo



Empresas & Negócios

NOROESTE GAÚCHO SE DESTACA COMO OPÇÃO DE TURISMO CULTURAL NO SUL DO PAÍS

Roteiros regionais que conectam agricultura, patrimônio histórico e experiências culturais são opções para turistas no verão do RS.

O Noroeste do Rio Grande do Sul vive um momento de fortalecimento do turismo, com a consolidação de roteiros que integram cultura, história e natureza. Além de atrativos naturais como o Salto do Yacumã e o Salto do Roncador, a região vem fortalecendo sua identidade e explorando suas potencialidades, ampliando o tempo de permanência dos visitantes e estimulando o turismo de curta duração e de final de semana.

Nesse contexto, destaca-se o MEA – Memorial da Evolução Agrícola, considerado o maior memorial dedicado à agricultura da América Latina. Localizado em Horizontina (RS), o espaço completou dois anos como um dos principais pontos de cultura, turismo e memória do Noroeste gaúcho. O território onde está inserido o Memorial é emblemático pela tradição agrícola e pela inovação, sendo o berço da primeira colheitadeira automotriz do Brasil, a SLC 65-A.

MEA se consolida como polo cultural e turístico da região

Iniciativa do Instituto John Deere em parceria com o Ministério da Cultura, viabilizada por meio da Lei de Incentivo à Cultura, o MEA oferece programação gratuita, acessível e aberta à comunidade. Desde sua inauguração, o Memorial já contabiliza mais de 130 mil visitas, atraindo públicos de diferentes idades e origens, consolidando-se como parada obrigatória nos roteiros turísticos da região.

O espaço reúne experiências educativas, culturais e socioambientais voltadas a estudantes, famílias, pessoas idosas, agricultores e turistas. A exposição permanente apresenta ambientes imersivos que narram a evolução da agricultura brasileira e propõem reflexões sobre as boas práticas na agricultura, tecnologia e futuro do campo. O complexo abriga ainda Cozinha Experimental, Ateliê Educativo, quadras esportivas e área de patinação, além de oficinas, espetáculos teatrais, apresentações musicais e rodas de conversa. Para as pessoas que curtem a convivência ao ar livre estão disponíveis o parquinho, área de esporte e lazer de terça a domingo das 8h às 22h.



MEA Itinerante fortalece integração regional e turismo de proximidade

Para além de sua sede, o Memorial atua como agente promotor do turismo regional por meio do programa MEA Itinerante, que leva parte da experiência do espaço a diferentes municípios do Noroeste gaúcho. Após percorrer seis cidades em 2024, o projeto ampliou seu alcance em 2025 e pretende chegar a 18 municípios, com 21 exposições e apresentações teatrais gratuitas.

A edição 2025–2026 apresenta uma mostra lúdica e interativa inspirada na exposição de longa duração do Memorial. O Teatro do MEA complementa a experiência com o espetáculo protagonizado pelos personagens Joca e L.U.M.I., em uma narrativa educativa que revisita a história da agricultura brasileira por meio de música, humor e interação com o público.

“Mais do que levar exposições, o MEA Itinerante estimula o turismo local e regional, conectando cultura, gastronomia, paisagem e identidade. São experiências que podem ser vividas sem grandes deslocamentos e com forte vínculo com as comunidades”, afirma Karina Muniz Viana, diretora do MEA.



Com foco em experiência, Salton fortalece enoturismo durante a vindima

Neste período, visitantes podem acompanhar a chegada da uva à vinícola

A Serra Gaúcha vive mais uma vindima, período que marca a colheita da uva e transforma a rotina da principal região produtora do país, intensificando o trabalho nas videiras e a movimentação do enoturismo. A Salton, vinícola mais antiga do Brasil em atividade e líder nacional no mercado de espumantes, reforça sua programação de experiências voltadas ao público. Com tours guiados que conectam o visitante à origem dos vinhos e espumantes, as experiências possibilitam que turistas do país todo degustem na taça o potencial do terroir brasileiro.

Durante janeiro e fevereiro, os tours guiados ganham um atrativo especial: o público acompanha de perto a chegada da uva à vinícola, entregue por produtores parceiros ao longo de toda a safra. Em qualquer um dos tours, os visitantes têm a oportunidade de degustar rótulos elaborados pela Salton e entender os fatores que consolidaram a marca como líder nacional na categoria de espumantes. Já experiências como o acesso às caves subterrâneas e as vivências enogastronômicas na Adega Secreta contam com vagas mais limitadas. “Os tours da Salton podem ser realizados em qualquer época do ano e com qualquer clima. Mas, durante a safra, o visitante tem o diferencial de ver a uva de perto e vivenciar todos os processos da fruta na vinícola.

É essa jornada que depois resulta em nossos espumantes e vinhos, hoje reconhecidos em todo o mundo”, destaca Luciana Salton, diretora executiva da vinícola.

Mais do que uma oferta turística, o enoturismo ocupa um espaço estratégico para a vinícola. Em 2025, a Salton recebeu cerca de 35 mil visitantes em suas experiências. Para o presidente da vinícola, Mauricio Salton, a atividade tem papel fundamental na construção de relacionamento com o consumidor. “O enoturismo é extremamente relevante para a construção de marca, para a percepção de valor e para a experiência do consumidor com a Salton”, destaca.

Localizada na rota Caminhos de Pedra, em Bento Gonçalves (RS), a Casa di Pasto Família Salton integra as operações enoturísticas da vinícola e se apresenta como uma das opções de visitação também durante o período da vindima. O espaço conta, desde o final do ano passado, com um menu reformulado que aposta em uma cozinha contemporânea, com inspiração mediterrânea-oriental, valorizando ingredientes sazonais, produtos locais e uma leitura atual das raízes italianas da família Salton (<https://www.salton.com.br/enoturismo-bg>).





DeelayLens_CANVA

PLANEJAMENTO

ALTA PRESSÃO SOBRE MARKETING E VENDAS EXIGIRÁ FORTE MUDANÇA DAS EMPRESAS EM 2026

Confira as principais tendências de marketing e vendas para 2026 que devem ser consideradas no planejamento das empresas, segundo a RD Station

O ano de 2026 começa com uma constatação incômoda para o mercado: a lógica de crescimento que funcionou na última década, esgotou-se. O que antes produzia previsibilidade, campanhas padronizadas, funis rígidos, conteúdos medianos e dependência excessiva de mídia paga, hoje entrega retornos menores e custos maiores.

Os dados da pesquisa Panoramas de Marketing e Vendas 2025, da RD Station, unidade de negócios da TOTVS, reforçam a forte mudança de ciclo em curso. Segundo o levantamento, 71% das empresas não atingiram suas metas de marketing em 2024, mesmo com mais acesso a ferramentas digitais. E 58% já utilizam inteligência artificial, mas sem estratégia integrada ou maturidade suficiente para extrair impacto real.

Para o VP da RD Station, Gustavo Avelar, a raiz do problema não é tecnologia, mas o método. “Não faltam ferramentas. Falta um modelo mental compatível com o mercado de agora. Persistir nos playbooks antigos é operar com mapas que já não descrevem o território”, afirma.

A seguir, as dez tendências que devem moldar marketing e vendas em 2026.

1 IA como infraestrutura estratégica

A IA deixa de ser acessório e passa a orientar processos inteiros, da criação à análise, do atendimento à previsão. “A diferença competitiva estará em quanto da operação será executado por IA, não apenas no uso pontual da tecnologia”, diz Avelar. Trata-se da transição da curiosidade para a disciplina operacional.

Nos processos de marketing, a IA passa a operar dentro da plataforma de automação, em recursos que sugerem assuntos de e-mail, criam variações de anúncios ou ajudam a construir fluxos a partir de objetivos de negócio, por exemplo.

Já no ciclo de vendas, análise de dados e previsão de resultados, a IA se conecta ao CRM para Priorização de leads com maior probabilidade de fechamento; Identificar padrões de conversão em canais e campanhas; Prever a resposta a mudanças de orçamento; Detectar gargalos no funil e sugerir testes entre outros exemplos.

Na visão do executivo, será cada vez menos sobre IA substituindo pessoas, e mais sobre IA empoderando humanos. A tradução disso para a RD é IA transformando os clientes de seus produtos em super usuários, e com isso extraindo muito mais valor e retorno do investimento.



Mojo_cp_CANVA

2 SEO para IA (GEO) e busca zero-click

O avanço das respostas generativas consolidou o zero-click Search (quando o resultado não exige clicar em nenhum link) e alterou o centro de gravidade do SEO. Aumentar as vendas neste cenário exige mudança estratégica. Surge o GEO (Generative Engine Optimization - estratégias de otimização para buscas e respostas geradas por IA), que depende de clareza editorial, estrutura semântica e reputação digital. O objetivo não é mais ranquear, mas se tornar um conteúdo, uma fonte confiável para sistemas generativos, e por consequência gerar vendas.

3 A mídia paga perde previsibilidade

A inflação dos custos, o aumento da concorrência nos leilões e as restrições de segmentação reduziram a previsibilidade da mídia paga. “Diversificar canais ao longo do funil em um contexto cada vez mais complexo de atribuição de valor para além da mídia paga é fundamental”, afirma o VP. Integrar criatividade, CRM, automação e análise deixa de ser diferencial e vira requisito.

4 Conteúdo curtos + conteúdos profundos

O comportamento do consumidor se radicalizou. Vídeos curtos funcionam como porta de entrada; conteúdos longos, densos e analíticos sustentam decisões. O meio-termo desaparece e conteúdos medianos perdem relevância.

Nesse contexto surge a barbell content strategy: combinar intencionalmente conteúdos muito curtos para descoberta com conteúdos muito profundos para decisão.

5 Social selling como obrigação

O WhatsApp consolida-se como canal de vendas e relacionamento, enquanto creators internos (criadores de conteúdo das próprias empresas) ampliam presença digital e autenticidade. A fronteira entre comunicação e vendas se torna mais orgânica. “Digital não é mais um braço comercial. É a espinha dorsal da interação com o cliente”, explica o executivo.

6 Valor da marca volta ao centro da estratégia

Com excesso de conteúdo, mídia mais cara e recomendações mediadas por IA, a confiança volta a ser um diferencial competitivo. Não se trata de estética, mas de consistência, clareza e narrativa. Nos sistemas generativos, tende a aparecer quem já é percebido como confiável. Em um mundo cada vez mais dominado por IA, nunca foi tão importante ser humano e original para construir sua marca.

7 Comercial orientado por dados, CRM e automação

O modelo baseado em instinto cede espaço para dinâmicas de indicadores vivos e previsões. Essa mudança reorganiza equipes, processos e justificativas de decisão. É o avanço de uma cultura comercial científica, não empírica, reinventada com base em CRM robusto, automação e dados integrados ao marketing.

8 Personalização em escala com IA e first-party data

Com o fim dos cookies de terceiros e novas regulações de privacidade, dados proprietários se tornaram o ativo mais estratégico da operação. Estes dados, enriquecidos com IA e até por modelos sintéticos, permitem personalização real, previsibilidade e eficiência. Em 2026, dominar dados próprios deixa de ser vantagem: é pré-requisito. O limite da qualidade da IA é o limite da qualidade do seu dado.

9 União entre Marketing e Vendas com RevOps e SLAs claros

O discurso de integração finalmente se torna realidade. RevOps (operações de receita) assume papel operacional com metas unificadas, indicadores compartilhados e processos sincronizados. Campanhas passam a nascer de diagnósticos e auditorias de funil, e não de intuições.

10 Valorização dos times híbridos e especialistas multidisciplinares

A IA absorve tarefas repetitivas. As equipes se tornam mais enxutas e mais estratégicas, com profissionais T-shape: profundos em uma especialidade e amplos no entendimento do ecossistema. “A operação de 2026 exige menos execução mecânica e mais articulação estratégica”, explica Avelar.

Mais do que tendências, o ano revela uma ruptura. 2026 exige menos experimentação impulsiva e mais reflexão estrutural; menos repetição de fórmulas e mais questionamento sobre os motivos do fracasso delas; menos pressão na adoção de ferramentas e mais clareza em reorganizar processos.

Para Avelar, o alerta é direto: “Os velhos playbooks (manuais usados pelas empresas para gerar crescimento) já não explicam a realidade. Insistir neles ou em fórmulas prontas é a forma mais rápida de perder relevância”. As empresas que irão liderar o próximo ciclo serão aquelas capazes de abandonar práticas obsoletas e construir um novo playbook, guiado por dados, método e coragem estratégica, compatível com a realidade do mercado e seus consumidores e com as especificidades do seu negócio.



ReptiEye_CANVA