

Empresas & Negócios

CAPA_fizkes_CANVA

BNDES PERIFERIAS

Com apoio do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), o Programa ANIP BNDES Periferias será implementado no Distrito do Jardim Ângela, na zona sul de São Paulo. Serão selecionados 500 empreendedores durante o programa. As inscrições estão abertas e podem ser feitas pelo link: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfZNSLrR21KOWR_e-QQA-Ey807vVn6g1LV1Cgm47wbB2OEFfZA/viewform?usp=send_form.

COMÉRCIO DIGITAL

ECONOMIA DA ATENÇÃO REDEFINE AS VENDAS DIGITAIS E IMPÕE NOVO DESAFIO AOS SELLERS DE MARKETPLACE

▶▶▶ [Leia na página 8](#)

Como a energia solar pode reduzir custos para as empresas

Profissional aponta como autonomia no consumo elétrico é vantajosa para o orçamento empresarial

Com o cenário de juros elevados e custos operacionais crescentes, a energia solar vem ganhando espaço como uma opção de redução de gastos de empresas no país. Segundo levantamento da TTS Energia, a adoção de sistemas solares fotovoltaicos para geração própria avançou 9,7% entre empresas e indústrias brasileiras no primeiro semestre de 2025, em comparação ao mesmo intervalo do ano anterior. No período, mais de 169 mil novas companhias passaram a incorporar a fonte solar às suas operações, com uma economia mensal que pode chegar a R\$125 mil para sistemas com capacidade de 1,3 MWp.

De acordo com Raphael Brito, Fundador e Diretor Executivo da Solarprime, uma das maiores redes de energia solar do Brasil, empresas que adotam uso de energia solar fotovoltaica podem reduzir em até 95% os gastos com eletricidade, dependendo do perfil de consumo e do modelo adotado. A economia é especialmente relevante para setores como indústria, comércio, logística, redes varejistas e serviços.

Para ajudar empresários a entender como alcançar esse nível de economia, o executivo destaca pontos positivos. Confira:

Variável estratégica do negócio – A conta de energia deixou de ser apenas uma despesa fixa e passou a ser um símbolo importante dentro do planejamento financeiro das empresas. Com a adoção de fontes renováveis, o impacto é direto no fluxo de caixa, contribuindo para maior



Divulgação: Solarprime

“ A economia é especialmente relevante para setores como indústria, comércio, logística, redes varejistas e serviços.

previsibilidade financeira e redução de custos.

Redução riscos operacionais e a dependência – Sistemas híbridos e soluções de armazenamento por baterias têm ganhado espaço, especialmente nos segmentos comercial e industrial. Essas tecnologias permitem que empresas acumulem energia fora do horário de pico,

utilizem quando a tarifa é mais elevada e mantenham operações mesmo em situações de instabilidade da rede elétrica. Na prática, a adoção dessas soluções significa menor dependência das concessionárias, redução de riscos operacionais e maior controle sobre custos energéticos ao longo do tempo.

Investimento como proteção de longo prazo – Para muitas empresas, o diferencial competitivo está justamente na capacidade de armazenar energia e utilizá-la de forma inteligente, evitando picos tarifários e perdas produtivas. O empresário que investe em sistemas híbridos com baterias não está apenas economizando. Ele está protegendo seu negócio contra volatilidade de preços, fortalecendo sua imagem e tomando uma decisão alinhada ao futuro da economia.

Sete erros que podem levar à "demissão" do estagiário

Especialista da Companhia de Estágios sinaliza pontos de atenção para ter uma experiência positiva no estágio e aumentar as chances de efetivação. ▶▶▶

Moltbook: três fake news sobre "rede social de IAs conscientes" distorcem debate

Especialista da Sem Codar explica porque caso Moltbook revela mais sobre sensacionalismo humano do que sobre autonomia artificial. ▶▶▶

O futuro da integração entre IA e negócios está na autonomia — não na automação

Vivemos um momento em que a inteligência artificial deixou de ser uma ferramenta de apoio e se tornou uma força estruturante na forma como tomamos decisões, consumimos e nos relacionamos com marcas. ▶▶▶

Quero ir morar em Portugal, qual o primeiro passo? Como imigrar legalmente

O sonho de morar em Portugal tem atraído cada vez mais brasileiros, seja pela segurança, pela qualidade de vida, pela facilidade do idioma ou pela forte presença da comunidade brasileira no país, mas, antes de arrumar as malas e embarcar no avião, é fundamental entender como funciona o processo de imigração e quais passos devem ser seguidos para entrar e permanecer legalmente em território português. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

AI/Confefbras



Capacitação executiva no maior grupo cooperativo do mundo

O Programa de Capacitação Executiva – Intercâmbio Confefbras leva lideranças cooperativistas brasileiras ao País Basco, para uma imersão prática no Grupo Mondragón, o maior ecossistema cooperativo do mundo. Durante a experiência, os participantes conhecem, na prática, como Mondragón estrutura sua governança democrática, seus mecanismos de intercooperação, o desenvolvimento de pessoas e a integração entre inovação, sustentabilidade e resultados. A capacitação conecta lideranças cooperativistas a um modelo internacional de referência, promovendo aprendizado aplicado, troca qualificada de experiências e reflexões orientadas à implementação direta na realidade de cada cooperativa (<https://confefbras.coop.br/intercambio-confefbras-landingpage/>). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Divulgação Indicium



A ABAP lançou um curso de capacitação em IA Generativa para agências de publicidade

@A ABAP – Espaço de Articulação Coletiva do Ecossistema Publicitário lançou no dia 28 de janeiro um curso de capacitação em IA Generativa para agências de publicidade. A iniciativa, em parceria com o Templo, reafirma o compromisso da ABAP junto ao mercado, para que as agências estejam atualizadas, preparadas e na vanguarda, diante do rápido avanço tecnológico. O curso é 100% gratuito e exclusivo para associadas ABAP. O curso “IA Generativa para Agências de Publicidade” é composto de mais de 6 horas de aulas gravadas e pode ser visto pelos colaboradores das agências quantas vezes necessário, dentro do período de um ano. Além disso, as agências associadas também terão acesso às ferramentas de IA do Templo, na Plataforma Classplay, por três meses. O primeiro webinar ABAP do ano teve como host a diretora-executiva, Mariana Panhoni, e contou com a presença da presidente Marcia Esteves (<https://www.abap.com.br/como-se-associar/>). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Literatura

Livros em Revista

Por Ralph Peter



▶▶▶ [Leia na página 4](#)

OPINIÃO

Com IA não existe mais desculpa para não testar

Adriano José Valadão Freitas (*)

A maioria das empresas não falha por falta de estratégia e sim por excesso de convicção.

Em salas de diretoria, decisões milionárias continuam sendo tomadas com base em apresentações impecáveis, análises robustas e décadas de experiência acumulada. Mas a experiência não substitui evidência. Em 2026, ignorar dados e experimentação deixou de ser confiança estratégica e passou a ser fragilidade operacional.

Hoje, a prototipagem ganhou uma nova camada de sofisticação com o uso de Inteligência Artificial. Ferramentas de IA permitem criar protótipos funcionais em horas, simular jornadas completas, gerar variações de interface automaticamente, testar mensagens com diferentes públicos e até prever padrões de comportamento com base em dados históricos. O que antes levava semanas agora pode ser validado em dias. A IA não substituiu o pensamento estratégico, mas acelera a aprendizagem e reduz drasticamente o custo do erro.

Prototipar nunca foi improvável. É engenharia de risco. É transformar hipótese em evidência antes de comprometer orçamento, reputação e energia organizacional. Em Customer Experience (CX), isso significa testar experiências antes do lançamento, mapear fricções invisíveis, rodar experimentos A/B, simular interações com clientes reais ou sintéticos, medir micro conversões e iterar rapidamente. O princípio é simples: fazer para aprender antes de escalar.

Existe também uma mudança estrutural no ecossistema de inovação. Incubadoras, aceleradoras, corporate labs e sandboxes regulatórios tornaram-se ambientes controlados para testar modelos de negócio com risco reduzido. Pequenas e médias empresas têm uma vantagem competitiva clara nesse cenário. Elas operam com menor inércia política, menos camadas de aprovação e maior capacidade de pivotar rapidamente. Enquanto

grandes corporações ainda dependem de ciclos longos de validação interna, PMEs conseguem testar, ajustar e relançar em semanas. Agilidade hoje é mais estratégica do que escala.

Além disso, a maturidade digital elevou o padrão decisório. Analytics deixou de ser área de suporte e passou a ser infraestrutura estratégica. Métricas de comportamento, cohort analysis, experimentação contínua, modelagem preditiva e dashboards em tempo real não são luxo analítico, são base para governança orientada por dados. Empresas que crescem consistentemente adotam a lógica de teste como cultura, não como exceção. Elas não perguntam se vai funcionar. Perguntam qual experimento rodar primeiro.

O erro recorrente ainda é acreditar que o cliente reagirá como previsto no planejamento. Só que cliente não é apenas uma pessoa em um slide. São pessoas complexas, inseridas em contextos diversos, com expectativas dinâmicas. A distância entre intenção estratégica e experiência percebida é onde mora o risco. Prototipagem, experimentação e analytics encurtam essa distância.

Em mercados saturados e hipercompetitivos, a vantagem não está apenas no produto, mas na capacidade de aprender mais rápido do que o concorrente. Nem os mais espertos da sala do último andar, cercados de dashboards, relatórios estratégicos e apresentações impecáveis, sabem ao certo até onde a IA pode transformar seus próprios negócios. A verdade é que ninguém tem todas as respostas, por mais sofisticado que seja o discurso ou mais robusto que pareça o planejamento.

Mas existe uma coisa que não exige genialidade visionária para entender: quem testa aprende. Quem aprende mais rápido ajusta antes. E quem ajusta antes chega na frente. No fim, vence quem coloca hipóteses na rua e deixa a realidade responder com dados.

(*) Diretor de Design da Pacific.co (San Diego, CA).

Executivo da Microsoft diz que IA substituirá a maioria dos trabalhadores de escritórios até 2027

Já é certo que a Inteligência Artificial destruirá postos de trabalho.

Vivaldo José Breternitz (*)

O que ainda não se conhece, com certeza, são os volumes de postos que serão destruídos, quais as funções e regiões que serão mais afetadas etc. Alguns acreditam que os impactos não serão muito sérios, e que medidas destinadas a mitigar demissões podem fazer com que a sociedade como um todo não sofra muito.

Mas alguns fazem previsões assustadoras, que tem mais peso em função dos cargos que ocupam – é o caso de Mustafa Suleyman, diretor executivo de IA da Microsoft, que afirmou em entrevista ao jornal *Financial Times* que a tecnologia poderá substituir a maioria dos trabalhadores de escritórios em um prazo que oscila entre 12 e 18 meses.

Segundo ele, sua empresa está desenvolvendo uma IA capaz de realizar praticamente todas as tarefas desempenhadas por profissionais humanos. A promessa é oferecer uma ferramenta que automatizará rotinas de advogados, contadores, gerentes de projetos, desenvolvedores de software, profissionais de marketing e outros.

Suleyman disse que, em dois a três anos, agentes de IA poderão administrar fluxos de trabalho de grandes organizações com muita eficiência. Ele acrescentou que criar esses agentes será tão simples quanto produzir um podcast ou escrever um blog, permitindo soluções personalizadas para cada organização ou indivíduo.



ISMAGILOV_CANVA

Suas afirmações contradizem posições mantidas até pouco tempo, quando gigantes da tecnologia diziam que IA serviria para “auxiliar” trabalhadores em tarefas repetitivas, não para substituí-los. Mas essa narrativa vem mudando: Amazon e Meta já relacionaram demissões em massa à adoção da tecnologia, embora alguns analistas digam que culpar a IA é um alibi conveniente para ocultar ineficiências de administradores, pois dados recentes mostram que, apesar das demissões, a adoção da IA ainda não trouxe retornos financeiros significativos para a maioria das empresas.

Se as previsões de Suleyman se confirmarem, o impacto será profundo: quase

todos os profissionais que trabalham diante de um computador estarão em risco já nos próximos meses, justificando o neologismo que vem circulando no ambiente empresarial: IA trará um “jobs apocalypse”.

E para o Brasil, infelizmente, as perspectivas parecem ser ainda mais sombrias, pois se jovens altamente qualificados de nações ricas enfrentam barreiras cada vez maiores para conseguir um emprego, o que dizer da juventude brasileira, que em sua maioria não tem acesso a uma boa educação?

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

Ataques cibernéticos contra empresas saltam de 48 mil para 13,3 milhões no último ano

O setor produtivo brasileiro testemunhou recentemente uma explosão sem precedentes no volume de incidentes registrados. No intervalo de apenas um ano, o número de ataques saltou de 48,7 mil para 13,3 milhões, colocando as pequenas e médias empresas (PMEs) como principal alvo na linha de frente dos crimes cibernéticos. O custo médio de uma violação de dados nos dias atuais atinge a marca de US\$ 4,45 milhões, escalonando a importância da proteção digital como uma questão de sobrevivência financeira das empresas.

Representando 96% das companhias do país, a vulnerabilidade das PMEs vem se agravando pela falta de processos internos. Seja por meio de credenciais roubadas ou erros de configuração, dados do setor indicam que o fator humano está presente em 68% das violações cibernéticas.

A partir desse cenário, especialistas em tecnologia defendem que a proteção de um negócio depende da construção de uma cultura de segurança estruturada em um roteiro prático, focado na correção de brechas abertas e no treinamento das equipes.

A transformação da segurança em um pilar do negócio exige um plano de ação imediato. Isso permite que a empresa saia de um estado de exposição crítica para uma postura de resiliência, focando em autenticação multifator, atualizações de softwares e, principalmente, no letramento digital dos colaboradores.

Tendências para 2026: IA e o risco do Ransomware 2.0

As projeções para o ano de 2026 apontam para uma sofisticação ainda maior das ofensivas, impulsionada pelo uso de Inteligência Artificial (IA). Para automatizar ataques e criar campanhas de engenharia social personalizadas, os invasores digitais tem operado a partir das ferramentas de IA, por serem capazes de burlar métodos tradicionais de detecção. Outro ponto de atenção são os avanços do Ransomware 2.0, que é voltado para bloquear sistemas e realizar a extorsão mediante a ameaças de vazamento de dados estratégicos de rede.

A infraestrutura tecnológica também apresenta novos pontos de exposição, para além das falhas humanas. A integração massiva de dispositivos de Internet das Coisas (IoT) no



blacknova_CANVA

ambiente corporativo e a profissionalização do Ransomware-as-a-Service (RaaS) permitem que ataques complexos sejam desferidos contra empresas de qualquer porte, explorando redes domésticas e dispositivos sem a devida atualização de segurança.

Conectividade segura e o modelo 'Zero Trust' para evolução

Visando minimizar esses riscos, a estratégia das empresas deve abandonar a confiança implícita em usuários internos. O modelo Zero Trust (Confiança Zero) surge como uma das principais tendências em 2026, exigindo verificação contínua para qualquer acesso à rede, estabelecendo que nenhuma entidade é confiável por padrão, obrigando as empresas a verificarem continuamente identidades e dispositivos.

Para a Claro empresas, atuar na implementação de soluções que unem conectividade robusta a camadas de proteção capazes de monitorar e responder a ameaças em tempo real exige alguns pontos focais como prioridade de defesa para as PMEs:

- **Gestão de Vulnerabilidades:** Identificação constante de portas abertas em sistemas e dispositivos IoT.
- **Proteção de Endpoints:** Segurança específica para cada terminal (computadores e celulares) que acessa os dados da empresa.

- **Criptografia e Backup:** Medidas essenciais para neutralizar a eficácia de ataques de extorsão e sequestro de arquivos.

LGPD: O pilar de proteção e conformidade

Para além da defesa técnica, a adequação em direção à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) é substancial para a sustentabilidade das PMEs. Estar em conformidade, evita multas que podem chegar a 2% do faturamento e garante a transparência no tratamento de dados e fortalece a confiança perante os clientes.

Para as PMEs, o processo de adequação exige o mapeamento do ciclo de vida dos dados, da coleta ao descarte e a nomeação de um encarregado (DPO), mesmo que terceirizado. A conformidade age como uma camada estratégica de segurança que, ao organizar o acesso às informações, permite à empresa reduzir drasticamente a superfície de ataque para vazamentos e garante que, em caso de incidente, existam protocolos jurídicos e técnicos prontos para a contenção de danos. No ambiente digital de 2026, a resiliência operacional será indissociável da responsabilidade com a privacidade.

Em um mercado onde o volume de ataques cresceu exponencialmente, a capacidade de detectar uma intrusão antes que ela paralise a operação é o que define as empresas que poderão prosperar no ambiente digital de 2026.

News@TI

Okser lança solução de onboarding para o SAP Business One

A Okser, consultoria especializada no SAP Business One, acaba de lançar o OkserSeed, um novo método da empresa baseado no ERP que oferece implantação padronizada, gestão dos dados fiscais como ponto de partida e entrada em operação guiada. A solução tem como objetivo constituir uma base sólida para acelerar a adoção do sistema de gestão. A oferta é voltada para organizações em crescimento que precisam sustentar processos de compras, estoque, vendas, faturamento, cobrança, financeiro, além de cadastros mestre e visão gerencial, mas que esbarram em três fortes barreiras: implementações longas e difíceis de prever, alto investimento inicial e adoção travada pelo time durante a transição (https://okser.com.br).

Razer anuncia o teclado Huntsman Singature Edition

A Razer, marca líder mundial em estilo de vida para gamers, acaba de anunciar o Razer Huntsman Signature Edition, um teclado flagship criado para usuários que buscam desempenho máximo aliado a um elemento sofisticado para o setup. Posicionado no topo do portfólio de teclados da Razer, o Huntsman Signature Edition consolida anos de pesquisa em tecnologia de switches, acústica e materiais em um design meticulosamente desenvolvido (https://www.razer.com/campaigns/20th-anniversary).

Empresas & Negócios José Hamilton Mancuso (1936/2017)

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

Laurinda Machado Lobato (1941-2021)

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.

Responsável: Lilian Mancuso

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

Dezenove estados têm em 2025 o menor desemprego já registrado

Dezenove estados e o Distrito Federal (DF) fecharam o ano de 2025 com a menor taxa de desemprego registrada na série histórica da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua, iniciada em 2012

Os dados foram divulgados na sexta-feira (20) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Para o país como um todo, o ano de 2025 terminou com taxa de desemprego de 5,6%, a menor já registrada na série histórica iniciada em 2012, conforme anunciou o IBGE no fim de janeiro. A pesquisa do IBGE apura o comportamento no mercado de trabalho para pessoas com 14 anos ou mais e leva em conta todas as formas de ocupação, seja com ou sem carteira assinada, temporário e por conta própria, por exemplo.

Pelos critérios do instituto, só é considerada desocupada a pessoa que



O ano de 2025 terminou com taxa de desemprego de 5,6%, a menor já registrada na série histórica iniciada em 2012.

efetivamente procurou uma vaga 30 dias antes da pesquisa. São visitados 211 mil domicílios em todos os estados e no Distrito Federal. Apesar de não ter vivenciado queda na taxa de desemprego, Rondônia fechou o ano em 3,3%,

quarto menor índice do país. O recorde de mínima da desocupação do estado do norte foi 3,1%, em 2023.

O IBGE aponta ainda que o DF e oito estados fecharam o ano com rendimento mensal do trabalhador acima da

média do país (R\$ 3.560). O DF lidera com sobre o ranking, explicado pelo grande contingente de funcionários públicos na capital federal, que conseguem uma remuneração acima da média da iniciativa privada.

De todos os estados que atingiram os menores índices de desemprego em 2025, o único que não apresentou queda na comparação com 2024 foi o Amazonas, que repetiu a marca de 8,4%. Ao fazer comentários sobre a Pnad, o analista da pesquisa, William Kratochwill, explica que a mínima histórica em 2025 “decorre do dinamismo observado no mercado de trabalho, impulsionado pelo aumento do rendimento real” (ABR).

Pejotização exige atenção redobrada das empresas diante de riscos trabalhistas

O debate em torno da pejotização segue em evidência e acende um alerta relevante para empresas de todos os portes

Prática, caracterizada pela contratação de subordinados por meio de pessoa jurídica com o objetivo de descaracterizar uma relação de emprego, é vedada pela legislação trabalhista brasileira e pode gerar consequências jurídicas significativas para o contratante.

Conforme entendimento consolidado da Justiça do Trabalho, a existência de contrato civil ou de pessoa jurídica não impede o reconhecimento do vínculo empregatício. Sempre que estiverem presentes os requisitos da relação de emprego, pessoalidade, subordinação, habitualidade e remuneração, o contrato é considerado nulo, abrindo espaço para condenações ao pagamento de verbas trabalhistas, encargos previdenciários e rescisórios.

“Enquanto a terceirização pressupõe a contratação de uma empresa prestadora de serviços, a pejotização ocorre quando se tenta ocultar uma relação de emprego por meio da constituição de uma pessoa jurídica”, explica Karinne Lima, advogada e sócia no escritório Lessa & Lima Associados.

Apesar dessa distinção jurídica, decisões recentes do Supremo Tribunal Federal ampliaram o debate ao aproximar os conceitos de terceirização e pejotização. Em abril de 2025, o STF reconheceu a repercussão

geral do Tema 1.389, determinando a suspensão nacional de processos que discutem o reconhecimento de vínculo empregatício em contratos civis e comerciais. A medida impactou milhares de ações em tramitação no país e trouxe novos elementos de insegurança jurídica.

Dados do Banco Nacional de Precedentes do Conselho Nacional de Justiça indicam que, até 17 de dezembro de 2025, aproximadamente 49,9 mil processos estavam suspensos em razão do Tema 1.389, com tempo médio de paralisação superior a cinco meses. O cenário afeta diretamente empresas e trabalhadores, ao postergar definições relevantes sobre direitos e obrigações.

Outro ponto de atenção é a ampliação do uso da pejotização em atividades de menor faixa salarial. Além do risco de condenações trabalhistas, o reconhecimento do vínculo pode gerar reflexos tributários e previdenciários, incluindo autuações fiscais e cobranças retroativas.

Diante desse contexto, especialistas recomendam que as empresas revisem criteriosamente seus modelos de contratação, assegurem conformidade com a legislação vigente e adotem práticas transparentes na gestão de pessoas. “Embora o debate esteja em evolução no judiciário, as normas trabalhistas permanecem plenamente aplicáveis. A adoção de estruturas contratuais frágeis pode expor a empresa a riscos financeiros, operacionais e reputacionais”, conclui Karinne.

Regulamentação de salvaguardas em acordos comerciais

O governo federal editará um decreto para regulamentar salvaguardas – instrumentos de proteção a produtores nacionais – em acordos comerciais firmados pelo Brasil, anunciou o presidente em exercício e ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, Geraldo Alckmin. A declaração foi feita em Caxias do Sul (RS), durante a abertura da 35ª Festa Nacional da Uva e Feira Agroindustrial.

Segundo Alckmin, a medida vai estabelecer regras claras para aplicação de mecanismos de proteção à produção brasileira em casos de aumento repentino de importações que causem prejuízos a setores da indústria e do agronegócio. O decreto deverá abranger tanto acordos já vigentes quanto futuros compromissos comerciais. “O presidente Lula vai regulamentar a salvaguarda por decreto. Se houver aumento grande de importação, a medida pode ser acionada imediatamente”, afirmou.

Salvaguardas são mecanismos previstos em acordos comerciais que permitem a um país reagir a surtos de importação decorrentes da redução de tarifas negociadas. Caso fique comprovado dano grave à produção nacional, o governo pode: Estabelecer cotas de importação; Suspender a redução tarifária prevista no acordo; Restabelecer o nível de imposto anterior à vigência do tratado. O decreto deverá definir prazos, procedimentos de investigação e condições para aplicação das medidas.

A regulamentação ocorre em meio à ampliação da rede de acordos do Mercosul. Desde 2023, o bloco concluiu negociações com Singapura, com a Associação Europeia de Livre Comércio (EFTA) e, mais recentemente, com a União Europeia. Com os novos tratados, a parcela da corrente de comércio brasileira coberta por preferências tarifárias passou de 12% para 31,2%, mais que dobrando o alcance dos acordos (ABR).

Educação financeira a famílias no CadÚnico

Pessoas inscritas no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal (CadÚnico) podem utilizar uma ferramenta educativa que utiliza a linguagem do futebol para promover educação financeira.

De acordo com a Secretaria de Comunicação Social (Secom) da Presidência da República, o jogo Bate-Bola Financeiro propõe uma experiência simples e interativa para ensinar conceitos básicos de organização financeira, controle de gastos, planejamento e noções voltadas a pequenos negócios.

“A cada pergunta respondida corretamente, o time avança em campo até marcar o gol. Em caso de erro, o jogador tem novas chances de aprender e seguir na partida. As fases são divididas em níveis fácil, médio e difícil, permitindo uma aprendizagem gradual”, detalhou a pasta em comunicado.

O Bate-Bola Financeiro pode ser acessado gratuitamente pelo celular ou pelo computador, por meio do endereço (<https://mds.batebola-financeiro.com.br/pt>). Embora o foco sejam famílias em situação de vulnerabilidade social inscritas no CadÚnico, qualquer pessoa pode acessar o jogo (ABR).

Empresas & Negócios

Para veiculação de seus Balanços, Atas, Editais e Leilões neste jornal, consulte sua agência de confiança, ou ligue para **3106-4171**

www.netjen.com.br

NEGÓCIOS em PAUTA

lobato@netjen.com.br

A – Vagas de Estágio

A Secretaria da Educação do Governo do Estado de São Paulo (SEDUC) e o Centro de Integração Empresa-Escola (CIEE) anunciam a abertura de mais de 10 mil vagas para o programa de estágio destinado a alunos do ensino superior, a partir do 1º semestre, dos cursos de Engenharia da Computação, Engenharia de Sistemas, Tecnologia da Informação, Engenharia de Software, Tecnologia em Redes de Computadores, Análise e Desenvolvimento de Sistemas, Ciência da Computação e Sistemas de Informação. As inscrições e provas online vão até as 12h do dia 02/03, terça-feira, e podem ser acessadas pelo site: (<https://pp.ciee.org.br/vitrine/13859/detalhe>).

B – Desafios de Gestão

Para auxiliar empreendedores a entender as complexas mudanças fiscais, a Omie, líder em sistema de gestão (ERP) para PMEs, disponibiliza um eBook gratuito que explica os impactos da Reforma Tributária nos pequenos negócios. Com linguagem acessível, o material descomplica o tema e orienta estrategicamente o planejamento durante a transição do novo sistema de impostos sobre consumo, que vai de 2026 a 2033. O eBook está disponível gratuitamente no link (<https://www.omie.com.br/materiais-ricos/>).

C – Segmento de Eletrificados

O Grupo T-Line inicia oficialmente a comercialização do Yaris Cross Hybrid em sua unidade de 10.500 m², localizada na Avenida Washington Luís, em Santo Amaro, São Paulo. A chegada do SUV híbrido à concessionária marca o início de uma nova etapa comercial do modelo no país, agora com oferta

regular e unidades disponíveis para test-drive. Considerado um dos lançamentos mais aguardados da Toyota no país, o SUV chega ao competitivo segmento de compactos com tecnologia híbrida flex, foco em eficiência energética e um pacote robusto de conectividade, segurança e conforto.

D – Novos Recordes

Janeiro é, historicamente, o mês do ano com menor movimentação no Porto de Santos, devido a fatores climáticos e mercadológicos. Mas 2026 começa já com marcas históricas: é o melhor início de ano da história. Em janeiro de 2026, foram movimentadas 12,7 milhões de toneladas de cargas no Porto de Santos. O número é 9,5% maior que o de 2025 (11,6 milhões) e 6,8% maior que o recorde anterior (2024, quando foram 11,9 milhões). Em contêineres, o resultado é também histórico: foram 467 mil TEU, marca 1,4% maior que em janeiro de 2024 e melhor resultado para o mês.

E – Minicursos IBM

A IBM, em colaboração com o Centro de Integração Empresa-Escola (CIEE), está oferecendo cursos online gratuitos com certificação, focados no desenvolvimento de habilidades práticas em IA e outras tecnologias emergentes. A iniciativa visa apoiar estudantes que desejam se preparar para o mercado de trabalho com conteúdo atualizado e prático. Ao todo, a colaboração reúne seis minicursos na plataforma IBM SkillsBuild, destacando como a IA já está moldando o trabalho, a indústria e o cotidiano, e ajudando os alunos a entender onde novas oportunidades de carreira estão surgindo. Saiba mais: (<http://ibm.biz/ciee-all>).

F – Cuiabá e Rondonópolis

O Sesc-MT está com inscrições abertas para o preenchimento de diversas oportunidades de trabalho nas unidades de Cuiabá, Sesc Salgadeira e Sesc Rondonópolis. As vagas contemplam cargos de níveis médio e superior. Os interessados em participar do processo seletivo, devem se candidatar de forma online, acessando a aba “Trabalhe Conosco” no site (www.sescmt.com.br). Para todos os cargos é necessário ter a disponibilidade para trabalhar nos períodos matutino, vespertino, noturno, finais de semana e feriados, quando necessário, nos termos da legislação trabalhista, além de no mínimo seis meses de experiência na área respectiva.

G – Feira de Energia

Entre os dias 17 e 19 de março, Macaé/RJ sediará o maior evento voltado ao mercado de energia da região. Organizado pela Firjan, realizado pela Open Brasil, com parceria estratégica da Prefeitura Municipal de Macaé e da RedePetro-BC, o encontro tem foco na geração de negócios. O evento tem como proposta conectar empresas, executivos e fornecedores dos mercados de óleo, gás e energias em um ambiente estratégico, voltado ao networking, à geração de oportunidades e à disseminação de conteúdo técnico qualificado. Informações e inscrições podem ser obtidas no site: (www.macaenergy.com.br).

H – Cores de Carros

A Webmotors acaba de revelar as cores de carro que mais interessaram os brasileiros em 2025. O levantamento do Webmotors Autoinsights, ferramenta que fornece dados e informações sobre o setor automotivo brasileiro, considera as visitas pelos veículos novos e usados anunciados na plataforma entre janeiro e dezembro do ano passado. No mercado de usados, os veículos da cor branca foram os que mais receberam visitas, com 22,21% do total de acessos entre as 10 cores mais requisitadas. Na sequência, aparecem preta (28,01%), prata (18,18%), cinza (17,82%), azul (7,41%), vermelha (7,14%), verde (2,16%), marrom (1,09%), bege (0,91%) e amarela (0,89%).



Livros em Revista

Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



Praia Central: Um romance policial

Heitor de Moraes – O Heitor é um romancista bastante culto, elevado, com um senso crítico refinado, jamais poderia imaginar que também atua no campo de profecias adivinhatórias. Nesta obra ficcionou um sistema financeiro que naturalmente floresceu em nosso meio de maneira bastante real. Tendo como cenário um dos pontos mais encantadores do Brasil e também um dos mais caros, uma trama muito bem urdida teve lugar. Na chamada Dubai brasileira – Balneário Camboriú – fraudadores fizeram desse recanto seu refúgio luxuoso e quase à prova de identificação. Qualquer semelhança com momentos conhecidos, será mera semelhança ou plágio. Muito oportuna!!



A Filosofia de Warren Buffett: os grandes ensinamentos do maior investidor de todos os tempos

Mary Buffett e David Clark – Com título auto explicativo essa obra será inegavelmente um bellissimo instrumento de cultura, não só financeira, como também filosófica que poderá ser utilizada por qualquer ser vivente, jovem ou adulto que deseje obter sucesso em suas andanças pelo mundo afora. Deveria ser obrigatória nas escolas fundamentais e nas universidades voltadas à economia, administração, finanças e filosofia. Por demais factível!



De funcionários a Influenciadores: Por que ter programas de funcionários influencers vale a pena

Carolina Terra – Summus – Autora é professora, mestre e doutora em Ciências da Comunicação e muitos títulos atinentes. Valeu-se de seu extenso cabedal para mostrar ao mundo empresarial o quanto é vantajoso e necessário contar com colaboradores influenciadores, tanto para o mercado externo quanto para o interno. O termo “vestir a camisa” que parecia um tanto quanto fora de moda, está mais vivo que nunca! A professora demonstra com muita categoria, que no universo midiático, o (a) profissional qualificado tem o condão de elevar ao mais alto grau o nome da empresa onde atua. Após a leitura da obra, parecerá simples!!

www.bcctelevisao.com.br

Assista ao programa Livros em Revista. Um canal repleto de novidades do universo literário. Entretenimento garantido!



Com apresentação de Ralph Peter.



Dealerspace S.A.

CNPJ/MF Nº 43.970.000/0001-27 - NIRE 35.300.636.562

Edital de Convocação de Assembleia Geral Extraordinária Realizada em 03/03/2026. O Sr. Diretor Presidente da Dealerspace S.A. (“Companhia”), convoca, na forma da Cláusula 8ª do Estatuto Social da Companhia, os Srs. Acionistas para a Assembleia Geral Extraordinária (“AGE”) da Companhia a realizar-se às 10hs do dia 03/03/2026, por meio digital, pela plataforma Microsoft Teams através de endereços e instruções de acesso a serem enviadas, eletronicamente e nesta data, pelo Diretor Presidente à totalidade dos Acionistas da Companhia, conforme admitido pelo artigo 9º, §4º do Estatuto Social da Companhia, para deliberar sobre a seguinte ordem do dia: (a) Apresentação do laudo de avaliação da Companhia, elaborado pela Cosmos Advisors – Assessoria Empresarial Ltda., datado de 20/01/2026, o qual se encontra arquivado na sede da Companhia; (b) Aumento do capital social da Companhia, atualmente de R\$ 6.552.717,19 (seis milhões, quinhentos e cinquenta e dois mil, setecentos e dezesseite reais e dezenove centavos), no valor de até R\$ 7.207.311,09, (sete milhões, duzentos e sete mil, trezentos e onze reais e nove centavos), mediante a emissão de novas ações a serem subscritas e integralizadas em até 30 dias da data de realização da Assembleia Geral Extraordinária de Acionistas da Companhia, em moeda corrente nacional, bem como aprovar os respectivos boletins de subscrição e alteração do caput da Cláusula 5ª do Estatuto Social da Companhia, referente ao seu capital social; (c) Autorização aos Diretores e/ou procuradores da Companhia para tomarem todas as providências necessárias à efetivação das matérias acima, caso aprovadas. Nos termos do artigo 135, §3º, da Lei das S.A., os documentos e informações pertinentes às matérias a serem deliberadas estão à disposição dos Acionistas na sede da Companhia. Barueri, 21/02/2026. **Vinicius Zacche Vazquez** - Diretor Presidente.



Publicidade Legal



WhatsApp, e-mail ou SMS? Veja estratégia para não ‘queimar’ contato com cliente

Quando integrado de forma autônoma, o uso de mensageria pode elevar o engajamento de leads em até 66%, de acordo com a ActiveCampaign

Em um mercado saturado por notificações, o dilema entre qual canal priorizar - WhatsApp, e-mail ou SMS - tornou-se o centro da estratégia das empresas brasileiras.

No entanto, para o diretor global de Vendas da ActiveCampaign, Rodrigo Bidinoto, a resposta não reside na tecnologia, mas no comportamento humano. Segundo ele, o erro capital é ignorar a conveniência de quem recebe a mensagem.

Dados globais da ActiveCampaign, empresa com foco em CRM e automação de marketing, dão suporte a essa visão: marcas que automatizam a jornada do cliente com base em preferências reais economizam, em média, 13 horas semanais de trabalho manual. Além disso, quando integrado de forma autônoma, o uso de mensageria pode elevar o engajamento de leads em até 66%, de acordo com a empresa.

“Não devemos considerar um canal mais ou menos relevante que o outro”, diz Bidinoto. “Temos que olhar sempre pela ótica do cliente. Se a preferência dele é receber e-mail, essa deve ser uma opção oferecida pela marca. É para isso que serve uma plataforma omnicanal”. Segundo o especialista, para as empresas, esse tipo de customização agrega valor, e uma alternativa para atender sempre às preferências de cada cliente é automatizar os canais de comunicação.



SMS é nicho de alta confiança

Para Bidinoto, no Brasil, o SMS ocupa um nicho de alta confiança que o WhatsApp ainda não preencheu totalmente: o oficialismo. “O SMS ainda funciona muito bem no Brasil para comunicações transacionais, como autenticações multifator. Existe uma percepção de segurança maior; quando o código vem por SMS, o usuário sente que é da empresa e não um golpe”. Assim, o canal é imbatível para o uso rápido, como a integração automática de códigos no celular facilitando a experiência do usuário sem fricção.

Para conteúdos que exigem profundidade, o e-mail segue sendo a fundação insubstituível. “Para mandar uma

quantidade grande de informações, você não pode usar só o WhatsApp. O e-mail é fundamental para o marketing de massa segmentado, dado o seu baixo custo comparado com outros canais de comunicação.

O executivo afirma que bases bem trabalhadas e tagueadas podem alcançar resultados extraordinários, com até 90% de taxa de abertura ao enviar campanhas personalizadas.

E o WhatsApp?

Se o e-mail constrói a base, o WhatsApp é quem “bate o martelo”. “O e-mail pode ter o Call to Action para falar no WhatsApp. É aí que o marketing se transforma em conversacional e onde acontece a captura do lead”, diz Bidinoto. No entanto, a ActiveCampaign alerta contra o spam massivo: o uso deve ser personalizado para evitar bloqueios pela Meta (dona do WhatsApp, Facebook e Instagram).

No final das contas, o encerramento do planejamento tático deve focar na rentabilidade. Bidinoto critica as “métricas de vaidade”, como cliques que não geram receita. “Cultura de dados é tomar decisões baseadas em fatos para otimizar o custo de aquisição. Não é converter a qualquer custo. Se você converter um cliente que não tem fit com a empresa, o prejuízo vem no churn (cancelamento do serviço) logo ali na frente.”

Quando a tecnologia se torna aliada real da educação inclusiva

Regiane Fagotto (*)

Falar em educação inclusiva hoje, vai muito além de garantir matrícula. Inclusão verdadeira pressupõe assegurar acesso, permanência, participação e aprendizagem efetiva para todos os estudantes, especialmente os alunos atípicos, que apresentam diferentes formas de aprender, se comunicar e se desenvolver.

Na prática escolar, o maior desafio não está na intenção, mas na execução. Como personalizar o ensino, adaptar avaliações, construir Planos Educacionais Individualizados (PEIs) eficientes, acompanhar o progresso dos estudantes e, ao mesmo tempo, apoiar o professor em sala de aula? É nesse ponto que a tecnologia pedagógica se torna estratégica — e é justamente aí que a plataforma Includi.com.br se consolida como uma aliada relevante das escolas.

A Includi nasce a partir da evolução da Prova Adaptada e se estrutura como um ecossistema de educação inclusiva. A proposta vai além da simples adaptação de atividades: a plataforma reúne, em um único ambiente, PEI digital, avaliações adaptadas, relatórios pedagógicos, gerador autônomo de provas e questões, recursos de redação para alunos atípicos, dashboards de acompanhamento, projeto de vida e formação docente.

Do ponto de vista técnico-pedagógico, essa integração permite que a escola trabalhe com planejamento individualizado, monitoramento contínuo e tomadas de decisão baseadas em dados concretos, e não apenas em percepções subjetivas. O professor ganha tempo, clareza e segurança para intervir de forma mais assertiva, enquanto o estudante passa a ser acom-

panhado em sua singularidade, com respeito aos seus ritmos, potencialidades e necessidades.

Como fonoaudióloga e pedagoga, acompanho de perto o quanto a inclusão exige articulação entre linguagem, cognição, comportamento e currículo. A Includi favorece exatamente essa conexão, contribuindo para transformar o discurso da inclusão em prática pedagógica cotidiana. Além disso, a plataforma também apoia alunos típicos com dificuldades de aprendizagem, ampliando seu impacto para toda a comunidade escolar.

Outro diferencial está no apoio à gestão inclusiva. A escola deixa de atuar de forma fragmentada e passa a contar com uma visão sistêmica do desenvolvimento dos estudantes, fortalecendo o trabalho da coordenação pedagógica, dos professores e das equipes multidisciplinares.

A educação inclusiva não pode ser improvisada. Ela exige método, tecnologia, formação continuada e sensibilidade pedagógica. A Includi.com.br reúne esses pilares e oferece às instituições de ensino uma solução concreta para promover equidade, aprendizagem e desenvolvimento real.

Mais do que uma plataforma, a Includi se posiciona como uma parceira estratégica das escolas que desejam avançar do discurso para a construção efetiva de uma educação para todos.

(*) Fonoaudióloga, pedagoga e coordenadora pedagógica da plataforma Includi, solução disruptiva 100% nacional vem se destacando como poderosa ferramenta para escolas e educadores no processo de adaptação pedagógica para estudantes com diferentes perfis de neurodivergência.

Fim do hype: por que o varejo entrou na “era da execução”?

Tailan Oliveira (*)

Durante anos, as conferências de varejo pareciam roteiros de ficção científica. Nesses encontros, falava-se de robôs, metaverso e até mesmo entregas por drones. Entretanto, a NRF 2026 consolidou uma virada de chave silenciosa, mas de alto impacto: o hype morreu. Como destacou David Lawrence na abertura do evento: “Se não funcionou, aprendemos. Mas, ficar parado não era uma opção”.

Podemos afirmar que entramos oficialmente na era da execução. E, nesse novo cenário que se consolida, três pilares surgem como divisores de águas entre as empresas do setor que apenas sobrevivem e as que lideram. São eles:

#1 A IA saiu da vitrine. Se em 2025 a Inteligência Artificial era uma promessa abstrata, em 2026 é algo puramente pragmático. O mercado não se interessa mais em saber o que a IA pode fazer, mas o que ela está entregando em casos reais de uso, como: otimização logística, redução drástica de rupturas de estoque e, principalmente, a IA Conversacional. Com o avanço do protocolo UCP (Universal Commerce Protocol), o consumidor está migrando sua preferência para assistentes inteligentes. Desta forma, se o dado do produto não for legível por uma máquina, a marca poderá deixar de existir para esse novo consumidor.

#2 A Reforma Tributária como catalisadora de eficiência. No Brasil, podemos afirmar que o motor

de inovação veio direto de Brasília. A transição para o novo modelo tributário se tornou o teste definitivo para o varejo. Aqueles que ainda operam com dados fragmentados ou sistemas legados, certamente, sofrerão com a complexidade fiscal. Nesse cenário, o software de gestão como, por exemplo, o ERP deixou de ser uma ferramenta de suporte para se tornar o “escudo” para garantir a margem de lucro. Afinal, organizar dados e garantir o compliance em tempo real não se restringe apenas à burocracia, mas trata-se de estratégia competitiva.

#3 Consumo em “K” e a valorização humana. O cenário macroeconômico desenhou uma curva em “K”, na qual, de um lado, há o consumo impulsionado pela

valorização de ativos e busca por experiências positivas; do outro, existe a constante luta pela eficiência no varejo. No meio desse fogo cruzado, nosso país tem uma “arma secreta”: o acolhimento. Desta forma, a grande lição para 2026 é que a tecnologia deve ser “invisível” para servir e empoderar o humano. Na prática, a IA deve dar munição para que o vendedor conheça o cliente tão bem quanto o algoritmo, mas com a personalização que só o atendimento presencial oferece.

Em 2026, o varejo deve ser pautado em dados com propósito. Ou seja, não basta digitalizar as operações em nuvem; é necessário ser autônomo. Da mesma forma, não basta apenas ter IA; é preciso ter margem. Até porque, na prática, o sucesso pertence

às empresas que já entenderam que a inovação tecnológica só tem sentido quando traduzida em eficiência operacional e conexão humana real.

Como sinalizado por Lawrence, o hype acabou. Essa afirmação ganha ainda mais força ao olharmos a projeção do Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV) de que, até março, o setor tenha uma alta de 6,3% nas vendas no país. Mesmo em meio às sazonalidades, é importante enfatizar que o setor não está buscando mais promessas, mas a execução. Quanto a isso, a pergunta que deve ser feita não é sobre qual tecnologia comprar, mas o quão rápido é possível executá-la para proteger o negócio.

(*) - É CRO da ALFA.

ChatGPT como porta-voz? Quatro desafios do uso de IA no relacionamento com stakeholders

Presidente executiva da Pine, Helena Prado, explica como a linha entre tecnologia como suporte e mensageira está sendo cruzada e as dificuldades de governança e reputação que surgem com a mudança

Em um mercado onde a agilidade é crucial, a Inteligência Artificial deixa de ser apenas uma ferramenta de suporte para assumir o papel de porta-voz institucional. Segundo o relatório "CX Trends 2024" da Zendesk, o uso de IA no atendimento ao cliente cresceu 88% no período de um ano, com chatbots e assistentes virtuais sendo as principais implementações. A fronteira entre usar a solução para otimizar processos e oferecer a ela a responsabilidade de falar pela marca está cada vez menor, trazendo riscos que muitas organizações ainda não perceberam.

Para Helena Prado, presidente executiva da Pine, agência de comunicação especializada em PR e conteúdo estratégico, essa transição coloca em jogo ativos fundamentais das marcas: confiança e reputação. "Quando chatbots evoluem para responder questões sensíveis, ferramentas generativas passam a redigir comunicados ou sistemas automatizados interagem com a imprensa, não estamos mais tratando apenas de eficiência, mas sim de quem fala pela marca, e com quais limites", afirma.



Com base no estudo da executiva sobre o impacto da IA na comunicação corporativa, Helena destaca quatro desafios centrais que surgem quando a tecnologia passa a mediar o diálogo com stakeholders.

1. A equação delicada entre IA e stakeholders

Para a Presidente Executiva da Pine, as expectativas do público são ambíguas. "As pessoas querem respostas rápidas, disponibilidade 24/7, mas também esperam empatia, contexto e senso crítico. O problema é que essas nuances ainda escapam aos algoritmos. Em situações sensíveis ou de crise, respostas imprecisas ou

excessivamente padronizadas podem comprometer relações construídas ao longo de anos", explica.

2. Quem controla a voz da IA

Outro ponto crítico é a falta de governança. "Tratar a IA como 'apenas mais uma ferramenta de TI' é um erro comum, e caro. A governança envolve decisões estratégicas sobre tom de voz, limites de atuação, fluxos de validação e, principalmente, responsabilidade final pelo que é dito em nome da organização", alerta a executiva.

3. Transparência calibrada como diferencial

Helena defende também que a transparência sobre

o uso de IA deve ser tratada como um ativo estratégico. "Chamo isso de 'transparência calibrada': informar o suficiente para gerar confiança, sem criar ruídos desnecessários.

A ferramenta vai errar, e a forma como a empresa reconhece, corrige e aprende com esses erros é o que separa um deslize tolerável de um dano reputacional grave", destaca.

4. A responsabilidade final é humana

Para a presidente da Pine, a pergunta-chave já não é se a IA será usada no relacionamento com stakeholders, pois isso já é realidade. "A questão agora é se as empresas estão preparadas para assumir a responsabilidade pelas conversas que a tecnologia conduz em seu nome", provoca.

No fim, a IA deve ser aliada, mas nunca substituta do senso crítico humano. "O papel da comunicação nunca foi tão estratégico. É ela que faz as perguntas difíceis, define limites e garante coerência. Porque, no fim do dia, não é o algoritmo que responde por uma marca, somos nós", conclui Helena.

O novo imperativo da liderança: pessoas antes da tecnologia

Cristiano Buss (*)

Vamos falar sem rodeio: tecnologia é essencial, mas não resolve sozinha

pessoas não entendem para onde a empresa está indo.

Se resolvesse, não haveria tantas empresas com sistemas caros e resultados fracos. A realidade é que o novo imperativo da liderança ficou claro: antes de pensar em tecnologia, é preciso pensar em gente.

E isso não é discurso motivacional, é evidência. Uma pesquisa da ANK Reputation mostrou que 68% dos líderes colocaram o desenvolvimento de pessoas no topo da lista em 2025. Em bom português: depois de investir pesado em ferramentas, muitas lideranças perceberam que o problema nunca foi a falta de tecnologia, foi a falta de preparo do time.

Durante anos, muitas empresas acreditaram naquele conto de fadas corporativo: "é só implantar o sistema certo que tudo se resolve". Não se resolveu. A tecnologia apenas acelera o que já existe. Se o time é bom, os resultados escalam. Se é confuso, desmotivado ou desalinhado, a confusão também escala, só que mais rápido.

Hoje, o papel do C-level mudou bastante. Menos deslumbramento com o software da moda e mais responsabilidade sobre quem está do outro lado da tela. Não adianta ter IA de última geração se não há confiança na liderança, se o erro é punido ou se as

Colocar pessoas antes da tecnologia é gestão madura. Significa investir em desenvolvimento, dar feedback de verdade, formar líderes no meio do caminho e criar um ambiente onde as pessoas possam pensar, questionar e melhorar. Dá mais trabalho do que assinar contrato com fornecedor? Sem dúvida. Mas também gera muito mais resultado.

Há ainda um fator decisivo: reputação. Empresas que cuidam de gente são lembradas, recomendadas e defendidas. Em um mercado onde bons talentos são cada vez mais disputados, quem desenvolve pessoas não fica refém de contratações emergenciais nem de promessas vazias.

Para quem está no C-level, isso muda a rotina. Menos tempo olhando apenas dashboards e mais tempo em conversas reais. Menos foco em hype tecnológico e mais atenção à cultura, ao clima e à sucessão. Pode parecer antigo. Mas funciona, e sempre funcionou.

No fim das contas, a equação é simples para quem lidera: tecnologias mudam o tempo todo. Pessoas não. E é justamente por isso que elas continuam sendo o verdadeiro motor de qualquer transformação que queira durar mais do que o próximo upgrade de sistema.

(*) CEO da Teletex.

Martins & Gagliotti Procedimentos Cirúrgicos S.A.

CNPJ/MF nº 26.173.513/0001-98 - NIRE 35300509412

Convocação

Convidamos os Senhores Acionistas para a Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária, a ser realizada no dia 28 de fevereiro de 2026, de forma simultaneamente presencial e virtual. A assembleia presencial ocorrerá na sede da Sociedade, **Martins & Gagliotti Procedimentos Cirúrgicos S.A.**, sociedade anônima fechada, sociedade anônima, com sede nesta Capital do Estado de São Paulo, na Rua Pais Leme, 136, cj. 208, Pinheiros, CEP 05424-010, às 10h00 em 1ª convocação, e às 10h30 em 2ª convocação. O acesso virtual à Assembleia será realizado por meio do seguinte link para videoconferência: 1ª Convocação - 10h00 - <https://meet.google.com/mkw-ujrj-dup>. 2ª Convocação - 10h30 - <https://meet.google.com/vhr-bcrt-jgb>. **Ordem do Dia:** (i) Deliberar sobre a realização de cisão parcial da Companhia, nos termos do artigo 229 da Lei nº 6.404/1976, permanecendo a parte cindida em plena atividade; (ii) Aprovar o Protocolo e Justificação da Cisão Parcial; (iii) Aprovar o laudo de avaliação do acervo líquido a ser vertido para a sociedade a ser constituída; (iv) Aprovação da alteração do estatuto Social da Companhia a ser cindida, para refletir os efeitos da cisão parcial objeto desta convocação; (v) Deliberar sobre a constituição de nova sociedade empresária, que receberá o patrimônio vertido (cindido) e com objeto social específico das atividades médico-hospitalares atualmente exercidas pela Companhia; (vi) aprovar que a parte cindida seja constituída com o mesmo tipo jurídico, sociedade anônima (S.A.), e a aprovação de seu respectivo estatuto social; (vii) Em decorrência da matéria submetida à deliberação, o órgão de Diretoria sofrerá alteração em sua composição, cuja nova formação será definida pelos acionistas na presente Assembleia. (viii) Autorizar a administração a praticar todos os atos necessários à implementação da cisão parcial e constituição da nova sociedade. **Martins & Gagliotti Procedimentos Cirúrgicos S.A. Giuliano C. Gagliotti. (20, 21 e 24)**

BMG SEGURADORA S.A.

CNPJ/MF nº 26.136.748/0001-00 - NIRE nº 35300617657

ATA DE ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA REALIZADA EM 23 DE DEZEMBRO DE 2025
Data, hora, local: 23.12.2025, 16h, na sede social, Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, nº 1.830, 10º andar, Conjunto 02, Sala 06, Condomínio Edifício São Luiz, São Paulo/SP. **Presença:** único acionista. **Mesa:** Presidente: Paulo José Santana dos Mártires, Secretário: Alexandre Sampaio dos Santos. **Deliberações aprovadas:** 1. A declaração de juros sobre capital próprio, calculados nos termos do artigo 9º da Lei nº 9.249/95, no valor bruto de R\$ 11.726.159,07, com retenção de 15% de Imposto de Renda na Fonte, resultando em juros sobre o capital próprio líquidos de R\$ 9.967.235,21. Os juros sobre capital próprio, ora distribuídos, serão imputados ao valor do dividendo obrigatório relativo ao exercício social a ser encerrado em 31.12.2025, nos termos do artigo 9º, §7º da Lei nº 9.249/95. 2. Fazer constar que o pagamento dos juros sobre capital próprio ora declarados será efetuado ao único acionista da Companhia até 29.12.2025, sem qualquer atualização monetária ou remuneração correspondente entre a presente data e a data do seu efetivo pagamento, ficando a Diretoria autorizada a tomar as providências necessárias à execução das deliberações ora aprovadas. **Encerramento:** Nada mais. São Paulo, 23.12.2025. **Acionista:** **BMG Seguradora S.A.**, por **Marcelo Barroso Picanco** - Diretor Presidente, e **Paulo José Santana dos Mártires** - Diretor Administrativo e Financeiro. JUCESP nº 13.093/26-5 em 27.01.2026. Marina Centurion Dardani - Secretária Geral.

Edital de Intimação prazo de 20 dias. Processo nº 0033889-65.2025.8.26.0002. O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 5ª VC, do Foro Regional II - Santo Amaro, Estado de SP, Dr(a). Eurico Leonel Peixoto Filho, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) **VHS SEGURANÇA E VIGILANCIA EIRELI**, CNPJ 30357344000113, que nos autos de cumprimento de Sentença ajuizado por **Sem Parar Instituição de Pagamento Ltda.**, foi deferida a sua intimação por edital para que efetue o pagamento do valor de R\$ 37.853,59 que deverá ser devidamente atualizado até a data do efetivo pagamento, no prazo de 15 dias, (art.513,§2º, IV, CPC) a fluir após os 20 dias supra, sob pena de multa e Honorários de 10% (art.523, §1º, CPC), podendo oferecer impugnação, no prazo de 15 dias (art.525 CPC). Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. Dado e passado nesta cidade de SP, aos 13/02/2026.

Edital de citação Prazo de 30 dias. Processo nº 1015430-53.2021.8.26.0223. O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 4ª VC, do Foro de Guarujá, Estado de SP, Dr(a). Marcelo Machado da Silva, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) **SANDRA DOS PASSOS FALERO**, Brasileira, Solteira, RG 18060218, CPF 08237939824, que lhe foi proposta uma ação de Procedimento Comum Cível por parte de **Momentum Empreendimentos Imobiliários Ltda.**, referente às taxas de conservação no valor de R\$ 2.929,45, devidas e não quitadas. Encontrando-se a(s) ré(s) em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua CITAÇÃO, por EDITAL, para os atos e termos da ação proposta e para que, no prazo de 15 dias, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, apresente resposta. Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. Dado e passado nesta cidade de Guarujá, aos 30/01/2026.

Edital de Citação prazo de 30 dias. Processo nº 0011822-40.2023.8.26.0564. O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 4ª Vara Cível, do Foro de São Bernardo do Campo, Estado de São Paulo, Dr(a). Sergio Hideo Okabayashi, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) **ANÉSIO BOVOLON JÚNIOR**, Brasileiro, Casado, Gerente de Vendas, CPF 039.728.548-54, que lhe foi proposta uma ação de Incidente de Desconsideração de Personalidade Jurídica por parte de **CGMP - Centro de Gestão de Meios de Pagamento S.A.**, visando em síntese: a responsabilização pelo débito em aberto na ação de Cumprimento de sentença, sob o número 0001712-16.2022.8.26.0564. Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua Citação, por Edital, para os atos e termos da ação proposta e para que, no prazo de 15 dias, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, apresente resposta. Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. Dado e passado nesta cidade de São Bernardo do Campo, aos 13/02/2026.

Edital de Citação prazo de 20 dias. Processo nº 1025489-29.2023.8.26.0224. O MM. Fábio Alves da Motta, Juiz de Direito da 3ª VC, do Foro de Guarulhos/SP, na forma da Lei, etc. Faz Saber a **FCA TRANSPORTE EIRELI**, CNPJ: 35.633.293/0001-29 que **Sem Parar Instituição de Pagamento Ltda** lhe ajuizou ação Monitoria, para cobrança da quantia de R\$ 23.782,98, referente às faturas vencidas e não quitadas. Estando o requerido em lugar incerto, foi deferida a citação por edital, para que em 15 dias, a fluir dos 20 dias supra, pague o débito (ficando isento de custas processuais) acrescido de honorários advocatícios equivalentes a 5% do valor do débito (artigo 701 do NCPC), ou ofereça embargos, sob pena de converter-se o mandado inicial em mandado executivo. Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. Dado e passado nesta cidade de Guarulhos, aos 06/02/2026.

Edital de Intimação Prazo 20 dias. Proc. 0002452-71.2025.8.26.0045. A Dr.ª. Erika Samara Santana Faustino Silva, Juiz de Direito da 1ª VC do Foro de Arujá/SP, Faz Saber a **Gisele Maria Conceição Silva**, CPF: 349.484.508-55, que nos autos de cumprimento de Sentença ajuizado por **Sem Parar Instituição de Pagamento Ltda.**, foi deferida a sua INTIMAÇÃO por edital para que efetue o pagamento do valor de R\$ 21.464,96, que deverá ser devidamente atualizado até a data do efetivo pagamento, no prazo de 15 dias, (art.513,§2º, IV, CPC) a fluir após os 20 dias supra, sob pena de multa e Honorários de 10% (art.523, §1º, CPC), podendo oferecer impugnação, no prazo de 15 dias (art.525 CPC). Será o edital afixado e publicado na forma da lei. Nada mais. Arujá, 24/01/2026.

Edital de Intimação Prazo 20 dias. Proc. 0002733-42.2025.8.26.0428. O Dr. Lucas de Abreu Evangelinos Juiz de Direito da 1ª VC do Foro de Paulínia/SP, Faz Saber a **TRANSDAV TRANSPORTES RODOVIARIO DE CARGAS LTDA- EPP**, CNPJ: 26.521.272/0001-20, que nos autos de cumprimento de Sentença ajuizado por **Sem Parar Instituição de Pagamento Ltda.**, foi deferida a sua Intimação por edital para que efetue o pagamento do valor de R\$ 37.633,24 que deverá ser devidamente atualizado até a data do efetivo pagamento, no prazo de 15 dias, (art.513,§2º, IV, CPC) a fluir após os 20 dias supra, sob pena de multa e Honorários de 10% (art.523, §1º, CPC), podendo oferecer impugnação, no prazo de 15 dias (art.525 CPC). Será o edital afixado e publicado na forma da lei. Nada mais. Paulínia, 03 de Fevereiro 2025.

Cumprimento de Sentença nº 5004353-65.2025.8.24.0167/SC. Exequente: Sem Parar Instituição de Pagamento Ltda. Executado: Priscila Lourenço Marques. Edital nº 310089507283. Juiz do Processo: Ana Luiza da Cruz Palhares. Juiz(a) de Direito, intimando a(s): Priscila Lourenço Marques, CNPJ: 31.63./000.Prazo do edital: 30 dias. Pelo presente, a pessoa acima identificada, atualmente em local incerto e não sabido, fica ciente de que neste Juízo de direito tramitam os autos do processo epígrafado e intimado para em 15 dias, contado do primeiro dia útil seguinte ao transcurso do prazo deste edital, pagar o valor do débito, sob pena de multa e honorários advocatícios, arbitrados em 10% do valor da dívida, os quais somente serão devidos caso não efetue o pagamento do valor do débito no prazo legal para cumprimento voluntário da obrigação (art. 523, do primeiro parágrafo). Prazo: O prazo para, querendo, oferecer impugnação ao requerimento de cumprimento de sentença formulado pelo credor é de 15 dias, contados do término do prazo fixado para o pagamento, independentemente de penhora ou nova intimação (art. 525 do CPC). Advertência: Não sendo impugnado o requerimento de cumprimento de sentença no prazo acima, presumir-se-ão aceitos como verdadeiros os fatos afirmados pelo credor na petição. E, para que cheque ao conhecimento de todos, partes e terceiros, foi expedido o presente edital, o qual será afixado no local de costume e publicado na forma da lei.

TRANSPARÊNCIA

A TRANSPARÊNCIA DA EMPRESA GERA CONFIANÇA AOS LEITORES. POR ISSO, AS PUBLICAÇÕES LEGAIS NOS JORNAIS SÃO ESSENCIAIS PARA A SEGURANÇA JURÍDICA.

AFINAL, O JORNAL É LEGAL.





Jóias como ativos patrimoniais

Cesar Maia (*)

Luxo, escassez e um mercado em franca expansão no Brasil

O cenário econômico global tem levado investidores a reavaliar estratégias e a buscar ativos capazes de preservar valor diante de ciclos recorrentes de volatilidade. Oscilações nas moedas fortes, ajustes nas taxas de juros internacionais e a própria natureza especulativa de parte dos criptoativos reforçaram uma tendência já observada por analistas: o retorno a bens tangíveis e historicamente resilientes. Nesse contexto, o ouro voltou a ocupar posição central nas reservas de diversos bancos centrais e no portfólio de investidores institucionais, consolidando-se como um dos principais instrumentos de proteção patrimonial.

Paralelamente, um movimento menos evidente, porém cada vez mais consistente, ganha espaço nos relatórios do mercado de luxo: a valorização das jóias de alta qualidade como ativos híbridos, capazes de reunir valor estético, simbólico e financeiro. Diferentemente de outros bens, jóias assinadas e gemas raras combinam escassez natural, liquidez internacional e demanda constante, fatores que contribuem para a sustentação de preços mesmo em períodos de instabilidade econômica.

No Brasil, essa tendência global encontra respaldo em números expressivos. O mercado nacional de jóias atingiu US\$ 3,59 bilhões em 2024 e tem potencial para alcançar US\$ 5,34 bilhões até 2029, segundo um relatório da Mordor Intelligence. A taxa média de crescimento anual projetada é de 8,31%, e a expectativa mais ampla é de que o setor dobre seu faturamento até 2030, consolidando-se como um dos segmentos mais dinâmicos da economia criativa brasileira.

O avanço é impulsionado por múltiplos fatores. O mesmo estudo revela ainda que anéis seguem liderando as vendas, com 33,8% de participação, mas há expansão consistente em categorias como brincos e pulseiras. O ambiente digital também exerce papel central: buscas por jóias permanentes cresceram 30%, enquanto termos como “brincos planos” (+63%) e “jóias à prova d’água” (+33%) indicam mudanças claras no comportamento do consumidor, mais atento à funcionalidade, ao design contemporâneo e à durabilidade das peças.

Outro vetor estrutural é a transformação do perfil de compra. As mulheres permanecem como principais consumidoras, respondendo por 52% dos acessos a plataformas de artigos de luxo, mas chama atenção o peso crescente das gerações mais jovens. Consumidores de até 35 anos já representam 49% dos gastos no mercado de luxo, mesmo que o maior poder aquisitivo ainda esteja concentrado em faixas etárias mais altas. Esse público valoriza jóias personalizadas,

design autoral, sustentabilidade e experiências digitais, ampliando a demanda por peças com identidade e rastreabilidade.

Diamantes: critérios técnicos que sustentam valor e liquidez no longo prazo

Nesse contexto, jóias com pedras preciosas ganham protagonismo não apenas como acessórios, mas como bens duráveis de investimento. O diamante permanece como a gema mais emblemática desse segmento, sustentado por um mercado global estruturado e por critérios técnicos internacionais consolidados — como os “4 Cs” usados para avaliar e precificar diamantes, garantindo transparência e padronização no mercado global. São eles: Quilate (Carat), que refere-se ao peso do diamante, não ao tamanho visual; Corte (Cut), que diz respeito à qualidade da lapidação, responsável por como a luz entra, reflete e retorna pela pedra; Cor (Color), que avalia o grau de ausência de cor. Ou seja, quanto mais incolor, maior a valorização; e Pureza (Clarity), que indica a presença ou ausência de inclusões e imperfeições internas ou externas, formadas naturalmente durante a criação da gema.

Formados há bilhões de anos nas profundezas da Terra, é então previsto que os diamantes, que figuram entre os materiais mais antigos que alguém pode possuir, se tornem cada vez mais um privilégio geológico que reforça seu simbolismo de permanência e solidez. Ao mesmo tempo, cresce a procura por gemas naturais certificadas, movimento impulsionado pela diferenciação frente às pedras sintéticas e pela preferência crescente por ativos raros, escassos e com procedência clara.

Outro ponto importante é a sustentabilidade, que também passou a influenciar de forma decisiva o mercado. Jóias produzidas com matérias-primas recicladas ou certificadas, aliadas a práticas mais transparentes e embalagens ecoeficientes, ganham relevância. Tendências apontam para maior demanda por peças com rubis, zircônias e diamantes, refletindo um consumidor mais consciente e atento ao impacto ambiental e social da cadeia produtiva.

Mais do que uma tendência passageira, o crescimento do mercado de jóias no Brasil reflete uma mudança estrutural de mentalidade. Em um ambiente financeiro marcado por incertezas e transformações rápidas, cresce o entendimento de que ativos reais, raros e dotados de valor cultural podem representar não apenas proteção patrimonial, mas também oportunidades estratégicas de longo prazo. Nesse contexto, as grandes jóias se consolidam como uma categoria singular, capaz de unir beleza, portabilidade, valor simbólico e potencial de valorização em um mercado que caminha para dobrar de tamanho até o fim da década.

(*) - Gemólogo e perito avaliador do Bid Leilão

Após movimento do Mercado Livre, automação vira regra no varejo online

Hub se antecipa às diretrizes da plataforma e apresenta solução que evita perda de relevância e suspensão de anúncios

A Magis5, plataforma de automação e integração de marketplaces, anunciou o lançamento de sua nova funcionalidade: Gestão Automática de Preços.

A ferramenta foi desenvolvida como uma resposta imediata às recentes mudanças na política de preços do Mercado Livre, que agora monitora em tempo real os valores praticados pelos vendedores tanto dentro quanto fora da plataforma, exigindo que o preço mais baixo seja mantido no marketplace.

O movimento acendeu um alerta entre os sellers com presença neste marketplace, que agora precisam se ajustar rapidamente e aprimorar sua gestão para evitar as penalizações — que vão desde queda de relevância e redução drástica de visibilidade até, em último caso, a suspensão do anúncio.

“Criamos o Gestão Automática de Preços para garantir a competitividade das ofertas dos sellers e impedir que anúncios sejam suspensos por descumprimento das novas diretrizes”, explica Claudio Dias, CEO da Magis5.

Segundo ele, a ferramenta automatiza a análise comparativa de valores e ajusta os preços de forma inteligente, reduzindo riscos operacionais e mantendo os vendedores conforme as regras do Mercado Livre.



Claudio Dias

Tecnologia como vantagem competitiva

Para Claudio Dias, a mudança visa reforçar a competitividade do Mercado Livre perante o mercado. Porém, levantou uma preocupação entre lojistas que operam em múltiplos canais.

“Acompanhar preços manualmente, em grande volume, é inviável para quem gerencia dezenas, centenas ou até milhares de anúncios. Nesse cenário, a automação se torna indispensável”, destaca.

Claudio Dias, CEO da Magis5

A nova ferramenta da Magis5 centraliza a inteligência da operação,

permitindo monitorar valores e ativar regras automáticas de precificação. O sistema interpreta dados e orienta correções para manter a operação nas normas, reduzindo drasticamente o risco de penalidades.

A ferramenta lançada permite ao seller:

- mapear anúncios com preços fora do recomendado, com base nos dados oficiais do Meli;
- visualizar todos os anúncios com status em tempo real;
- receber recomendações do próprio marketplace, importadas automaticamente;
- ativar ajustes automáticos de preços conforme regras definidas;
- filtrar produtos por quatro critérios: sugestões de ajuste, anúncios sem automação, preço mínimo acima da concorrência e automação pausada.

A funcionalidade também reúne e interpreta dados, orienta correções e mantém a operação nas normas, reduzindo o risco de penalidades que afetam vendas e visibilidade.

A funcionalidade já está acessível para a base de clientes na aba Produtos – Mercado Livre – Gestão de Preços.

Preços desatualizados e contratos antigos pressionam a saúde financeira de clínicas

Fevereiro concentra revisões contratuais e revela distorções que mantêm clínicas no vermelho sem que gestores percebam.

O início do ano costuma trazer um paradoxo para clínicas e consultórios: agendas cheias e sensação de movimento, mas resultados financeiros abaixo do esperado. Fevereiro, em especial, tornou-se um período crítico para identificar esse descompasso. É quando entram em vigor reajustes de insumos, folha de pagamento e contratos com prestadores, ao mesmo tempo em que muitos preços seguem baseados em parâmetros antigos.

O setor de serviços, onde se insere a saúde, encerrou 2025 com custos em trajetória ascendente. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística mostram que despesas ligadas à mão de obra e serviços continuaram acima da inflação geral, movimento que afeta diretamente clínicas de pequeno e médio porte. Ainda assim, a revisão de preços nem sempre acompanha esse cenário.

Para Éber Feltrim, especialista em gestão de negócios para a área da saúde e fundador da SIS Consultoria, o problema começa quando a precificação é tratada como um ajuste automático. “Muitas clínicas trabalham com valores definidos anos atrás e apenas aplicam pequenos reajustes. O que muda nesse intervalo é toda a estrutura de custos, e isso raramente entra na conta”, afirma.

Um dos pontos centrais dessa distorção está na falta de análise



da margem de contribuição por procedimento. Sem esse indicador, gestores não conseguem identificar quais serviços efetivamente sustentam a operação e quais apenas ocupam a agenda. “Há procedimentos que parecem rentáveis porque têm alta procura, mas, quando se somam custos diretos, repasses e despesas indiretas, o resultado é negativo”, explica Feltrim.

A situação se agrava quando contratos com profissionais parceiros e fornecedores não são revistos com a mesma frequência dos custos. Repasses fixados em outro contexto econômico passam a consumir uma fatia crescente da receita. Segundo levantamento da Associação Nacional de Hospitais Privados, a pressão sobre margens é hoje um dos principais desafios da gestão em saúde privada, especialmente fora dos grandes centros.

Além do aspecto financeiro, há um fator de percepção que influencia diretamente a sustentabilidade. Preço e valor não são sinônimos, mas caminham juntos. “Quando o paciente não compreende o que está por trás do serviço, tempo de atendimento, qualificação da equipe, tecnologia envolvida, qualquer ajuste de preço parece injustificado”, diz o especialista. Por outro lado, manter valores artificialmente baixos compromete a capacidade de investimento e a qualidade do atendimento no médio prazo.

Em 2026, com maior atenção à eficiência e à governança nos serviços de saúde, a tendência é que clínicas passem a tratar a formação de preços como parte da estratégia, e não apenas como uma decisão administrativa. Isso inclui mapear custos com precisão, revisar contratos periodicamente e alinhar preços à proposta de valor entregue.

Feltrim avalia que fevereiro funciona como um ponto de inflexão. “É o momento em que os números do ano começam a ficar claros. Quem usa esse período para revisar preços e contratos com base em dados reais ganha previsibilidade. Quem ignora, costuma descobrir o problema quando o caixa já está pressionado”, afirma.

Em um setor em que demanda não significa necessariamente rentabilidade, a revisão estruturada da precificação deixa de ser opcional. Ela passa a ser um instrumento para garantir equilíbrio financeiro e continuidade do negócio em um cenário cada vez mais exigente.



Economia circular tem potencial para redefinir indústria no Brasil e no mundo

Práticas sustentáveis e uso eficiente de recursos vêm ganhando cada vez mais espaço nos setores produtivos

Se por um lado, o ciclo de vida útil dos plásticos é curto quando se pensa em consumo, por outro, sua decomposição no meio ambiente é extremamente longa, podendo variar de 20 a 500 anos. Por isso, o conceito de encerramento da vida útil de um produto vem sendo substituído pela ideia de “ciclo contínuo ou economia circular”, nas maiores cadeias produtivas do Brasil e do mundo.

Segundo informações trazidas pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) e pelo Centro de Pesquisa em Economia Circular da Universidade de São Paulo (USP), 85% da indústria brasileira já faz uso de práticas diárias relacionadas à economia circular.

O que era tratado apenas como gestão de resíduos, hoje está se tornando o centro das estratégias de inovação de grandes corporações, é o que afirma Marcelo Okamura, presidente da Campo Limpo, empresa que produz embalagens recicladas de defensivos agrícolas. “A transição da economia linear para a circular não é somente mais uma meta de sustentabilidade, mas sim,



Campo Limpo se tornou case mundial em economia circular ao produzir embalagens recicladas para defensivos agrícolas.

um imperativo econômico que garante a preservação de recursos naturais e a transformação de materiais, como o plástico”.

A reciclagem, cada vez mais comum, é atualmente adotada em três a cada dez empresas instaladas em território nacional. “Com a economia circular, promovemos redução da extração de recursos naturais e no final da vida útil dos produtos, a reciclagem de matérias-primas”, explica.

Ainda segundo Okamura, a ideia de dar vida nova a um objeto que iria para o lixo é essencial para a sustentabilidade do planeta. “Por que simplesmente descartar algo

se podemos utilizar esse item como matéria-prima para a produção de um novo produto?”, questiona.

Segundo o estudo Plastic pollution: Pathways to net zero, do banco Credit Suisse, todos os anos, mais de 400 milhões de toneladas de plástico são produzidas ao redor do planeta.

Economia circular na prática

Pioneira mundial, a Campo Limpo é a única do Brasil que produz embalagens recicladas para defensivos agrícolas. A empresa tem hoje capacidade produtiva de até 18 milhões de unidades por ano, já tendo produ-

zido desde sua fundação, em 2008, mais de 100 milhões de embalagens recicladas.

No mercado de bens de consumo, empresas como Natura e Unilever têm liderado o movimento por meio do uso massivo de refis e da incorporação de plástico reciclado pós-consumo (PCR) em suas embalagens. O objetivo é claro: reduzir a dependência de polímeros virgens e criar um fluxo onde o material retorne à gôndola de forma praticamente infinita.

No setor de tecnologia e eletrônicos, marcas como Apple e Dell avançam com o “urban mining” (mineração urbana), recuperando metais preciosos e componentes de aparelhos antigos para a fabricação de novos modelos. Já no setor de vestuário, a Adidas investe em calçados feitos inteiramente de plásticos retirados dos oceanos e desenhados para serem triturados e transformados em novos pares ao final do uso.

Essas iniciativas mostram que a circularidade vem ganhando cada vez mais espaço no dia a dia das grandes corporações.

O que está acontecendo com as novas gerações?

Benedicto Ismael Camargo Dutra (*)

Preocupante é o futuro da humanidade e especialmente das novas gerações, algo que não está sendo olhado

Os jovens estão meio apartados do sistema; como conduzi-los para a busca do sentido da vida? O ser humano está se afastando da sua essência e ficando sem rumo. Uma alma perdida na escuridão criada pelos homens. Os jovens não estão perdidos por falta de capacidade. Eles estão desalinhados com um mundo que está mudando de forma acelerada devido à instabilidade do trabalho, excesso de informação, falta de propósito, pressão por performance, comparação constante nas redes, sensação de que “nada é suficiente”.

O mundo ficou super agitado com muitas informações, muitas coisas acontecendo, muitas dificuldades surgindo. O dinheiro, cada vez mais difícil e mais sujeito à perda de valor, está deixando de ser um papel na mão, disponível a qualquer momento, e se tornando dígito de aplicativo que fica sob o controle dos bancos. Diante desse maremoto, os jovens não conseguem prestar atenção na voz interior ditada pela essência humana.

Há um vazio interior. As novas gerações estão crescendo num mundo repleto de instabilidades. Está faltando a noção de pertencimento, confiança no futuro, motivação para construir, coragem para sonhar e se pôr em movimento para alcançar os sonhos. E uma sociedade sem sonho vira uma sociedade enrijecida. Diante disso, o futuro da humanidade está sob ameaça, pois está faltando propósito, coesão diante de alvos enobrecedores prejudicados pelo individualismo egocêntrico, e anseio de humanizar a civilização. E a gravidade é que isso não está sendo discutido pela sociedade com a seriedade necessária.

Como despertar nos jovens o desejo para conhecer a origem do ser humano e a finalidade da vida? A reconexão tem de sair do imaginário e se voltar para algo real e dinâmico como a natureza, com sua beleza e suas leis lógicas, e daí para a arte, para o cultivo do silêncio, a análise das relações, identificando as artificiais e as interesseiras, e as verdadeiramente sinceras. Desde cedo a criança tem de aprender a lei natural do equilíbrio, ou seja, retribuir por tudo que receber.

Como conduzir os jovens de volta ao sentido da vida? Não devem continuar afastados da essência humana e precisam de orientação

sobre isso. No passado, eles tinham mais iniciativa e força de vontade. Conheciam pessoas inspiradoras, professores marcantes, buscavam livros esclarecedores. Ou seja, isso requer participação de todos, das famílias, dos responsáveis pelo sistema de educação, dos professores e, principalmente, dos jovens que precisam ter o anseio do saber.

No abandono da falta de sentido, falta o pertencimento, o acolhimento. É importante sentir-se parte de algo significativo, ter um objetivo construtivo na busca de melhores condições de vida, onde haja coesão com pessoas cuja vontade esteja dirigida para o bem geral, sem fantasias. Pessoas capazes de enxergar o que se passa ao seu redor, ansiosas para ampliar o saber sobre a vida, dispostas a dialogar e permutar saberes. Enfim, pessoas que querem criar beleza à sua volta, de serem criativas e de sentirem-se vivas e participantes da maravilhosa jornada do ser humano em busca do fortalecimento da individualidade do seu eu interior.

Olhar para a frente, ter visão de longo prazo. As coisas surgem no tempo com a perseverança no alvo. Os jovens precisam de orientação, inspiração, descontinuar caminhos, firmeza e estabilidade emocional. Os adultos podem e devem auxiliar e orientá-los, sem imposição, sem exigências, pois eles são o futuro da humanidade.

Na adolescência, com o despertar da força sexual, os jovens querem o belo, mas se deparam com a aspereza da vida. E tudo conspira contra, visando arrastá-los para a sordidez que abafa o encantamento da juventude. Sufocado o encantamento pela vida, o jovem perde a força e se torna folha morta arrastada pelo vento da ignorância. O encantamento não pode ser destruído, uma vez que, sem ele, o jovem perde o anseio do saber, e cai na massa inerte incapaz de refletir intuitivamente sobre a vida e sobre as causas do declínio geral da humanidade.

Devem lutar para sair da escuridão da ignorância buscando a Luz da Verdade para se libertarem dos conceitos errados sobre a vida. É na beleza da vida e da natureza e suas leis que o jovem deve reencontrar o encantamento sem o qual nenhuma criatura consegue alcançar o alvo de se tornar verdadeiro ser humano, participante da grande obra construtiva e beneficiadora do mundo.

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

Crise de segurança no Roblox reacende debate sobre a urgência de educação digital infantil

Bloqueios governamentais e denúncias internacionais expõem as falhas das moderações automatizadas e reforçam a tese do projeto “O Cibernauta” sobre a necessidade de mediação ativa e educação precoce.

Com mais de 70 milhões de usuários ativos diários no mundo, segundo relatório financeiro da própria empresa, e forte presença entre crianças e adolescentes, o Roblox voltou ao centro do debate internacional sobre segurança digital infantil em fevereiro de 2026. A plataforma foi alvo de bloqueio estatal no Egito, enfrentou cobrança formal de autoridades australianas e viu repercutir no Reino Unido um caso policial envolvendo chantagem contra uma menina de 12 anos após contato iniciado no ambiente do jogo.

No dia 5 de fevereiro, o governo egípcio proibiu o acesso ao Roblox sob alegação de preocupações relacionadas à exposição de menores a conteúdos inadequados. Dias antes, a ministra das Comunicações da Austrália solicitou reunião urgente com representantes da empresa após denúncias de grooming e relatos de contato de crianças com conteúdos envolvendo violência e automutilação. Em 10 de fevereiro, a imprensa britânica noticiou o caso de uma adolescente que teria sido chantageada após interações iniciadas dentro da plataforma.

A lacuna entre conectividade e repertório

O debate ocorre em um contexto de expansão do acesso precoce à internet. O celular é o principal dispositivo de acesso e, na maioria dos casos, o uso acontece dentro de casa. É respondendo a essa demanda que nasceu o livro “O Cibernauta em: a Super Senha Secreta”. Criado por Daniel Meirelles, especialista em Segurança da Informação e pelo economista Eduardo Argollo, a obra utiliza uma abordagem lúdica para tratar de segurança na internet e boas práticas digitais, com o foco preventivo e busca introduzir conceitos essenciais para o uso ético e responsável da tecnologia na infância. Na visão do co-autor Eduardo Argollo “A conectividade começa antes que a criança tenha repertório para compreender riscos. Se não houver mediação ativa, a exposição acontece sem filtro crítico”, diz.

Diante da pressão internacional, o Roblox anunciou em janeiro a ampliação da verificação obrigatória de idade para acesso a determinados recursos de comunicação, incluindo ferramentas de chat. Segundo comunicado institucional, cerca de 45% dos usuários ativos já concluíram o processo. A medida, no entanto, abriu nova frente de discussão relacionada à coleta e ao armazenamento de dados sensíveis, além do uso de reconhecimento facial para validação etária. A sucessão de episódios revela que as respostas continuam sendo tomadas depois que o risco já se concretizou. “As plataformas investem em tecnologia,



Daniel Meirelles e Eduardo Argollo

mas ainda operam muito no modelo de denúncia posterior ao dano. Quando falamos de crianças, isso é insuficiente”, afirma Meirelles.

Especialistas avaliam que a discussão global se organiza em dois eixos principais. O primeiro envolve segurança infantil propriamente dita, com foco em aliciamento, exploração, chantagem e limites da moderação automatizada. O segundo trata da privacidade e proporcionalidade das exigências impostas a crianças e adolescentes. “Não se trata apenas de bloquear conteúdo inadequado, mas de entender como esses ambientes são estruturados e quais incentivos oferecem para interação entre desconhecidos”, observa Daniel Meirelles.

Nesse contexto, cresce o espaço para a discussão sobre educação digital precoce como estratégia de prevenção, envolvendo famílias e escolas antes que situações de risco se consolidem. Argollo defende que o tema seja tratado como parte da formação básica. “Assim como a criança aprende a atravessar a rua ou a lidar com dinheiro, ela precisa aprender a se comportar em ambientes digitais. Isso reduz a probabilidade de exposição a riscos mais complexos no futuro”, afirma.

Meirelles acrescenta que a prevenção depende de três frentes simultâneas: tecnologia eficaz, regulação proporcional e formação crítica desde cedo. “Se a criança aprende a não compartilhar dados pessoais, a desconfiar de pedidos incomuns e a procurar um adulto ao menor sinal de ameaça, parte do risco é mitigada antes mesmo de qualquer intervenção da plataforma”, diz.

Enquanto governos discutem novas regras e empresas ajustam seus sistemas de moderação, o avanço da conectividade infantil mantém o tema em evidência. O retorno do Roblox ao centro do debate internacional expõe a tensão entre inovação, liberdade de interação e proteção de menores, um equilíbrio que ainda está em construção no ambiente digital global.



dj_aof_CANVA

COMÉRCIO DIGITAL

ECONOMIA DA ATENÇÃO REDEFINE AS VENDAS DIGITAIS E IMPÕE NOVO DESAFIO AOS SELLERS DE MARKETPLACE



Estratégia baseada em experiência, conteúdo e presença digital amplia conversão e recorrência, mas penaliza quem depende apenas de preço

A consolidação da economia da atenção está redefinindo o funcionamento do comércio digital e alterando, de forma estrutural, a dinâmica de vendas nos marketplaces. O foco deixou de ser exclusivamente o produto e passou a ser o tempo que o consumidor dedica à plataforma e a forma como ele interage com marcas e vendedores antes de decidir pela compra.

Esse movimento acompanha uma mudança mais ampla no comportamento digital. Segundo a DataReportal, o brasileiro passa mais de 9 horas por dia conectado, com forte concentração em ambientes que combinam entretenimento, interação e consumo. Marketplaces, atentos a esse padrão, vêm incorporando recursos típicos das redes sociais, como vídeos curtos, transmissões ao vivo, avaliações em destaque e recomendações personalizadas, ampliando o tempo de permanência do usuário.

Especialista em vendas online e marketplaces, Hugo Vasconcelos, CEO da VDV, avalia que a mudança já está em curso e não se trata de uma tendência distante. “O marketplace deixou de ser só um lugar de transação. Ele virou um ambiente de permanência. Quem entende isso começa a vender antes mesmo do clique no botão de compra”, afirma.

O modelo tem efeitos diretos sobre vendas e margem. Um relatório da McKinsey aponta que aumentar o engajamento do consumidor ao longo da jornada pode elevar em até 40% as taxas de conversão. Já a PwC indica que 73% dos consumidores consideram a experiência tão relevante quanto o preço na decisão de compra, sinalizando que competir apenas por desconto se tornou uma estratégia cada vez menos sustentável.

Para Vasconcelos, esse cenário expõe uma divisão clara entre operações maduras e improvisadas. “Quem baseia tudo em desconto e anúncio barato entra numa corrida para o fundo do poço. A margem some rápido. Já quem constrói experiência começa a disputar atenção e a atenção vira conversão”, diz.



Hugo Vasconcelos

“O marketplace deixou de ser só um lugar de transação. Ele virou um ambiente de permanência. Quem entende isso começa a vender antes mesmo do clique no botão de compra.”

Bom ou ruim para os sellers? - O avanço da economia da atenção não é, por si só, bom ou ruim, ele é seletivo. Sellers que estruturam sua operação apenas em volume e preço tendem a enfrentar margens cada vez mais apertadas e maior dependência de mídia paga. “Esse modelo funciona por um tempo, mas fica frágil. Qualquer mudança de algoritmo ou aumento no custo de ads desmonta a operação”, avalia o executivo.

Por outro lado, quem investe em diferenciação tende a ganhar espaço. Estudo da Bain & Company mostra que estratégias focadas exclusivamente em preço reduzem a rentabilidade no médio prazo. “O seller que constrói valor consegue sustentar preço. Ele não precisa ser o mais barato para vender bem”, afirma Vasconcelos.

Como pegar carona na economia da atenção - A principal mudança está na forma de apresentar e conduzir a oferta. O conteúdo passa a ser parte da estratégia comercial. Vídeos demonstrativos, imagens claras, descrições objetivas e respostas rápidas reduzem a insegurança e ajudam o consumidor a decidir. “Não é sobre virar influenciador. É sobre tirar dúvidas, explicar melhor e facilitar a decisão”, explica.

A interação também pesa cada vez mais. Avaliações, histórico de atendimento e taxa de resposta passam a influenciar a exposição orgânica dentro das plataformas. “Marketplace premia quem gera boa experiência. Quem atende bem, responde rápido e entrega o que promete acaba aparecendo mais”, diz.

Redes sociais e site próprio ajudam? - Redes sociais funcionam como canais de atenção e construção de autoridade, mesmo quando a venda final acontece dentro do marketplace. Dados da Hootsuite indicam que consumidores expostos a uma marca em mais de um canal têm maior propensão à compra. “A rede social aquece o público. Quando ele encontra o produto no marketplace, já existe confiança”, afirma Vasconcelos.

O site próprio também ganha relevância como apoio à decisão. Ele centraliza informações, apresenta a marca e reforça a credibilidade. “O site não concorre com o marketplace. Ele sustenta a escolha. O consumidor pesquisa, compara e valida antes de comprar”, completa.

Impactos no faturamento e na recorrência - Os efeitos aparecem no médio prazo. Pesquisa da Harvard Business Review mostra que aumentar a taxa de retenção de clientes em 5% pode elevar o lucro entre 25% e 95%. Em ambientes de marketplace, onde a recompra depende de confiança, atenção e experiência se convertem diretamente em faturamento recorrente.

“A economia da atenção muda o jogo porque transforma venda em relacionamento. Quem entende isso sai da guerra de preço e começa a construir margem”, resume Vasconcelos. Para ele, a pergunta central não é se esse modelo vai virar padrão, mas quem estará preparado quando ele se consolidar.

Em um cenário em que atenção gera conversão e experiência sustenta margem, vender bem deixou de ser apenas uma questão operacional e passou a exigir estratégia, consistência e posicionamento dentro do ecossistema digital.



Olivia_Grigentias_Images_CANVA