

Marca de "tiozão", bilhão atrás de bilhão

A parte mais divertida do sucesso da New Balance é que ele começou como ofensa. "Tênis de pai", "marca de tiozão", "sapato de quem vai ao mercado às 7 da manhã"

Ewerton Mokarzel (*)

A internet estava tirando sarro enquanto a marca atingiu impressionantes US\$ 9,2 bi em vendas globais em 2025, com projeções para alcançar US\$ 10 bi em 2026. A New Balance não só cresceu 19% em 2025, como também abocanhou market share de gigantes como a Nike. Longe de ser um crescimento pontual, porque a marca cresce a dois dígitos nos últimos 5 anos.

O sem graça virou desejo

O mercado de sneakers é um campo de batalha onde a inovação e o hype ditam as regras. Ou, pelo menos, ditavam. Por anos, o "dad shoe" da New Balance foi sinônimo de conforto sem estilo, mas a marca, com uma sagacidade que poucos entenderam, abraçou essa identidade. E, no pós-pandemia, quando a busca por conforto e um certo throwback nostálgico explodiu, o "dad shoe" virou ícone.

Enquanto concorrentes se perdiam em modelos futuristas e lançamentos incessantes, a New Balance olhou para sua própria história e encontrou ouro. O modelo 990, lançado em 1982, que antes era visto como obsoleto, ressurgiu como um símbolo de um estilo de vida descomplicado e autêntico. Mas o verdadeiro ícone do desejo, a peça que solidificou a New Balance como um player cultural incontestável, foi o 550. Relançado em 2020, o 550 gerou uma demanda massiva, com fila virtual de 70 mil pessoas em restocks, transformando-o em um objeto de desejo global.

Reinventando memórias

A marca soube injetar relevância cultural por meio de colaborações cirúrgicas. A nomeação de Teddy Santis, fundador da Aimé Leon Dore, como diretor criativo da linha Made in USA em 2021, foi um divisor de águas. Santis trouxe uma estética sofisticada e um olhar apurado para a cultura sneakerhead, elevando a percepção da marca sem descaracterizá-la.

Outras parcerias, como as com Joe Freshgoods, não apenas geraram hype, mas também contaram histórias e se conectaram com comunidades específicas, transformando cada lançamento em um evento cultural. O projeto com a Miu Miu em cima do 530, originalmente um tênis de performance dos anos 90, coloca materiais e linguagem de moda em cima de uma silhueta técnica e minimalista. E quando isso deságua num contexto esportivo, com Coco Gauff usando o resultado em quadra e a collab ganhando calendário e narrativa, você entende que não é só fashion. É expansão de território com lastro cultural.

"Fearlessly Independent Since 1906"

Tem uma frase do CEO Joe Preston que é praticamente um manifesto contra o curto prazo corporativo. Ele diz que a New Balance poderia ser maior "se quisesse", mas escolhe distribuição seletiva para não saturar a marca. E atribui o sucesso dessa disciplina a um foco inabalável no consumidor, independentemente de como, onde e quando ele deseja comprar. Isso num mercado em que a maioria das empresas confunde presença com relevância e confunde volume com valor.

Essa postura permitiu à New Balance ser seletiva na distribuição e nos descontos, aumentando seu preço médio de venda em cerca de 30% nos últimos cinco anos. É a prova de que, em um mercado saturado, a qualidade e a percepção de valor superam a busca desenfreada por volume.

"Dad shoe" virou o jogo

Ela tratou a piada como insight, o estigma como diferencial, a calma como estratégia. E quando você olha para branding com números, a história fica ainda mais clara. Segundo dados da Timelens, design 17,81% e qualidade 17,40% são os fatores mais importantes na categoria de sneakers globalmente, e esses mesmos territórios também são os que mais se conectam com a New Balance. Para a marca, qualidade lidera com 36,2%



Ralph Rabago - Pexels, CANVA

das menções, seguida por design com 14,3%, reforçando que sua percepção está diretamente alinhada aos principais drivers de escolha do consumidor.

Em termos de interesse ao longo dos últimos quatro anos, a New Balance apresentou o maior crescimento entre os mercados analisados, com destaque para Estados Unidos 189,74%, Reino Unido 178,02% e Austrália 183,07%. No Brasil, o avanço também foi expressivo, e nos últimos 12 meses a marca registrou o maior crescimento da categoria, com aumento de 39,24% em buscas.

Além disso, a New Balance é hoje a marca mais "favorita" da categoria, com 86,5% de sentimentos positivos nas conversas espontâneas nas redes sociais, o maior índice entre os principais players analisados. E é por isso que ela ganhou. Não por ter acertado uma tendência, mas por ter construído uma reputação que atravessa tendências.

*Ewerton Mokarzel é designer e executivo com mais de 25 anos de experiência em branding. CEO e sócio da FutureBrand, lidera projetos de transformação para grandes empresas no Brasil e no exterior, com passagens pela Austrália e Singapura. Reconhecido por unir estratégia e execução criativa, conquistou mais de 250 prêmios nacionais e internacionais, incluindo os mais importantes do setor, e consolidou a FutureBrand como a maior consultoria de marcas do país e uma das líderes globais.

(*) CEO e sócio da FutureBrand SP.

Leilão de consignado: inovação, mas com lacunas reais

Túlio Matos (*)

A proposta de modernizar o crédito consignado para aposentados e pensionistas do INSS é, sem dúvida, necessária. No entanto, quando inovação é implementada sem considerar a diversidade de perfis do público atendido, ela corre o risco de ampliar desigualdades em vez de reduzi-las.

Recentemente, o INSS anunciou a possibilidade de contratação de empréstimos consignados por meio de um modelo de leilão. A lógica é simples, em vez do beneficiário ser abordado diretamente por instituições financeiras, os bancos competem entre si para oferecer a melhor taxa. A oferta vencedora é apresentada ao consumidor, reduzindo o assédio comercial e estimulando a concorrência.

O debate não é pequeno. O crédito consignado do INSS movimentava mais de R\$ 278 bilhões em contratos ativos e representa cerca de 40% do saldo total dessa modalidade no país, segundo dados levantados pelo Banco Central. Ou seja, esse é um mercado de grande escala, em que pequenas mudanças podem afetar milhões de beneficiários em um país continental, com desigualdade de infraestrutura e acesso digital.

Em teoria, o leilão oferece condições mais vantajosas para quem contrata, promovendo competição entre as instituições financeiras e potencial redução de taxas.

Na prática, o processo exige que o aposentado acesse um aplicativo, manifeste interesse e aguarde ser contatado para receber um link de contratação. Essa experiência

não atende a todos os perfis de clientes. Muitos consumidores valorizam a conveniência, buscam atendimento humanizado e, em alguns casos, preferem presença física para se sentirem seguros ao contratar crédito. Além disso, limitações de conectividade e familiaridade com tecnologias digitais podem tornar o processo pouco acessível para parte do público-alvo.

O leilão atende a um público específico, mas tratá-lo como única opção revela uma visão limitada das necessidades reais dos aposentados. Reduzir canais de atendimento ignora as particularidades de cada beneficiário e desconsidera a diversidade de perfis e expectativas. Para garantir que todos possam contratar crédito de forma segura e adequada, é fundamental que alternativas presenciais, consultoria especializada e canais digitais simplificados coexistam.

A regulação precisa equilibrar inovação e acessibilidade. O leilão pode reduzir taxas e promover concorrência, mas não substitui produtos adaptados às diferentes necessidades dos beneficiários. A experiência do consumidor deve ser prioridade, e não apenas o formato da contratação ou o valor da taxa.

O leilão é uma alternativa válida, mas não pode ser a única via de contratação. Um mercado saudável oferece múltiplas possibilidades, respeitando a diversidade de perfis, necessidades e expectativas. Ignorar essas questões é desconsiderar o direito de milhões de aposentados e pensionistas a um crédito seguro e acessível.

(*) CEO da iCred.

Cinpal Cia. Industrial de Peças para Automóveis

CNPJ 49.656.192/0001-88 - NIRE 35.300.039.092
Edital de Convocação - Assembleia Geral Extraordinária
 Ficam os Senhores Acionistas da Cinpal Cia. Industrial de Peças para Automóveis ("Companhia") convocados, conforme disposto no artigo 9º do Estatuto Social da Companhia, para se reunirem em Assembleia Geral Extraordinária, a ser realizada, em primeira convocação, no dia 16 de março de 2026, às 10:00 horas, na sede da Companhia, na Cidade de Taboão da Serra, Estado de São Paulo, na Avenida Paulo Ayres, nº 240, CEP 06767-220, a fim de deliberar sobre a aprovação das propostas de aumento de limite para investimento em ativo imobilizado, conforme Notas de Encaminhamento nºs 001 a 048/2026. Todos os documentos de suporte necessários às deliberações constantes da ordem do dia encontram-se à disposição dos Senhores Acionistas na sede da Companhia. Taboão da Serra, 06 de março de 2026. Giancarlo Arduini - Presidente do Conselho de Administração. (06, 07 e 10)

Edital de Citação Prazo de 20 dias. Processo Nº 1204769-07/2024.8.26.0100. O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 6ª Vara Cível, do Foro Central Cível, Estado de SP, Dr(a). Fabio Coimbra Junqueira, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) Cleide Bonilha Pezza, CPF 02038367825, que lhe foi proposta uma ação de Procedimento Comum Cível por parte de Momentum Empreendimentos Imobiliários LTDA., referente às taxas de conservação e melhoramentos no valor de R\$ 138.990,32. 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

Shopcred Promotora de Vendas Ltda

CNPJ nº 01.255.830/0001-22 - NIRE 35.213.836.300
 Os sócios deliberaram reduzir o capital social de R\$ 480.000,00 para R\$ 100.000,00, nos termos do art. 1.082, I, do Código Civil, para absorção de prejuízos acumulados apurados em balanço patrimonial de 31/12/2025. Fica assegurado aos credores o prazo de 90 dias para eventual oposição, nos termos do art. 1.084 do Código Civil.

Edital de Citação Prazo de 20 dias. Processo Nº 1003752-33.2021.8.26.0161. O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 3ª VC, do Foro de Diadema, Estado de SP, Dr(a). Rodrigo Sousa Das Gracas, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) Marcelo Pereira Dos Santos, Brasileira, Solteira, Radialista, RG 196583627, CPF 10847535886, com endereço à Avenida Paulista, 2200, Bela Vista, CEP 01310-300 - SP, que lhe foi proposta uma ação de Procedimento Comum Cível por parte de Momentum Empreendimentos Imobiliários Ltda., na qual se alega, em síntese, que a parte ré adquiriu o lote nº 05 da Quadra AX do loteamento Santa Cristina II (atualmente denominado Riviera de Santa Cristina II), obrigando-se ao pagamento da taxa de conservação do empreendimento e à participação no rateio referente aos melhoramentos nele implementados. Aduz a parte autora que a parte ré se encontra inadimplente com suas obrigações contratuais, tendo deixado de efetuar o pagamento das taxas de conservação e das contribuições ao Fundo de Melhoramentos, perfazendo o débito o valor de R\$ 8.096,61 (oito mil e noventa e seis reais e sessenta e um centavos), referente às parcelas vencidas e não quitadas. 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 Diadema, aos 11 de fevereiro de 2026.

Edital de Citação prazo de 20 (vinte) dias. Processo Nº 1005808-08.2024.8.26.0008. O MM. Juiz de Direito da 3ª Vara Cível, do Foro Regional VIII - Tatupá, Estado de São Paulo, Dr. Luis Fernando Nardelli, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) Joscilene Pereira Da Silva (98) 68993-2534, CNPJ (44) 83928-1000146, que lhe foi proposta uma ação de Procedimento Comum Cível Assunto Compra e Venda, por parte de Network Beauty & Fashion Cosmética Ltda com o valor de R\$ 14.023,63, atualizado em 10/04/2024 17:31:19. Encontrando-se a(o) ré(u) 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, a(o) ré(u) será considerada(o) revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei.

Empresas & Negócios

Publicidade Legal

QR Code

Digigraf Distribuidora Comércio e Serviços S.A.

NIRE: 35.300.337.328 - CNPJ/MF: 54.472.956/0001-15

AVISO AOS ACIONISTAS

Encontram-se à disposição dos Acionistas, na sede social da Companhia, localizada na Rua Carneiro da Cunha, nº 167, Sala 58, bairro Vila da Saúde, São Paulo/SP, CEP 04.144-901, os documentos previstos no Artigo 133, da Lei 6.404/76, relativos ao exercício social encerrado em 31/12/2025. São Paulo, 06 de março de 2026.

Diretor Presidente: Wilson Matheus.

Edital de Intimação Prazo de 20 dias. Processo Nº 0005463-74.2024.8.26.0100. O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 4ª VC do Foro Central Cível, Estado de SP, Dr(a). Rogério Aguiar Munhoz Soares, na forma da Lei, etc. Faz Saber a Fernando Luiz Viola Portugues, CPF 45084902834, e terceiros interessados que, por este Juízo, tramita uma ação de Cumprimento de sentença, movida por Momentum Empreendimentos Imobiliários Ltda. Encontrando-se o(a) ré(u) em lugar incerto e não sabido, nos termos do artigo 513, §2º, IV do CPC, foi determinada a sua Intimação por Edital, quanto à penhora que recaiu sobre o lote 11 da quadra CR do empreendimento Terras de Santa Cristina - Gleba IV, objeto da matrícula nº 12.739 do CRI de Avaré/SP. Nada Mais. Transcorrido o prazo de leitura, inicia-se o prazo de 15 dias úteis para que o Executado, independentemente de penhora ou nova intimação, apresente nos autos, sua impugnação. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. SP. 23/02/2026.

AS PUBLICAÇÕES LEGAIS NOS JORNAIS SÃO DATADAS E AUTENTICADAS, SEM MARGEM PARA ALTERAÇÃO POSTERIOR DO CONTEÚDO DIVULGADO.

AFINAL, O JORNAL É LEGAL.

cenp Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário

ANJ ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNALIS

abra legal ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGENCIAS E VEÍCULOS ESPECIALIZADOS EM PUBLICIDADE LEGAL

adjoribr JORNALIS DO INTERIOR

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <http://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/A759-14A8-BFC2-1222> ou vá até o site <http://assinaturas.certisign.com.br> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: A759-14A8-BFC2-1222



Hash do Documento

6789BE41CC218A921C192E5656BE1C7839D30600D0E47292068B2F0E86CBEDEF

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 09/03/2026 é(são) :

Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 09/03/2026 18:36 UTC-03:00

Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

Evidências

Geolocation: Location not shared by user.

IP: 172.16.4.5

AC: AC Certisign RFB G5

