

RELAÇÃO COM O CLIENTE

POR QUE CONSUMIDORES ESTÃO DISPOSTOS A PAGAR MAIS POR UM BOM ATENDIMENTO

▶▶ Leia na página 8

Fim da escala 6x1 pode mudar varejo em 2026: cinco ações para não perder vendas

Uma pesquisa do Instituto Locomotiva/QuestionPro revelou que 57% dos brasileiros são favoráveis ao fim da escala 6x1, enquanto um levantamento da Nexus Pesquisa apresentou 65% como apoiadores da redução da jornada de trabalho.

A discussão sobre o fim da escala 6x1 avançou no Congresso Nacional e ganhou novo impulso com o envio de uma proposta do governo em regime de urgência, que prevê mudanças na jornada de trabalho e pode impactar diretamente setores como o varejo, que dependem desse modelo operacional.

A Smart Consultoria, especializada em estratégia para marcas de consumo, observou esse choque de realidade como oportunidade para se adaptar. “Operações pesadas e pouca produtividade individual não funcionam mais no cenário atual”, explica Eduardo Schuler, CEO da empresa.

Estudo da Federação das Indústrias de Minas Gerais (FIEMG) sugere que a extinção da escala 6x1 poderia reduzir até 16% do PIB, reforçando a necessidade de repensar processos internos e investir em tecnologia. Para empresas de varejo e consumo, mudanças na escala afetam diretamente disponibilidade de loja, atendimento e conversão, tornando o tema essencial para operações, RH e estratégias de crescimento. Diante desse cenário, o especialista apresenta cinco medidas práticas para manter vendas e produtividade:

1 Otimizar horários e turnos com base em dados reais – Analisar fluxo de clientes, conversão por hora e ticket médio permite criar escalas mais inteligentes, evitando horas ociosas e direcionando cola-



“Mudar o foco de horas trabalhadas para performance transforma eficiência operacional em vantagem competitiva”

boradores para onde geram mais impacto. “Quando entendemos os horários de pico, conseguimos reduzir custos sem prejudicar o atendimento e aumentar a produtividade individual”, destaca Schuler.

2 Apoiar vendedores com tecnologia e inteligência artificial – Sistemas de IA oferecem sugestões automáticas de produtos, histórico detalhado do cliente e gatilhos de cross-sell e upsell, permitindo que cada vendedor gere mais resultado. “Um vendedor apoiado por tecnologia consegue entregar o dobro de performance sem aumentar equipe”, pontua o executivo.

3 Transformar vendas digitais em vantagem competitiva – Captar leads, entender intenções de compra e preparar atendimento personalizado antes da visita física aumenta conversão e reduz dependência de esforço presencial. “Investir no

digital não é luxo, é condição para que o varejo sobreviva ao fim da 6x1”, reforça o especialista.

4 Redesenhar processos internos e automatizar tarefas repetitivas – Automação de estoque, relatórios e registros libera a equipe para atividades que impactam diretamente a receita, tornando a operação mais ágil e eficiente. “Ao eliminar tarefas sem valor, conseguimos que a equipe foque no que realmente gera lucro”, afirma o CEO da Smart Consultoria.

5 Gerir performance e não presença – Avaliar indicadores como fluxo de clientes, conversão por turno e retorno por hora permite remunerar equipes por resultados e alocar colaboradores estrategicamente. “Mudar o foco de horas trabalhadas para performance transforma eficiência operacional em vantagem competitiva”, explica.

Com o avanço das discussões no Senado, varejistas que anteciparem a transição e adotarem inteligência operacional e tecnologia estarão à frente no mercado. Schuler observa: “O fim da escala 6x1 não representa o fim do varejo, mas o fim do varejo ineficiente. Quem aprende a vender inteligência terá escala, produtividade e futuro”.

KPIs certos x KPIs de vaidade: excesso de indicadores pode comprometer decisões

Desafio das empresas não é ter mais dados, mas escolher indicadores que realmente orientem ações, fortaleçam a gestão e evitem que métricas irrelevantes desviem o foco da estratégia. ▶▶

Inteligência artificial melhora eficiência e exige equilíbrio para preservar a experiência do cliente

Uso crescente de chatbots e automação amplia escala e agilidade no atendimento mas especialistas alertam que ausência de empatia pode afetar percepção do consumidor. ▶▶

WhatsApp no Dia das Mães: como potencializar as vendas no varejo

O Dia das Mães está entre as datas mais relevantes para o varejo brasileiro, não apenas pelo volume de vendas, mas, principalmente, pelo forte envolvimento emocional que ela desperta. ▶▶

IA supercapaz, cibersegurança e a transformação do Direito

O artigo de Thomas Friedman, publicado no The New York Times no último dia 7 de abril, parte de uma premissa que dispensa dramatização retórica. ▶▶

Para informações sobre o **MERCADO FINANCEIRO** faça a leitura do QR Code com seu celular



Política

O último ultimatum

Heródoto Barbeiro



▶▶ Leia na página 2

Economia da Criatividade

Marketing Educacional como Sistema, Não Como Campanha

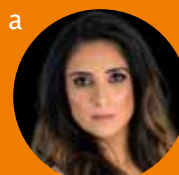


Carol Olival

▶▶ Leia na página 4

Negócios & Carreira!

Reputação, disciplina e pessoas: os pilares que sustentam a liderança de Romeu Martinelli



Fabiana Monteiro

▶▶ Leia na página 5

Negócios em Pauta

Allinside Fashion Business



VTEX Day movimentava São Paulo

O maior evento de comércio eletrônico do mundo é centralizado na empresa VTEX, focada em múltiplas soluções, cujo faturamento ultrapassa os R\$ 100 Bilhões. O Jornal Empresas&Negócios esteve no evento, conferindo um território vivo e pulsante, com esquinas efervescentes que inspiram conexões, negócios, lançamentos e tendências, particularmente sobre o uso de Inteligência Artificial no e-commerce. Casos de sucesso de Amazon, Bagaggio e Krispy Kreme em suas operações de LOGÍSTICA serão apresentados para entendermos os diferenciais competitivos dessas referências do mercado. Confira detalhes na edição deste sábado (<https://vtexday.vtex.com/>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI

Navamin_studio_CANVA



TikTok e SBPC lançam prêmio de divulgação científica no Brasil

@O TikTok, em parceria com a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), anuncia a criação do Prêmio SBPC-TikTok de Divulgação Científica. A iniciativa tem como objetivo reconhecer e homenagear comunicadores de ciência e instituições que se destacam na área da popularização científica digital e que utilizam o TikTok como uma ferramenta para a difusão de conhecimentos embasados por meio de uma linguagem simples e acessível. Este prêmio insere-se em um esforço mais amplo de fortalecimento da cultura científica no Brasil, buscando combater a desinformação e ampliar o acesso qualificado ao conhecimento. A iniciativa reforça o compromisso de ambas as organizações com a integridade científica e a responsabilidade na comunicação. As inscrições para o prêmio estão abertas até 6 de maio. Todas as informações detalhadas podem ser encontradas no Edital oficial, disponível em (<https://www.jornaldaciencia.org.br/wp-content/uploads/2026/04/Edital-Pr%C3%A0mo-SBPC-TikTok-de-Divulga%C3%A7%C3%A3o-Cient%C3%ADfica-8-4-26.pdf>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

O último ultimatum



Heródoto Barbeiro (*)

O mundo vive sob tensão. O ultimatum foi declarado e o alvo é o país que detém um importante ponto geopolítico e comercial.

A nação ameaçada divulga que não tem medo e que vai revidar militarmente se sofrer uma invasão, seja ela aérea ou terrestre. Há uma radicalização política e ideológica dos dois lados. A população do país ameaçado acredita no governo local, que não se cansa de fazer propaganda de seus méritos e de suas forças militares. Com isso, o nacionalismo é o motor da agitação nas cidades e os mais radicais dizem que defenderão o seu porto com o risco da própria vida. A democracia local é frágil. A série de tratados assinados com grandes potências garante socorro caso haja agressão militar, segundo o país ameaçado.

A potência agressora justifica que a região alvo da disputa é importante para o seu comércio e que não abre mão de sua soberania. Os analistas internacionais não acreditam na eclosão de uma guerra. As ameaças são feitas há pelo menos dois anos, e na undécima hora se conseguiu uma saída e o conflito foi, pelo menos, adiado. Os analistas mais céticos dizem que a mobilização de uma força militar tão grande é uma evidência e que a guerra é inevitável.

A potência agressora divulga por todo o mundo que a posse do porto estratégico é vital para sua economia e que isso

poderá dar um impulso em todo o continente. Diante do aumento da tensão mundial, várias nações recorrem à organização mundial, que já se mostrou enfraquecida por não ter conseguido impedir anexações de territórios e invasões em vários continentes.

O prazo final é 31 de agosto. A ditadura nazista que domina a Alemanha não abre mão de sua política conhecida como lebensraum, a política de espaço vital. O ditador Adolf Hitler faz inflamados discursos e diz que a fronteira alemã vai até onde houver alemães. Vale para o porto de Dantzig, sob a administração da vizinha Polônia. Dantzig ou Gdansk? O Reich teve sucesso com a anexação da Áustria, o Anschluss, e dos Sudetos da Tchecoslováquia.

As potências, em uma tentativa desesperada de impedir um novo conflito europeu como ocorreu em 1914, concordaram com o avanço nazista. Mas agora não há como voltar atrás. Caso o Corredor Polonês e Dantzig sejam invadidos, não há alternativa se não sair em socorro da Polônia. Hitler faz um último ultimatum e, na madrugada do dia seguinte, primeiro de setembro de 1939, as tropas nazistas invadem o país vizinho e avançam em direção a Varsóvia.

Começa a Segunda Guerra Mundial e seus milhões de mortos.

(*) - É professor e jornalista, âncora do Jornal Novabrasil, colunista do R7, do Podcast. Mestre em História pela USP e inscrito na OAB. Palestras e mídia training. Canal no Youtube (www.herodoto.com.br).

Procuram-se gamers

A Administração Federal de Aviação dos Estados Unidos, a Federal Aviation Administration (FAA), tem entre suas responsabilidades o controle do tráfego aéreo e estima que precisará contratar em breve 3 mil novos controladores.

Vivaldo José Breternitz (*)

Buscando recrutar pessoal, a FAA publicou recentemente um vídeo no YouTube voltado a gamers, os praticantes de jogos digitais. Segundo o *New York Times*, jogadores interessam à FAA por sua coordenação motora, capacidade de tomar decisões diante de situações complexas e habilidade de manter o foco em telas por longos períodos, características essenciais no ambiente de alta pressão do controle de tráfego aéreo (Air Traffic Control, ATC).

O secretário (ministro) dos Transportes dos EUA, Sean Duffy, disse que o esforço de recrutamento “busca atingir um grupo crescente de jovens adultos que já possui muitas das habilidades técnicas necessárias para ter sucesso na função”.

Ainda assim, os gamers interessados em ingressar na área precisarão enfrentar um rigoroso processo de treinamento. “Quando você contrata alguém com experiência em jogos, especialmente em simulações de controle aéreo, essa pessoa já larga na frente”, disse ao *NYT* Michael O'Donnell, da NASA. “Eles já chegam com um conjunto de habilidades. Mas isso não substitui a verdadeira aptidão, disciplina e capacidade de tomar decisões sob pressão.”

O controle de tráfego aéreo é uma das funções mais estressantes da aviação. Esses profissionais coordenam diversas aeronaves que deixam ou convergem para uma mesma área em curtos intervalos de tempo. Além de garantir a segurança e a separação entre voos, lidam com fatores como horários, condições meteorológicas, fechamentos do espaço aéreo por diversos motivos etc.



Science_Photo_Library_CANVA

Embora menos visível ao público do que o trabalho de pilotos e comissários, o ATC é fundamental para manter a segurança dos milhares de passageiros embarcados nos cerca de 100 mil voos comerciais diários de todo o mundo, sem contarmos os voos de aeronaves militares e privadas.

Nos últimos anos, apenas nos EUA, acidentes relevantes envolveram o sistema de controle de tráfego aéreo, como a colisão em pleno voo, em 2025, sobre o rio Potomac, entre um helicóptero militar UH-60 Black Hawk e um jato regional CRJ700 operado pela American Airlines. Neste ano de 2026, no aeroporto La Guardia, houve um choque entre um caminhão de bombeiros e um CRJ900 da Air Canada.

Embora o controle de tráfego aéreo não tenha sido apontado como o único responsável nesses casos, os episódios evidenciaram fragilidades na FAA e reforçaram a necessidade de ampliar o quadro de profissionais, especialmente diante do crescimento contínuo do número de voos.

Aqui no Brasil, onde o ATC é de responsabilidade da FAB, é oportuno lembrar a colisão entre um Boeing 737 da Gol e um jato executivo Embraer Legacy 600 que matou as 154 pessoas que estavam a bordo do Boeing, que caiu na Amazonia. As investigações concluíram que o acidente aconteceu devido a uma série de fatores, dentre eles, falha do ATC.

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

Quer trabalhar com dados? Conheça cinco carreiras que devem ganhar força

A inteligência artificial passou a integrar a infraestrutura do trabalho e tem transformado funções em diferentes áreas, além de impulsionar novas demandas profissionais. Nesse contexto, aumenta a valorização de carreiras que conectam dados à tomada de decisão, à escalabilidade e ao crescimento dos negócios.

Um levantamento do Infojobs reforça esse cenário ao indicar que, em 2026, vagas que exigem familiaridade com IA estarão distribuídas por dezenas de funções, incluindo cargos técnicos, criativos, comerciais e administrativos.

Com base no comportamento de busca e no consumo de cursos no último ano, um levantamento da Alura indica que as áreas mais promissoras para 2026 são as que combinam análise, visão estratégica e aplicação prática de IA. Segundo David Neves, gerente de Conteúdo Educacional da Alura, cinco frentes profissionais devem concentrar as principais oportunidades:

Engenharia de dados (Data Engineering)

Responsável por coletar, organizar e disponibilizar grandes volumes de informação com qualidade e segurança, sustenta ambientes cada vez mais complexos e garante que modelos e análises funcionem de forma confiável.

Governança de dados (Data Governance Specialist)

É a capacidade de estruturar políticas, padrões e processos que garantam qualidade, segurança e confiabilidade dos dados, permitindo que a empresa utilize informação com segurança para tomada de decisão. É a profissão que sustenta qualquer estratégia orientada a dados e IA, aliada ao compliance.

Essa carreira ganha força à medida que empresas precisam justificar decisões com transparência, reduzir riscos regulatórios e escalar uso de dados com responsabilidade.

Engenharia de analytics (Analytics Engineer)

Surge para resolver um problema recorrente nas empresas: dados inconsistentes, métricas desalinhadas e baixa confiança nos números.



Divulgação

Atua na padronização, organização e governança das métricas, garantindo que diferentes áreas falem a mesma “língua” analítica.

Engenharia de machine learning (Machine Learning Engineer)

Conecta experimentação e escala. É quem transforma modelos desenvolvidos por cientistas de dados em soluções robustas, integradas a produtos, sistemas e processos internos, garantindo performance, monitoramento contínuo e geração de valor real para o negócio.

Engenharia de IA (AI Engineer)

A Engenharia de IA desponta como a evolução natural das carreiras em dados ao transformar bases estruturadas em sistemas inteligentes que operam em produção. O profissional é responsável por arquitetar, implantar, monitorar e aprimorar soluções que integram machine learning, LLMs e agentes de IA aos produtos e processos das empresas, garantindo impacto real no negócio. Se a Engenharia de Dados prepara o terreno ao estruturar e assegurar a qualidade das informações, a Engenharia de IA constrói a camada de inteligência sobre

essa base, apoiada em pipelines robustos e arquitetura escalável.

A evolução do papel do profissional de dados

As carreiras de dados passam por um redesenho relevante, onde o profissional deixa de atuar apenas como executor técnico e assume um papel mais estratégico, conectando tecnologia, contexto e julgamento humano, seja ao estruturar governança, assegurar a qualidade das bases, integrar dados a produtos ou apoiar decisões de alto impacto.

Para o especialista, a inteligência artificial amplia a responsabilidade e o alcance desses especialistas. “O foco passa a ser assegurar consistência, qualidade e uso responsável das informações, especialmente em ambientes cada vez mais automatizados”, afirma.

“Do ponto de vista técnico, seguem sendo fundamentais conhecimentos em dados, como SQL, modelagem, engenharia de pipelines e análise de métricas. O mercado valoriza profissionais que entendem o contexto por trás dos números e sabem explicar impactos, trade offs e decisões”, explica Neves.

Mercado aquecido e mais exigente

A demanda por profissionais de dados segue alta, mas prioriza profissionais que vão além do domínio de ferramentas e conseguem atuar em problemas reais, conectando dados e IA à decisões estratégicas. “Em um ambiente cada vez mais automatizado, destacam-se aqueles que combinam base técnica sólida, pensamento crítico e compreensão do impacto do seu trabalho no negócio, competências que influenciam diretamente remuneração, crescimento e retenção”, diz o especialista da Alura.

Para quem deseja ingressar na área, David Neves orienta a começar resolvendo problemas reais, ainda que em pequena escala, e aprender a relacionar dados às decisões do dia a dia. “Dados não são um campo restrito a especialistas em exatas, mas a profissionais capazes de interpretar contextos, fazer boas perguntas e gerar impacto a partir da informação”, conclui.

News@TI

R\$ 70 milhões para escalar IA em operações críticas com cibersegurança integrada

A complexidade tecnológica nas empresas nunca foi tão alta. Ambientes multicloud já são realidade em mais de 90% das organizações, segundo o Gartner. O custo médio de um vazamento de dados ultrapassou US\$ 4,4 milhões por incidente, de acordo com a IBM. E 80% das empresas definem eficiência como objetivo central de suas iniciativas de IA, segundo a McKinsey, mas transformar essa adoção em vantagem competitiva real exige mais do que ferramentas: exige integração, governança e capacidade de execução. É nesse cenário que a e-Core anuncia um plano de investimentos de R\$ 70 milhões ao longo de 2026 e 2027, direcionado a três frentes que concentram os maiores gargalos e as maiores oportunidades das áreas de tecnologia: Inteligência Artificial, Cibersegurança e AIOps. Desse total, R\$ 35 milhões já estão comprometidos para 2026.

Futurix antecipa era pós-quântica

Diante do avanço da computação quântica, a Futurix, empresa global especializada em segurança criptográfica e Hardware Security Modules (HSMs), está desenvolvendo soluções preparadas para a era da criptografia pós-quântica. Trata-se de novos modelos de HSMs os quais já suportam algoritmos pós-quânticos certificados pelo NIST (National Institute of Standards and Technology), os quais disponibilizam APIs e métodos que permitem gerar chaves, criptografar dados e realizar assinaturas digitais utilizando esses novos padrões. Dentro do amplo portfólio da Futurix, está o CryptoHub que redefine os módulos de segurança de hardware (HSMs) ao substituir múltiplos sistemas complexos e independentes por uma plataforma única, simplificada e segura. Essa abordagem unificada reduz os custos de integração, acelera o lançamento no mercado e mantém os rigorosos padrões de segurança essenciais para a inovação. O CryptoHub aborda os principais desafios do setor Financeiro, como exemplo, protegendo os processadores de pagamento que lidam com milhões de transações diariamente, permitindo que os bancos digitais acelerem o cadastro de clientes em dispositivos móveis com gerenciamento de chaves confiável e ajudando as corretoras de criptomoedas a protegerem suas carteiras por meio de uma infraestrutura de chave pública (PKI) robusta e proteção de dados (https://www.futurix.com/demo-sign-up).

Aposentados e pensionistas do INSS podem consultar antecipação do 13º

Cerca de 35,2 milhões de aposentados, pensionistas e beneficiários de auxílios do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) já podem consultar a antecipação do décimo terceiro

A consulta pode ser feita no aplicativo Meu INSS, disponível para celulares e tablets, ou no site (gov.br/meuinss).



Com a previsão de injetar R\$ 78,2 bilhões na economia, a antecipação do décimo terceiro do INSS será paga em duas parcelas.

Com a previsão de injetar R\$ 78,2 bilhões na economia, a antecipação do décimo terceiro do INSS será paga em duas parcelas. A primeira parcela será paga de 24 de abril a 8 de maio. A segunda parcela vai de 25 de maio a 8 de junho. As datas são definidas com base no dígito final do Número de Inscrição Social (NIS) e com base na renda do beneficiário. Quem ganha apenas o salário mínimo começa a receber antes de quem recebe mais que o mínimo.

O decreto com a antecipação do décimo terceiro do INSS foi assinado no fim de março pelo presidente Lula. Este será o sétimo ano seguido em que os segurados do INSS receberão o décimo terceiro antes

das datas tradicionais, em agosto e em dezembro. Em 2020 e 2021, o pagamento ocorreu mais cedo por causa da pandemia da Covid-19. Em 2022 e 2023, as parcelas foram pagas em maio e junho. Em 2024 e 2025, em abril e maio.

Quem não tiver acesso à internet pode consultar a liberação do décimo terceiro pelo telefone 135. Nesse caso, é necessário informar o número do Cadastro de

Pessoas Físicas (CPF) e confirmar alguns dados ao atendente antes de fazer a consulta. O atendimento telefônico está disponível de segunda a sábado, das 7h às 22h.

Conforme os dados mais recentes do INSS, de fevereiro, 23,3 milhões de pessoas, cerca de 66,2% do total dos segurados do INSS, ganham até um salário mínimo por mês (R\$ 1.621). Outros 11,9 milhões

de beneficiários recebem acima do piso nacional. Desse total, 13,7 mil ganham o teto da Previdência Social, de R\$ 8.475,55.

A maioria dos aposentados e pensionistas receberá 50% do décimo terceiro na primeira parcela. A exceção é para quem passou a receber o benefício depois de janeiro e terá o valor calculado proporcionalmente. O Ministério da Previdência esclarece que os segurados que recebem benefício por incapacidade temporária (antigo auxílio-doença) também têm direito a uma parcela menor do décimo terceiro, calculada de acordo com a duração do benefício.

Por lei, os segurados que recebem benefícios assistenciais, como o Benefício de Prestação Continuada (BPC) e o Renda Mensal Vitalícia, não têm direito ao décimo terceiro salário (ABR).

Juros altos: ainda vale a pena investir em renda variável?

Em um cenário de juros elevados quando a Taxa Selic está em patamares altos, muitos investidores voltam suas atenções para a renda fixa, por causa da previsibilidade e pelos retornos mais imediatos. Com isso, surge a dúvida: ainda vale a pena investir em renda variável? A resposta passa por uma análise que vai além do curto prazo e precisa levar em conta os objetivos, o horizonte de investimento e o perfil de risco.

A renda variável são investimentos onde a rentabilidade não é previsível no momento da aplicação, com retornos oscilando para cima ou para baixo conforme o mercado. Envolve maior risco e volatilidade, mas potencial de ganhos superiores à renda fixa, incluindo ações, fundos imobiliários (FIIs), ETFs e câmbio.

No Brasil, devido à Selic elevada e à busca por segurança, o volume aplicado em títulos como CDBs e Tesouro Direto supera R\$ 2,8 trilhões, sendo a preferência, enquanto a renda variável, ações e FIIs, cresce, mas em um ritmo menor, com cerca de 5,5 milhões de investidores, de acordo com dados da B3.

“Juros altos costumam pressionar o mercado acionário, gerando quedas que podem criar boas oportunidades de compra; para investidores de longo prazo, isso permite adquirir ativos de qualidade a preços mais baixos e aumentar o potencial de retorno futuro”, explica Paulo Cunha, CEO da iHUB Investimentos (<https://ihub-investimentos.com.br/>).

Bolsa supera juros Selic e small caps ganham destaque - Nos últimos anos, a Bolsa brasileira rendeu mais do que a taxa de juros, com o Ibovespa e outros ativos superando consistentemente o desempenho das aplicações em renda fixa. Essa valorização costuma começar pelos índices, como ocorreu recentemente. Um exemplo é o ETF BOVA11 (iShares Ibovespa Fundo de Índice), que acompanha o desempenho

do principal índice da Bolsa e é bastante utilizado como referência.

Com a expectativa de queda dos juros, as ações de menor capitalização, conhecidas como small caps, podem se beneficiar. Esses papéis subiram nos últimos anos, mas foram impactados recentemente por tensões geopolíticas, como a guerra no Oriente Médio. Por serem mais sensíveis à redução da taxa Selic, tendem a apresentar maior reação positiva a cortes nos juros.

Com a Selic em 15%, a rentabilidade da Bolsa alcançou 40%, mostrando que o desempenho das ações já se mostra vantajoso frente à renda fixa, como, por exemplo, o Ibovespa, que teve alta superior a 40% em relação ao ano anterior, especialmente considerando máximas históricas alcançadas em fevereiro de 2026.

Mesmo com a Selic elevada tornando a renda fixa mais atrativa no curto prazo, a renda variável continua relevante como estratégia de longo prazo. Juros altos podem pressionar o mercado acionário, gerando ajustes que criam oportunidades de compra a preços mais interessantes. Para investidores com visão de longo prazo, esses momentos permitem adquirir ativos de qualidade com desconto, potencializando ganhos futuros. Além disso, ações e fundos imobiliários oferecem potencial de valorização e proteção contra a inflação, contando com a capacidade de adaptação de empresas sólidas ao longo dos ciclos econômicos.

Por fim, optar entre renda fixa e renda variável não precisa ser uma escolha exclusiva. A diversificação permanece como uma estratégia essencial para equilibrar risco e retorno. “Mesmo em um cenário de juros elevados, a renda variável continua relevante, desde que inserida a um planejamento consistente e com as expectativas alinhadas à realidade e às circunstâncias”, finaliza Paulo Cunha.

Atividade econômica brasileira cresce 0,6% em fevereiro

A atividade econômica brasileira teve crescimento em fevereiro, de acordo com dados divulgados ontem (16) pelo Banco Central (BC). O Índice de Atividade Econômica do Banco Central (IBC-Br) subiu 0,6% em fevereiro em relação ao mês anterior, considerando os dados dessazonalizados (ajustados para o período). As altas foram de 0,2% na agropecuária, 1,2% na indústria e 0,3% em serviços.

Já na comparação com fevereiro de 2025, houve recuo de 0,3%, sem ajuste para o período, já que a comparação é entre meses iguais. Em 12 meses acumulados até fevereiro deste ano, o índice acumula uma alta de 1,9%. O IBC-Br é uma forma de avaliar a evolução o ritmo da economia do país e incorpora informações sobre o nível de atividade na indústria, comércio e serviços e agropecuária, além do volume de impostos.

O índice ajuda o Comitê de Política Monetária (Copom) do BC a tomar decisões sobre os juros básicos da economia, a Taxa Selic, definida atualmente em 14,75% ao ano. A Selic é o principal instrumento do BC para alcançar a meta de inflação. O índice “contribui para a elaboração de estratégia da política monetária” do país, mas “não é exatamente uma prévia do PIB.”

O PIB é a soma de todos os bens e serviços finais produzidos por um país. Em 2025, a economia brasileira cresceu 2,3%, com expansão em todos os setores e destaque para a agropecuária, o resultado representa o quinto ano seguido de crescimento (ABR).

IA acelera desinformação e ameaça democracias

O rosto é igual. A voz, também. Mas a informação é suspeita. As ferramentas de inteligência artificial (IA) elevaram a necessidade de desconfiança dos conteúdos que cada um de nós recebe de diferentes formas, como em nenhum outro momento da história. Quem diz isso são os próprios profissionais que fazem checagem de informação. Eles recomendam desconfiança.

Um retrato disso está em um levantamento, divulgado nesta semana, feito a partir de 1.294 checagens profissionais em pelo menos dez idiomas, produzido pela Agência Lupa (veículo especializado nesse tipo de atividade). O mapeamento tem o título “O impacto da IA no Fact-checking Global”. O resultado desse painel é que 81,2% dos casos de desinformação com tecnologias de inteligência artificial surgiram apenas nos últimos dois anos (entre janeiro de 2024 e março de 2026).

Eleições, guerras e golpes foram os assuntos mais recorrentes. Segundo a gerente de inovação e formação da Agência Lupa, Cristina Tardáguila, a IA está redefinindo o campo da desinformação em escala global. “A

imensa maioria das peças que são analisadas pelos checadores acaba levando a etiqueta de falso ou de enganoso. A IA dificilmente tem sido feita para impulsionar conteúdos verdadeiros”, disse.

Outra observação da pesquisadora, fundadora da Lupa, é que a desinformação chega ao público em diferentes formatos (além de vídeos, áudios curtos, fotos e textos). Uma preocupação é sobre o uso dessas tecnologias nos períodos eleitorais no mundo todo. Para ela, são utilizações que ameaçam democracias.

“Este é um ano eleitoral importante no Brasil e em outros parceiros da região”. Ela cita os processos nos Estados Unidos, no Peru, na Costa Rica e na Colômbia. Esse cenário vai impactar a vida dos checadores desses países e também dos eleitores. Eles vão receber uma enxurrada de conteúdos com IA e com grande chance de essas peças serem, na verdade, grandes falsidades”, acrescenta. Isso significa que o uso de IA para manipular conteúdos deixou de ser pontual e passou a integrar de forma permanente o ambiente da desinformação digital (ABR).

A - Indústria da Construção

Promovido pela Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC), de 19 a 21 de maio, no Distrito Anhembi, em São Paulo, acontece o 'Evento Internacional da Indústria da Construção (ENIC) 2026', que será o ponto de encontro das principais lideranças, empresas e especialistas do setor. Serão mais de 100 horas de conteúdos estratégicos, reunindo um ecossistema completo da construção em um só lugar. Inscrições e mais informações: (<https://cbic.org.br/enic/>).

B - Atendimento Financeiro

Moradores e microempreendedores interessados em planejar melhor o uso do dinheiro ou entender caminhos possíveis para reduzir dívidas podem participar de uma nova edição da 'Academia de Finanças', iniciativa da Prefeitura de São Paulo. Nos próximos dias 24 e 25 e 08 de maio, serão oferecidas consultorias individuais e gratuitas nos TELAS (espaços de trabalho colaborativos) em Santo Amaro, Heliópolis, Cidade Tiradentes, Cachoeirinha, Vergueiro e Itaquera. Os planejadores financeiros mostram que existem outros caminhos para sair das dívidas sem recorrer ao banco. Inscrições: (<https://app.adesampa.com.br/login>).

C - Confeitaria e Festas

Entre os próximos dias 20 e 23, no Transamerica Expo Center, em São Paulo, acontece a 'Mara Cakes Fair 2026', encontro que conecta profissionais, marcas e empreendedores da confeitaria em uma agenda que combina exposição, conteúdo e atividades práticas. O encontro conecta fornecedores, confeiteiros, empreendedores e público interessado, em

um ambiente voltado à atualização profissional e à geração de negócios. A programação inclui workshops, palestras, competições e experiências voltadas à capacitação e ao desenvolvimento do mercado. Mais informações: (<https://maracakesfair.com.br/>).

D - Leilão do TRT 2

A Justiça do Trabalho realizará um leilão para o pagamento de dívidas trabalhistas, que acontecerá em duas datas, nos dias 19 e 21 de maio. O TRT 2 (Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região, com sede em São Paulo/SP) leiloará 165 imóveis e 25 veículos, além de maquinários e até mesmo um piano, que poderão ser arrematados virtualmente a partir das 10h00 das respectivas datas, por meio do site (www.ribeiroleiloes.com.br). Os descontos poderão chegar a 90% do valor da avaliação inicial, com possibilidade de parcelamento em até 30 vezes, devendo ser observadas as condições no próprio edital no site do leiloeiro.

E - Viagens Corporativas

A Tour House Viagens Corporativas, TMC do Grupo Tour House, realiza, no próximo dia 23 (quinta-feira), das 8h30 às 14h, no Pullman São Paulo Vila Mariana, em São Paulo, o TH Talks 2026, um encontro que reunirá gestores de viagem, clientes e parceiros estratégicos para debater os rumos do setor. Com o tema “Automação Inteligente: eficiência e tranquilidade - o que o viajante corporativo espera em 2026?”, o evento propõe uma imersão nas principais tendências que estão transformando a jornada corporativa. O evento é gratuito e as inscrições podem ser solicitadas em: (<https://tour-house-viagens.rds.land/mp-lp-th-talks-ppe-2026>).

F - Cidade do Futuro

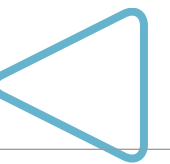
Em sua 4ª edição, o Festival Cidade do Futuro se consolida como um dos principais encontros dedicados à construção do futuro das cidades no Brasil. O evento reúne lideranças, empresas, investidores e gestores públicos em torno de um objetivo comum: gerar legado e impulsionar transformações reais nos territórios urbanos. A programação acontece entre os próximos dias 24 e 25 na Praça Victor Civita, em São Paulo, e contará com mais de 100 palestras e atividades, cerca de 150 painelistas de todo o Brasil e previsão de 5 mil participantes ao longo do evento. As inscrições são gratuitas e estão abertas em: (<https://www.sympla.com.br/evento/cidade-do-futuro-2026/3254372>).

G - Contato com o Público

A Motorola anuncia a abertura do pré-registro para o lançamento do motorola razr fold, novo dobrável da marca que inaugura o formato “livro” na família razr. A iniciativa marca a etapa inicial de contato com o público e busca mapear interesse antes da chegada oficial do produto ao mercado brasileiro e é válida para a versão tradicional, que vem para o Brasil nas cores branca e preta, e a versão FIFA World Cup 26™ Collection. O cadastro pode ser realizado no site (<https://www.motorola.com.br/lançamentos>) que garante acesso antecipado a informações, condições comerciais e benefícios relacionados ao lançamento.

H - Liderança Feminina

O Secovi-SP realiza, no próximo dia 30, o lançamento oficial do 'Núcleo de Desenvolvimento de Mulheres', iniciativa voltada ao fortalecimento da liderança feminina no setor imobiliário. O evento, exclusivo para mulheres, ocorrerá na sede da entidade e reunirá associadas, executivas e colaboradoras em um ambiente dedicado à troca de experiências e ao desenvolvimento profissional. O encontro terá início às 8h30, com credenciamento e recepção, seguido da abertura e dos painéis temáticos até as 11h. As inscrições são limitadas e destinadas exclusivamente ao público feminino em (<https://secovi.com.br/evento/lançamento-do-nucleo-de-mulheres/>).



Carol Olival (*)

Economia da Criatividade

#FullSailBrazilCommunity

Marketing Educacional como Sistema, Não Como Campanha

Ao longo da minha trajetória no marketing educacional, percebi que muitas instituições ainda enxergam marketing como um conjunto de campanhas pontuais

A cada período de matrícula, aumenta-se o investimento, criam-se anúncios, e depois tudo desacelera. Essa lógica gera picos de resultado, mas não constrói marca sólida. Kotler e Keller (2016) defendem que marcas fortes são construídas por consistência e estratégia de longo prazo. No setor educacional, essa consistência é ainda mais importante, porque estamos lidando com decisões que envolvem confiança, futuro e projeto de vida.

Quando trato marketing como sistema, penso em um ecossistema de relacionamento permanente. Isso envolve conteúdo contínuo, eventos estratégicos, presença digital consistente, CRM estruturado e acompanhamento ativo da base de contatos. Morgan e Hunt (1994) mostram que relações duradouras se sustentam em confiança e comprometimento. Isso não se constrói em uma única campanha. É preciso presença constante, coerência de mensagem e integração entre áreas. Marketing, nesse modelo, deixa de ser ação sazonal e passa a ser parte da estrutura institucional.

Na prática, instituições que adotam essa visão conseguem previsibilidade maior de resultados. Em vez de depender apenas de anúncios em momentos específicos, trabalham comunidade, relacionamento e geração de valor ao longo do ano inteiro. Conteúdo educativo, encontros presenciais, newsletters e acompanhamento personalizado fortalecem vínculo antes mesmo da decisão de matrícula. Quando o período de captação chega, a base já está aquecida e a marca já é conhecida. Isso reduz custo de aquisição e aumenta qualidade das conversões.

Outro ponto essencial é a integração do marketing com atendimento e área acadêmica. Se a promessa comunicada não é sustentada pela experiência interna, o sistema se rompe. Por isso, acredito que marketing educacional precisa estar alinhado à cultura institucional. Ele deve organizar processos, acompanhar métricas e garantir que cada ponto de contato reforce a mesma proposta de valor. Marketing como sistema é visão estratégica, não improvisado.

Ao longo da minha experiência, inclusive na formação internacional que ampliou minha visão sobre gestão e branding educacional, aprendi que crescimento sus-

tentável não nasce de campanhas isoladas. Ele nasce de estrutura. Instituições que tratam marketing como sistema constroem marca, reputação e comunidade. Em um mercado competitivo, essa visão é o que separa ações emergenciais de estratégias duradouras. E quem deseja crescer com consistência precisa investir em estrutura permanente, não apenas em campanhas temporárias.

Referências

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.

(*) - Com graduação em Arquitetura e Urbanismo, pós-graduação em Administração, MBA em Empreendedorismo e Inovação e Mestrado em Marketing Digital, Carol Olival conta com mais de 20 anos de atuação no mercado de educação. Tem foco nas áreas de vendas e marketing e experiência como empreendedora e gestora de escolas próprias. Autora de três livros sobre educação e treinamento corporativo e TEDx speaker, hoje Carol atua como Community Outreach Director da Full Sail University, provendo constantes debates sobre como o binômio criatividade e tecnologia são necessários a todos profissionais do cenário atual, e o papel da educação dentro desse contexto

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

Distrito de Jardim São Luís

Dr^a. Evanice Callado Rodrigues dos Santos - Oficial

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

O pretendente: **RAMON KAIQUE SILVA DA COSTA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 30/04/2000, motoboy, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Josivan Vicente da Costa e de Edna Maria da Silva; A pretendente: **AMANDA SILVA SANTOS**, brasileira, solteira, nascida aos 14/08/2000, líder de equipe, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Atones Cordeiro dos Santos e de Roseane Laudelino Silva.

O pretendente: **ADALBERTO RUFINO DOS SANTOS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 03/01/1984, auxiliar de portaria, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Girlene Rufino dos Santos Silva; A pretendente: **HELOISA QUEIROZ SANTOS**, brasileira, solteira, nascida aos 12/08/2003, recepcionista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Celso Alexandrino dos Santos e de Maria Zelia de Queiroz Santos.

O pretendente: **RENATO CAMILO DO NASCIMENTO**, brasileiro, divorciado, nascido aos 27/10/1978, comerciante, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Antonio Camilo do Nascimento e de Celia Lemos do Nascimento; A pretendente: **GRAZIELA OLIVEIRA DOS SANTOS**, brasileira, solteira, nascida aos 09/12/1997, esteticista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Valdira Oliveira dos Santos.

O pretendente: **PAULO HENRIQUE DA CONCEIÇÃO FEITOSA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 02/04/1998, motoboy, natural de Salvador - BA, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Paulo Sergio Sousa Feitosa e de Luciene da Conceição; A pretendente: **EVELLIN LISBOA DE SOUZA**, brasileira, solteira, nascida aos 23/10/1998, auxiliar de escritório, natural de Itapeçica da Serra - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Alilton Lisboa de Souza e de Midiam da Silva Souza.

O pretendente: **FÁBIO MARTINS DOS REIS**, brasileiro, divorciado, nascido aos 30/10/1980, pintor de construção civil, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Valtermir Martins dos Reis e de Maria Lucia Ferreira; A pretendente: **ARIANE CASSIA DA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 24/08/1984, auxiliar técnica de educação, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Antonio Carlos da Silva e de Maria Aparecida Rocha da Silva.

O pretendente: **AILSON SOARES GONÇALVES**, brasileiro, solteiro, nascido aos 18/01/1983, operador de máquinas, natural de Castro Alves - BA, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Manoel Neves Gonçalves e de Honorina Neves Gonçalves; A pretendente: **ILMA SANTOS CAMPOS**, brasileira, solteira, nascida aos 14/08/1986, auxiliar de limpeza, natural de Igual - BA, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Valdesio Pereira Campos e de Maria Jesus dos Santos.

O pretendente: **JUANDA SILVA RODRIGUES**, brasileira, solteira, nascida aos 18/03/1992, artista plástico, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Francisco Sales Rodrigues e de Maria Gelcia da Silva; A pretendente: **ERIKA SILVA CALDEIRA**, brasileira, solteira, nascida aos 03/12/1997, arquiteta, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Roberto Caldeira e de Maria Aparecida Avelino da Silva Caldeira.

O pretendente: **PAULO HENRIQUE DOS SANTOS SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 03/09/1995, entregador, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Severino Paulino da Silva e de Maria Helena dos Santos Maciel; A pretendente: **GABRIELA FERREIRA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 03/01/1996, copeira, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Aurino Ferreira da Silva e de Eva Silva Santos.

O pretendente: **EDVAN HENRIQUE VALENÇA DA SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 25/12/1993, técnico de segurança do trabalho, natural de Belo Jardim - PE, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Edvaldo da Silva e de Elizângela Valença da Silva; A pretendente: **CRISTINA DE OLIVEIRA BARAUNA**, brasileira, solteira, nascida aos 07/04/1993, operadora de call center, natural de Santo André - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de José Wellington de Oliveira Barauna e de Glauca Rodrigues de Lima Barauna.

O pretendente: **LUIZ CARLOS DE ASSIS OLIVEIRA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 16/04/1995, natural de Praia Grande - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Alexandre de Assis Oliveira e de Daniela Aparecida Pinto; A pretendente: **BRUNA BENICIO DE ALMEIDA VIANA**, brasileira, solteira, nascida aos 07/01/2001, natural de Taboão da Serra - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Raimundo Nonato Viana Sobrinho e de Suzi Mara Benicio de Almeida Cardoso.

Opretendente: **MAICON ALVES MIRANDA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 05/08/1999, servente de obras, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Marcos Santos Miranda e de Cleide Alves Pinto; Apretendente: **YASMIN PRATES GUIMARÃES DE FREITAS**, brasileira, solteira, nascida aos 22/08/2007, auxiliar de limpeza, natural de Itapeçica da Serra - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Emerson Renato Guimarães de Freitas e de Dayane Prates dos Santos Ângelo.

O pretendente: **WILLIAN MARIANO CAVALCANTE**, brasileiro, solteiro, nascido aos 07/02/1996, motorista de aplicativo, natural de Cotia - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de José Coelho Cavalcante e de Maria Olinda Mariano; A pretendente: **KLICIA NAELIA PEREIRA CRUZ**, brasileira, solteira, nascida aos 04/02/1989, auxiliar de restaurante, natural de São Luís - MA, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de César Julio Cruz e de Rose-Clea Costa Pereira.

Opretendente: **CORNÉLIO ALVES DA SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 14/11/1970, operador de máquina, natural de Monte Azul - MG, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Clemência Alves da Silva; A pretendente: **IVANIA CALIXTO DA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 21/05/1971, do lar, natural de Recife - PE, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de David Calixto da Silva e de Edite Diniz da Silva.

O pretendente: **ROBERT LOURENÇO DE ARAUJO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 04/09/1990, analista comercial, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Cláudio Márcio de Araujo e de Neide Lourenço; Opretendente: **LOURIVAL LOPES AFONSO JÚNIOR**, brasileiro, solteiro, nascido aos 30/10/1990, coordenador de compliance, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Lourival Lopes Afonso e de Ana Maria da Luz Afonso.

O pretendente: **RICARDO PAULO DA SILVA**, brasileiro, divorciado, nascido aos 23/05/1979, ajudante geral, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Pascoal Paulo da Silva e de Margulina Maria de Jesus Silva; A pretendente: **KELLY RIBEIRO DA SILVA**, brasileira, divorciada, nascida aos 01/01/1992, acompanhante comunitária, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Josino Rodrigues da Silva e de Eliana Clara Ribeiro da Silva.

O pretendente: **ALEXANDRE DOS SANTOS LIMA**, estado civil solteiro, filho de Paulo de Lima e de Roseli dos Santos de Lima, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **ALANI LOURIVAL DE OLIVEIRA**, estado civil solteira, filha de João Lourival da Silva e de Maria Cicera de Oliveira, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **CAIO MARTINEZ LOSE**, estado civil solteiro, filho de Darci Lose e de Claudia Martinez Fortes Lose, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **GABRIELA GOBATO DE SOUSA**, estado civil solteira, filha de João Paulo Correia de Sousa e de Ana Maria Gobatto de Sousa, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **CAIRO HENRIQUE DOS SANTOS LIMA**, estado civil solteiro, filho de Geraldo Ferreira de Lima e de Benedita Donizetti dos Santos Lima, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Apretendente: **THAYLA GABRIELA PEREIRA PASSONI**, estado civil divorciada, filha de Flavio Antonio Passoni e de Michelle Cremonese Pereira Passoni, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **RICHARD DE LEMOS LUDGERO**, estado civil solteiro, filho de Rogério Ludgero e de Edicleide Nascimento de Lemos, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **MITALY ARIAN MOREIRA CALIXTO**, estado civil solteira, filha de Carlos Alberto Calixto e de Rosa Maria Moreira Calixto, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **JOSE JAMES DE SOUSA**, brasileiro, viúvo, nascido aos 05/03/1951, aposentado, natural de Teresina - PI, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Lourival Gomes de Sousa e de Maria Jose da Cruz Sousa; A pretendente: **CARLA PEREIRA EVANGELISTA**, brasileira, solteira, nascida aos 23/05/1984, atendente de balcão, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Fernandes Alves Evangelista e de Mauria Verçosa Pereira.

Opretendente: **HUGO RODRIGUES DO VAL**, brasileiro, solteiro, nascido aos 10/09/1997, ajudante geral, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de José Lopes do Val e de Maria Rodrigues do Val; Apretendente: **ADRIANA VIVIANE DA SILVA LOPES**, brasileira, solteira, nascida aos 11/07/1999, lash designer, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Adriano Cleber Alves Lopes e de Rozania Roque da Silva.

O pretendente: **VICTOR LUIZ CRUZ REIS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 05/11/2003, entregador de aplicativo, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de André Candido dos Reis e de Maria Josefa Conceição da Cruz; Apretendente: **TAILA RAMOS MARCELINO**, brasileira, solteira, nascida aos 24/01/2002, auxiliar de sala laboratório, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Raimundo Marcelino Sobrinho e de Juscelina Fonseca Ramos.

Opretendente: **SILVERBERGUE ANTONIO DOS SANTOS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 16/02/1971, conferente de logística, natural de Paulista - PE, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Severino Antonio dos Santos e de Marli Maria dos Santos; Apretendente: **CRISTIANA DA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 29/04/1976, repositora júnior, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Luiz Ginuino da Silva e de Maria das Dores Silva.

O pretendente: **JOÃO ANTONIO BENICIO VIANA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 27/01/2004, designer gráfico, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Raimundo Nonato Viana Sobrinho e de Suzi Mara Benicio de Almeida Cardoso; Apretendente: **DÉBORA ALINE PAZ**, brasileira, solteira, nascida aos 10/11/2007, ilustradora, natural de Novo Hamburgo - RS, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Carlos Augusto Paz e de Andréa Pires Paz.

O pretendente: **JÚLIO DOS SANTOS LOPES**, brasileiro, divorciado, nascido aos 13/12/1993, encanador, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Jurandir dos Santos Lopes e de Maria Luciene Guadencio; Apretendente: **CYNTHIA APARECIDA DA SILVA**, brasileira, divorciada, nascida aos 25/02/1990, esteticista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Roseli Aparecida da Silva.

Opretendente: **JOHN CLEIBE TENORIO DA SILVA**, brasileiro, divorciado, nascido aos 22/10/1992, controlador de acesso, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Leociliane Tenorio da Silva; Apretendente: **NAIANE DE SOUZA SILVA**, brasileira, divorciada, nascida aos 04/04/1995, reparadora automotiva, natural de Icarai de Minas - MG, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de José Pereira da Silva e de Creuza José de Souza Silva.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

FAÇO SABER que pretendem converter sua união estável em casamento:

O convivente: **ALLAN ALVES MOURA**, estado civil solteiro, filho de Waldene Rodrigues Moura e de Ivanita Rodrigues Alves Moura, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A convivente: **CAROLINE THOMAZINI CABRAL**, estado civil solteira, filha de Dejanir Cezar Cabral e de Marli Aparecida Thomazini Cabral, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

33º Subdistrito - Alto da Mooca

ILZETE VERDERAMO MARQUES - Oficial

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

O pretendente: **ANDERSON DIAS PINHEIRO**, estado civil divorciado, filho de Wilson Jose Dias Pinheiro e de Sueli Aparecida Vitorin Pinheiro, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Apretendente: **LEILA DE CAMPOS SILVA**, estado civil divorciada, filha de Djalmá Barboza da Silva e de Egle Maria de Campos Silva, residente e domiciliada na Vila Matilde, nesta Capital - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Gaspar Rodrigues, nº 102, casa 04, Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Capitão José Leite, nº 118, Vila Matilde, nesta Capital - São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea "b" da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência da pretendente.

O pretendente: **MATHEUS HENRIQUE DA CONCEIÇÃO SILVA**, estado civil solteiro, filho de Jose da Silva e de Isabel da Conceição Silva, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Apretendente: **ÉRIKA NICOLAU DOS SANTOS**, estado civil solteira, filha de Carlito Oliveira dos Santos e de Edilene Nicolau dos Santos, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

Marubeni

MARUBENI BRASIL S.A.

CNPJ/MF nº 80.884.756/0001-72

Senhores Acionistas: Em cumprimento às disposições legais e estatutárias, a Diretoria da **MARUBENI BRASIL S.A.** tem a satisfação de apresentar o Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado, Demonstração dos Fluxos de Caixa, das Mutações Patrimoniais e notas explicativas, relativos ao exercício findo em 31 de dezembro de 2025. São Paulo, 15 de abril de 2026.

Balanços Patrimoniais Levantados em 31 de dezembro de 2025 e 2024 (Valores em milhares de reais - R\$)	
Ativo	2025 2024
Circulante	
Caixa e equivalentes de caixa	65.325 37.078
Contas a receber de clientes	3.741 4.183
Contas a receber - partes relacionadas	14.178 12.083
Estoque	48 39.337
Impostos a recuperar	4.068 3.047
Despesas antecipadas	98 1.189
Outros créditos	198 1.492
Total do ativo circulante	87.656 98.409
Não circulante	
Depósitos judiciais	2.128 2.010
Imposto de renda e contribuição social diferidos	177 1.034
Investimentos	15.501 18.763
Imobilizado	2.482 1.873
Intangível	75 120
Ativo de direito de uso	4.298 1.899
Total do ativo não circulante	24.661 25.699
Total do ativo	112.317 124.108

Demonstrações dos Fluxos de Caixa dos Exercícios Findos em 31 de Dezembro de 2025 e 2024 (Valores em milhares de reais - R\$)	
	2025 2024
Fluxo de caixa de atividades operacionais	2025 2024
Lucro líquido do exercício	26.276 16.923
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais:	
Depreciação e amortização	2.839 977
Juros de arrendamentos	634 450
Provisão (reversão) de perdas dos estoques	(315) (274)
Provisão ARO	- 112
Amortização de direito de uso	4.280 1.900
Equivalência patrimonial	(71) (207)
Perdas estimadas em créditos de liquidação duvidosa	5 (5)
Provisões para contingências	(1.515) 1.380
Impostos de renda e contribuição social corrente	4.220 5.660
Imposto de renda e contribuição social diferido	857 (950)
Dividendos de investimento	(8.365) -
Total	28.845 25.966
Ajustes de capital de giro:	
(Aumento) redução em ativos	437 1.842
Contas a receber - partes relacionadas	(697) 4.415
Impostos a recuperar	1.471 190
Estoques	39.604 (17.026)
Demais ativos	2.267 (2.001)
Total	(2.625) 6.619

Demonstrações das Mutações do Patrimônio Líquido para os Exercícios Findos em 31 de dezembro de 2025 e 2024 (Valores em milhares de reais - R\$)	
	2025 2024
Reserva lucros	
Saldo em 31 de dezembro de 2023	79.455 -
Distribuição de dividendos	- (9.481)
Diferenças cambiais sobre conversão de operações estrangeiras	- -
Juros sobre capital próprio proposto	- (6.463)
Lucro líquido do exercício	26.276 16.923
Reserva legal	523 (523)
Reserva para retenção de lucros	9.937 (9.937)
Saldo em 31 de dezembro de 2024	79.455 108.166
Distribuição de dividendos	- (9.482)
Distribuição de dividendos Intermediários	- (11.795)
Diferenças cambiais sobre conversão de operações estrangeiras	- -
Juros sobre capital próprio proposto	- (8.859)
Lucro líquido do exercício	26.276 16.923
Reserva legal	871 (871)
Reserva para retenção de lucros	16.546 (16.546)
Saldo em 31 de dezembro de 2025	79.455 103.622

Demonstrações dos Resultados Abrangentes findo em 31 de dezembro de 2025 e 2024 (Valores em milhares de reais - R\$)	
	2025 2024
Lucro líquido do exercício	26.276 16.923
Diferenças cambiais sobre conversão de operações estrangeiras	684 1.667
Total dos resultados abrangentes	26.960 18.590

Demonstrações do Resultado para os Exercícios Findos em 31 de dezembro de 2025 e 2024 (Valores em milhares de reais - R\$, exceto o lucro por ação)	
	2025 2024
Receita operacional líquida	66.145 77.308
Custo dos produtos vendidos	(10.728) (12.017)
Lucro bruto	55.417 65.291
Recargas (despesas) operacionais:	
Despesas com vendas	(263) (751)
Despesas gerais e administrativas	(15.103) (20.309)
Despesas com pessoal e encargos	(28.033) (32.879)
Participação em sociedades controladas	8.612 1.463
Equivalência patrimonial	71 207
Outras receitas/despesas operacionais, líquidas	(93) (45)
Lucro operacional antes do resultado financeiro e do imposto de renda e contribuição social	20.618 12.977
Despesas financeiras	(42.780) (13.381)
Receitas financeiras	53.515 22.037
Lucro antes do imposto de renda e da contribuição social	31.353 21.633
Imposto de renda e contribuição social	(4.220) (5.660)
Corrente	(857) (950)
Diferido	(5.077) (4.710)
Lucro líquido do exercício	26.276 16.923
Lucro por ação - em reais	0,331 0,213

Demonstrações dos Resultados Financeiros 31 de dezembro de 2025 e 2024 (Valores expressos em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma)	
	2025 2024
1. Contexto operacional: A Companhia tem como objetivo a exploração do comércio em geral, importação, exportação, representação comercial e participação em outras sociedades.	
2. Políticas contábeis: As demonstrações financeiras da Companhia para o exercício findo em 31 de dezembro de 2025 foram elaboradas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil que compreendem: a legislação societária brasileira e os Pronunciamentos, interpretações e Orientações emitidas pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC).	
3. Parecer dos Auditores Independentes: As Demonstrações Financeiras, Notas Explicativas, Relatórios da Administração e o Relatório dos Auditores Independentes estão disponíveis na Sede da Companhia.	
4. Capital social	
	Quantidade de ações R\$ %
Marubeni Corporation - Japão	79.439.429 79.440 99,98
Yoshisato Esaka	15.311 15 0,02
Total	79.454.740 79.455 100,00

Logos Participações S.A.

Senhores Acionistas: Em cumprimento às obrigações legais e estatutárias, submetemos à apreciação de V.Sas. as Demonstrações Financeiras dos exercícios findos em 31 de dezembro de 2025 e 2024. São Paulo, 06 de abril de 2026. **A Diretoria**

Balanço Patrimonial em 31 de Dezembro de 2025 e 2024 (Em reais)	
Ativo	2025 2024
Circulante	
Caixa e equivalentes de caixa	1.790.969,42 2.447.189,97
Impostos a recuperar	54.917,62 2.386,18
Total	1.845.887,04 2.449.576,15
Não circulante	
Depósitos judiciais	831.032,80 881.032,80
Partes relacionadas	506.761,12 357.780,96
Investimentos	1.337.793,92 1.238.813,76
Imobilizado	328.938,44 336.271,19
Total	3.340.668,06 3.428.558,16

Demonstração do Fluxo de Caixa em 31 de Dezembro de 2025 e 2024 (Em reais)	
	2025 2024
Atividades operacionais	
Resultado líquido do exercício	(481.947,53) (896.845,26)
Resultado de equivalência patrimonial	7.798,50 (9.482,26)
Depreciações e amortizações	1.157,35 (1.156,32)
(Aumento)/Redução de ativos	
Contas a receber	- 1.210.033,80
Impostos a recuperar	(52.531,44) 8.290,47
Partes relacionadas	(148.980,16) (46.409,23)
Depósitos judiciais	50.000,00 (17.847,24)
Total	(151.511,60) 1.154.067,80

Demonstração dos Resultados em 31 de Dezembro de 2025 e 2024 (Em reais)	
	2025 2024
Despesas administrativas e gerais	(716.459,17) (975.415,02)
Tributárias	(27.873,67) (3.099,84)
Equivalência patrimonial	(7.798,50) 9.482,26
Despesas com depreciações	(1.157,35) (1.156,32)
Receitas financeiras	273.289,39 297.699,84
Despesas financeiras	(1.948,23) (151.866,09)
Resultado financeiro	271.341,16 145.833,75
(Prejuízo) operacional	(481.947,53) (824.355,17)
Outras receitas e despesas	
Demais receitas	- 16.000,00
(Prejuízo) antes do imposto de renda e contribuição social	(481.947,53) (808.355,17)
Imposto de renda e contribuição social - corrente	- (91.287,61)
Imposto de renda e contribuição social - diferido	- 2.797,52
(Prejuízo) líquido do exercício	(481.947,53) (896.845,26)
Prejuízo por ação - R\$	(16,63) (30,95)
Quantidade de ações	28.979 28.979

Composição do Conselho de Administração	
Antônio João Oliveira Rocha - Presidente	
Carlos Augusto Blós Pera	
Celso de Oliveira Azevedo Filho	
Flávio Correia Próspero	
Jair Carlos Roxo	
Manoel Antônio Amarante Avelino da Silva	
Diretoria	
José Afonso Junqueira Netto - Diretor-Presidente	
Ladi Biezus - Diretor	
Carlos Roberto Bertola - Contador CRC 1SP085590/O-0	

Dez Asas Participações S.A.

Ficam os acionistas da **Dez Asas Participações S.A.** convocados a se reunirem em assembleias gerais ordinária e extraordinária, que se realizarão de forma presencial e remota, por meio de plataforma eletrônica, no dia 27 de abril de 2026, às 15:30 horas, na Av. Brigadeiro Faria Lima, nº 2.092, 15º andar, conj. 153, nesta Capital, a fim de deliberar sobre a seguinte ordem do dia: Em sede ordinária: (a) prestação de contas dos administradores, exame, discussão, deliberação sobre as demonstrações financeiras da companhia, relativas ao exercício social encerrado em 31.12.2025 e destinação dos resultados; (b) fixação da remuneração da administração e ratificação do plano de incentivo de longo prazo para a administração e funcionários; Em sede extraordinária: (a) proposta de reforma do Estatuto Social, como medida de fortalecimento da gestão e aprimoramento da Governança Corporativa da Companhia. Encontra-se à disposição dos acionistas, na sede social, os documentos pertinentes às matérias a serem deliberadas nas assembleias. São Paulo, 17 de abril de 2026. A Administração. (17, 18 e 21/04/2026)

SPM Participações S.A.

Ficam os acionistas da **SPM Participações S.A.** convocados a se reunirem em assembleia geral ordinária, que se realizará de forma presencial e remota, por meio de plataforma eletrônica, no dia 27 de abril de 2026, às 14:30 horas, na Av. Brigadeiro Faria Lima, nº 2.092, 15º andar, conj. 153, nesta Capital, a fim de deliberar sobre a seguinte ordem do dia: Em sede ordinária: (a) prestação de contas dos administradores, exame, discussão, deliberação sobre as demonstrações financeiras da companhia, relativas ao exercício social encerrado em 31.12.2025 e destinação dos resultados; (b) fixação da remuneração da administração e ratificação do plano de incentivo de longo prazo para a administração e funcionários; Em sede extraordinária: (a) proposta de alteração do Estatuto Social, como medida de fortalecimento da gestão e aprimoramento da Governança Corporativa da Companhia. Encontra-se à disposição dos acionistas, na sede social, os documentos pertinentes às matérias a serem deliberadas nas assembleias. São Paulo, 17 de abril de 2026. A Administração. (17, 18 e 21/04/2026)

BMG LEASING S.A. - ARRENDAMENTO MERCANTIL

Ficam convocados os senhores acionistas da **BMG LEASING S.A. - ARRENDAMENTO MERCANTIL** ("Companhia") para se reunirem em Assembleia Geral Ordinária, a realizar-se no dia 24 de abril de 2026, às 10 horas, na sede da Companhia, localizada na Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, nº 1.830, Sala 101, Parte, Bloco 01, Condomínio Edifício São Luz, CEP 04543-000, Bairro Vila Nova Conceição, na cidade de São Paulo, estado de São Paulo ("Assembleia"), a fim de deliberar sobre a seguinte ordem do dia: (i) examinar, discutir e votar o Relatório da Administração, as Demonstrações Financeiras e o Parecer dos Auditores Independentes, todos referentes ao exercício social findo em 31 de dezembro de 2025, conforme publicados no jornal "Empresas e Negócios", na edição de 06 de março de 2026, com divulgação simultânea dos documentos na página do mesmo jornal na internet; (ii) destinação dos resultados apurados com relação ao exercício social findo em 31 de dezembro de 2025; e (iii) fixação da remuneração anual e global da diretoria da Companhia. Os documentos relativos à Assembleia encontram-se à disposição dos acionistas na sede da Companhia. São Paulo, 16 de abril de 2026. FLÁVIO PENTAGNA GUIMARÃES NETO - Diretor sem designação especial

ASSEMBLEIA GERAL CUMULATIVA ORDINÁRIA E EXTRAORDINÁRIA

O Diretor Presidente da Cooperativa de Crédito Mútuo dos Servidores de Órgãos Gestores de Recursos Hídricos do Estado de São Paulo convoca seus delegados seccionais, representantes dos seus 363 cooperados, para reunirem-se em Assembleia Geral Cumulativa que se realizará em 27 de abril de 2026, no Auditório Mezzanino do Edifício Cidade 1, na Rua Boa Vista 170, Centro - São Paulo, por absoluta falta de espaço em sua sede social, obedecendo aos seguintes horários e "quórum" para sua instalação, sempre no mesmo local, cumprindo o que determina o Estatuto Social: em primeira convocação às 08:00 horas com a presença de 2/3 do número total de delegados em condições de votar; em segunda convocação às 09:00 horas com a presença da metade mais um do número total de delegados, em condições de votar; em terceira e última convocação às 10:00 horas com presença mínima de delegados em condições de votar para deliberarem sobre a seguinte Ordem do Dia: ASSEMBLEIA ORDINÁRIA 1. Prestação e Aprovação de Contas do Exercício de 2025 com apresentação do Relatório Anual, Balanços, Demonstrativo de Resultados e Pareceres do Conselho Fiscal e dos Auditores Independentes; 2. Deliberar sobre Plano de Trabalho e Aplicação do FATES para 2026; 3. Apresentação e deliberação sobre o resultado apurado em 2025; 4. Deliberar sobre a Tabela de Gratificações; 5. Eleição da diretoria executiva mandado 2026/2029; 6. Outros assuntos de interesse social. ASSEMBLEIA EXTRAORDINÁRIA: 1. Alteração do Estatuto Social com retirada dos artigos 36 e 37, modificação na redação dos artigos 38, 39 e 66 incisos VI e renuneração a partir do artigo 38 em diante, visando adequação a extinção do sistema de representação por delegados seccionais. São Paulo, 14 de abril de 2026. JOSE CARLOS PISSAIA, Diretor Presidente. K-17/04

Negócios & Carreira

Fabiana Monteiro (*)

Reputação, disciplina e pessoas: os pilares que sustentam a liderança de Romeu Martinelli

De origem familiar na construção ao comando da Sika no Brasil, sua trajetória mostra que sucesso é coletivo, construído com consistência, comunicação e valores sólidos

A trajetória de Romeu Martinelli, atual gerente geral da Sika no Brasil, revela que liderança não se constrói apenas com resultados, mas com valores consistentes ao longo do tempo. Com raízes no setor da construção civil, influenciado desde cedo pelo trabalho do pai, ele desenvolveu uma visão de carreira baseada em disciplina, aprendizado contínuo e responsabilidade coletiva.

Formado em Engenharia Civil pelo Instituto Mauá e com especialização em Administração e Gerenciamento de Projetos pela FGV, construiu sua carreira no ambiente corporativo com foco em evolução constante. Ingressou na Sika em 2007, na área comercial, e ao longo dos anos assumiu posições estratégicas até chegar ao comando da operação brasileira, consolidando uma trajetória marcada por crescimento estruturado e meritocrático.

Ao longo de sua jornada, Martinelli compreendeu que o conceito de sucesso evolui com o tempo. Se no início está associado a conquistas individuais, com a maturidade passa a ser medido pela capacidade de desenvolver pessoas e construir resultados coletivos. Para ele, liderar é criar condições para que outros também avancem.

Nesse contexto, o foco e a gestão do tempo tornam-se essenciais. Em um cenário cada vez mais dinâmico e conectado, ele alerta para os riscos do imediatismo e da ansiedade por resultados rápidos. Defende que carreiras sólidas são construídas com planejamento, clareza de prioridades e consistência nas ações.

A comunicação aparece como um dos pilares centrais de sua liderança. Para Martinelli, líderes eficazes são aqueles que conseguem transmitir objetivos de forma clara, estabelecer metas alcançáveis e orientar suas equipes com transparência. Mais do que cobrar resultados, é fundamental garantir entendimento e alinhamento.



Romeu Martinelli

Outro ponto que se destaca em sua visão é a motivação. Ele reforça que o engajamento das equipes não está apenas ligado à remuneração, mas principalmente ao reconhecimento e ao sentimento de pertencimento. Quando as pessoas se enxergam como parte relevante do processo, o desempenho coletivo se fortalece.

Seu estilo de liderança é participativo, baseado na proximidade e na construção conjunta de soluções. Inspirado por mentores importantes em sua trajetória — como seu próprio pai e lideranças que marcaram sua carreira —, ele valoriza o exemplo, a ética e a coerência como elementos fundamentais na condução de equipes.

Para Martinelli, reputação é o ativo mais valioso de um profissional e de uma organização. Em um ambiente cada vez mais exposto e conectado, manter uma conduta íntegra e alinhada a princípios sólidos é essencial para sustentar credibilidade ao longo do tempo.

Na gestão de pessoas, ele destaca a importância das competências comportamentais. Embora habilidades técnicas possam ser desenvolvidas, valores, atitude e alinhamento cultural são determinantes na construção de equipes de alta performance.

Com uma visão otimista e orientada para resultados, acredita que a persistência é indispensável em qualquer trajetória. Para ele, cercar-se de pessoas qualificadas, aprender continuamente e enfrentar desafios com resiliência são atitudes que sustentam carreiras duradouras.

Sua mensagem final é direta: o sucesso não acontece por acaso. É resultado de planejamento, dedicação e da capacidade de aprender ao longo do caminho — sempre com consistência e propósito.

(*) - Chairman, CEO da Editora Global Partners - Affiliated to Institute of Coaching at McLean Hospital, associate Harvard Medical School - (ICPA). Conselheira de empresas.





Varejo cresce em datas sazonais, mas falha no atendimento

Especialistas alertam que aumento da demanda, comum em períodos como Dia das Mães e Dia dos Namorados, expõe fragilidades operacionais nas empresas

Datas como Dia das Mães, Dia dos Namorados e Festas Juninas impulsionam o faturamento do varejo brasileiro todos os anos. De acordo com o Índice Cielo de Varejo Ampliado (ICVA), o varejo brasileiro vendeu 6,3% mais no Dia das Mães em 2025 que no período equivalente de 2024, alta puxada pelas vendas online, que cresceram 11,8%, enquanto o varejo físico teve alta de 5,7%.



Sempop Udemant, CANVA

No entanto, esse crescimento nas vendas costuma estar acompanhado de um problema recorrente: a incapacidade de muitas empresas em lidar com o aumento do volume de atendimento. Durante esses períodos, cresce significativamente o número de contatos de clientes, com dúvidas sobre pedidos, solicitações de troca, acompanhamento de entregas, reclamações e suporte pós-venda.

Inclusive, o estudo CX Trends 2025 aponta que entregas atrasadas (24%) ou não realizadas (21%), problemas no atendimento (20%) e falta de retorno sobre reclamações e solicitações (18%) estão entre as principais razões da insatisfação dos consumidores em suas experiências de compra.

Com solicitações chegando simultaneamente por canais como WhatsApp, chat, e-mail e sistemas internos, o atendimento fica fragmentado, muitas empresas varejistas ainda operam de forma descentralizada, o que dificulta o controle das interações, gera retrabalho e compromete a experiência do usuário final.

Felix Schultz, diretor e sócio fundador da plataforma de gestão de atendimento Milvus, recomenda que as empresas trabalhem como um ambiente unificado, no qual todas essas interações sejam consolidadas e transformadas em registros estruturados, possibilitando que cada solicitação tenha um acompanhamento ao longo de todo o ciclo. "Ao adotar a lógica de gestão por tickets formais para cada solicitação, como é o caso da Milvus, por exemplo, é possível obter rastreabilidade das demandas e visibilidade sobre a operação, o que facilita a priorização de atendimentos, a distribuição entre equipes e o monitoramento de desempenho", esclarece.

De acordo com Felix, o erro mais comum está na forma como as empresas de varejo se preparam para datas de alta demanda. "O foco costuma estar em campanhas e estoque, enquanto o atendimento é subestimado. Muitos gestores projetam o crescimento das vendas, mas não dimensionam o impacto disso no atendimento. O resultado é uma sobrecarga operacional que compromete a experiência do cliente", observa.

Falta de organização gera gargalos e retrabalho - Felix argumenta que, se não houver uma base estruturada, as demandas chegam por múltiplos canais e acabam sendo tratadas de forma descentralizada, dificultando o controle da operação. "Soluções como as fornecidas pela Milvus atuam justamente nesse ponto: ao centralizar os chamados em um único ambiente, a empresa passa a registrar, organizar e acompanhar cada solicitação até a sua resolução. Isso permite distribuir automaticamente os atendimentos por equipe, área ou prioridade, reduzindo filas e retrabalho", explica.

Além disso, a automação de respostas para demandas recorrentes, com apoio de inteligência artificial, ajuda a reduzir o tempo de atendimento e a sobrecarga das equipes.

Com consumidores cada vez mais exigentes e conectados, a qualidade do atendimento passou a influenciar diretamente os resultados das empresas. "A venda não termina no fechamento do pedido. Se o atendimento falha depois disso, o impacto

é imediato, seja na satisfação do cliente ou na reputação da marca", afirma Felix.

Eficiência em períodos de alta demanda - Empresas que não estruturam seus processos tendem a enfrentar gargalos operacionais nos períodos de alta demanda, enquanto aquelas que investem em organização e tecnologia conseguem sustentar o crescimento com mais eficiência.

Esse modelo ganha relevância à medida que as operações se tornam mais complexas e dependentes de múltiplos pontos de contato. Ao integrar os canais em uma única interface, a empresa reduz a dispersão de informações e cria uma base mais consistente para a tomada de decisão. Para o usuário final, a experiência permanece simples, muitas vezes restrita a um canal já consolidado como o WhatsApp, enquanto, nos bastidores, a operação passa a ser conduzida de forma estruturada.

Outro eixo da solução está na automação de processos, apoiada por recursos de inteligência artificial. A plataforma permite automatizar etapas como triagem de solicitações, respostas a demandas recorrentes e encaminhamento de chamados para áreas específicas, reduzindo o tempo de resposta e a sobrecarga das equipes. Esse tipo de funcionalidade tem se tornado essencial em operações com alto volume de interações, especialmente no varejo, onde picos de demanda podem pressionar a estrutura de atendimento. Fonte e outras informações: (<https://milvus.com.br/>).

Reputação digital transforma o consumo em cidades médias

Especialista analisa o impacto da conectividade na economia local e mostra que pequenas e médias empresas precisam organizar sua vitrine digital para o novo perfil de consumo. A forma como os consumidores escolhem empresas mudou de forma significativa nos últimos anos e essa transformação já se reflete no cotidiano de cidades médias brasileiras. Dados do Google mostram que cerca de 93% das pessoas pesquisam online antes de realizar uma compra, utilizando buscadores, mapas, redes sociais e sites de avaliação para comparar empresas e serviços. Esse comportamento, antes mais associado aos grandes centros urbanos, passou a fazer parte da rotina de consumidores em municípios de porte médio e tem alterado a dinâmica da economia local.

Para Rafael Somera, especialista em comportamento do consumidor e fundador da plataforma Solutudo, que conecta consumidores a empresas locais em todo o país, a decisão de compra hoje começa muito antes do contato direto com o negócio. Segundo ele, a etapa de pesquisa digital passou a ser determinante para que uma empresa seja considerada. "Hoje o consumidor descobre empresas na internet antes de falar com qualquer vendedor. Se o negócio não aparece nos pontos de busca ou não tem informações claras, ele simplesmente deixa de entrar na lista de opções", afirma.

A mudança acompanha o avanço do acesso à internet no Brasil. Dados da PNAD Continua TIC do IBGE indicam que cerca de 90% dos domicílios brasileiros já possuem acesso à internet, índice que também cresceu de forma expressiva em municípios de médio porte. Com mais conectividade, consumidores passaram a comparar opções, verificar reputação e analisar experiências de outros clientes antes de decidir onde comprar.

Outro fator que reforça esse comportamento é o crescimento das chamadas buscas locais. Levantamentos do Google Trends indicam crescimento consistente nas pesquisas por serviços "perto de mim" nos últimos anos, indicando que consumidores utilizam cada vez mais o celular para encontrar soluções próximas de onde estão. Plataformas de mapas, buscadores e guias digitais se tornaram pontos frequentes de descoberta de estabelecimentos locais.

Nesse processo, a reputação online ganhou peso decisivo. Estudo da consultoria internacional Bright Local aponta que cerca de 98% dos consumidores consultam avaliações

online antes de contratar um serviço ou realizar uma compra. Comentários, notas atribuídas por clientes e fotos publicadas nas plataformas passaram a funcionar como sinais públicos de confiança para quem está pesquisando uma empresa.

Segundo Somera, nas cidades médias esse processo combina proximidade geográfica com validação digital. "A pessoa procura uma empresa próxima, mas antes de escolher ela confere avaliações, fotos, comentários de clientes e se o negócio parece ativo. Essa checagem virou parte natural da decisão de compra", explica.

Para as pequenas e médias empresas, essa mudança altera diretamente a forma de competir no mercado local. Negócios que conseguem manter informações atualizadas, responder avaliações e aparecer com mais facilidade nas buscas online tendem a ganhar vantagem na hora em que o consumidor compara opções.

"A jornada de decisão acontece em vários pontos diferentes. O consumidor pode descobrir a empresa em um buscador, olhar avaliações em outra plataforma e depois checar redes sociais antes de decidir. Se encontra informações inconsistentes ou ausência de conteúdo, a tendência é voltar à busca e escolher outra opção", diz Somera.

De acordo com o especialista, algumas práticas simples já fazem diferença nesse processo. Manter endereço e horários atualizados, publicar fotos reais do estabelecimento, responder avaliações de clientes e garantir presença em diferentes plataformas de busca ajudam a aumentar a confiança do consumidor e a visibilidade do negócio.

Nas cidades médias, onde o boca a boca sempre teve grande peso nas decisões de compra, a internet passou a funcionar como uma extensão desse processo de recomendação. Comentários online, avaliações públicas e experiências compartilhadas por clientes ampliaram o alcance da reputação das empresas para além do círculo mais próximo de contatos.

Na visão do especialista, o impacto dessa transformação vai além da presença digital e influencia diretamente o desenvolvimento econômico local. "Empresas que conseguem ser encontradas e gerar confiança online aumentam suas chances de atrair clientes e crescer dentro da própria cidade. Já aquelas que não se adaptam acabam ficando invisíveis para uma nova geração de consumidores que começa a jornada de compra no celular", afirma.

63% das empresas adotam o auxílio alimentação como estratégia de retenção de talentos

Levantamento baseado em 127 milhões de transações mostra que a unificação de saldos e a liberdade de uso são as novas prioridades do RH.

A disputa por talentos no mercado brasileiro em 2026 ganhou um novo campo de batalha: o prato do colaborador. Dados do relatório Panorama do RH 2026, realizado pela Caju, revelam que 63% das empresas brasileiras já utilizam o Auxílio Alimentação como estratégia central de retenção. O modelo, que unifica as categorias de Refeição (VR) e Alimentação (VA), permite que o profissional decida se prefere gastar o saldo no supermercado ou em restaurantes, transformando a autonomia em uma ferramenta de fidelização.

O estudo, que analisou 127 milhões de transações ao longo de 2025, aponta que as categorias ligadas à alimentação representam 82% do volume total de uso de benefícios no país. Especialistas indicam que o vale deixou de ser um complemento para se tornar parte estruturante da renda e da segurança alimentar do trabalhador.

A adoção de benefícios flexíveis surge como uma resposta direta à necessidade de personalização, permitindo que as empresas se adaptem às diferentes realidades financeiras de seus quadros de funcionários. A relevância é tamanha que, na base analisada, o Auxílio Alimentação registrou mais

de 57 milhões de transações anuais. Em média, o saldo dessas categorias é consumido em um período de 15 a 17 dias, evidenciando que o valor depositado muitas vezes não cobre o mês completo do profissional.

O panorama evidencia uma distorção entre os valores nominais e o poder de compra real nas diferentes regiões do país: no Nordeste, o investimento em benefícios é proporcionalmente superior ao custo de vida local, sendo a única região com essa vantagem; já no Sul e Sudeste, apesar de concentrarem os maiores valores absolutos depositados, esses montantes ficam abaixo do custo de vida regional quando ajustados; por sua vez, o Centro-Oeste se destaca por registrar o maior ticket médio por transação de auxílio alimentação no país, alcançando R\$ 61,59.

Além do que se consome, o modo como se paga tornou-se um indicador geracional. O uso de cartões virtuais registrou um crescimento de 89% no volume de transações em comparação ao início de 2025. Entre os colaboradores de até 30 anos, o pagamento digital já é a escolha majoritária, superando o uso do plástico físico.

Motivos que fazem os benefícios reter talentos nas empresas

Para o setor de recursos humanos, a retenção de talentos em 2026 está diretamente ligada à capacidade da

empresa de enxergar o benefício como investimento estratégico e não apenas custo. Os principais fatores de retenção identificados incluem:

- **Autonomia e Flexibilidade:** Modelos que permitem ao colaborador decidir onde alocar seus recursos aumentam a percepção de valor e satisfação individual.
- **Suporte à Saúde Mental:** A alta demanda por psicologia (63% das consultas) mostra que empresas que oferecem suporte emocional criam vínculos mais fortes de cuidado.
- **Reconhecimento Estruturado:** O uso de premiações para destacar performances individuais e de equipe reforça a cultura de meritocracia e engajamento.
- **Eficiência na Jornada Digital:** Facilitar o acesso imediato via cartões virtuais e carteiras digitais atende à expectativa de agilidade das novas gerações.

Para o setor de recursos humanos, a tendência para 2026 aponta que não basta apenas oferecer o benefício básico. O avanço de categorias flexíveis como o Multi sinaliza que a liberdade de escolha do colaborador é hoje um dos maiores ativos para evitar a rotatividade e garantir a competitividade das organizações.

bmgi Seguros **BMG SEGURADORA S.A.**
 CNPJ/MF nº 26.136.748/0001-00 - NIRE nº 35300617657
ATA DE ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA REALIZADA EM 29 DE AGOSTO DE 2025
 Data, Hora, Local: 29.08.2025, às 14 horas, na sede social, São Paulo/SP, Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, 1830, 10º andar, conjunto 02, sala 06. Presença: Totalidade do capital social. Mesa: Presidente: Paulo José Santana dos Mártires; Secretário: Alexandre Sampaio dos Santos. **Deliberações Aprovadas:** (i) **Consignar** o recebimento das cartas de renúncia apresentadas pelos Srs. Delfino Natal de Souza, brasileiro, casado, engenheiro, RG 498.594 SSP/PR, CPF/MF 007.561.318-20, residente em São Paulo/SP; e Daniel Louzada Petrarca, brasileiro, casado, advogado, OAB/DF 23.104, e CPF/MF 976.533.221-15, residente em Brasília/DF, dos cargos de membros do Conselho de Administração, nos termos das cartas de renúncia apresentadas à Companhia. (ii) **Ratificar** a composição do Conselho de Administração: Flávio Pentagna Guimarães Neto, brasileiro, casado, administrador de empresas, RG MG-117.32642 SSP/MG, CPF/MF 076.934.666-90, Presidente do Conselho de Administração; Luis Felix Cardamone Neto, brasileiro, casado, administrador de empresas, RG 11.759.329 SSP/SP, CPF/MF 042.649.938-73, na qualidade de Membro do Conselho de Administração; e Ronald Kaufmann, brasileiro, casado, graduado em ciências estatísticas, RG 55.432.909-8 SSP/RI, CPF/MF 090.505.317-68, na qualidade de Membro do Conselho de Administração, todos com prazo de mandato unificado de 2 anos, até 16.01.2027, permanecendo em seus cargos até a posse dos seus substitutos e todos residentes em São Paulo/SP. (iii) **Autorizar** a Diretoria da Companhia a praticar todos os atos necessários à efetivação das deliberações aprovadas, inclusive aqueles referentes às publicações dos referidos atos, bem como o arquivamento destes junto aos registros públicos competentes e na sede social da Companhia. **Encerramento:** Nada mais. São Paulo/SP, 29.08.2025. **Acionistas:** Phoenix One Participações S.A. - Por: Delfino Natal de Souza e Miguel Ângelo Junger de Simas - Diretor Executivo e Diretor Executivo Financeiro, BMG Participações e Seguradoras Ltda. - Por: Flávio Pentagna Guimarães Neto e Carlos André Hermesindo da Silva - Administradores. JUCESP nº 91.052/26-9 em 11.03.2026. Marina Centurion Dardani - Secretária Geral.





suththirats_images_CANVA

RELAÇÃO COM O CLIENTE

POR QUE CONSUMIDORES ESTÃO DISPOSTOS A PAGAR MAIS POR UM BOM ATENDIMENTO

Durante muito tempo, preço foi o principal fator de decisão no varejo, mas esse cenário mudou e rápido, já que hoje, a experiência do consumidor passou a ocupar o centro da estratégia das marcas, redefinindo o que realmente gera valor na relação com o cliente.

Alex Marques (*)

Os números deixam isso claro: 59% dos consumidores preferem escolher uma marca que ofereça uma boa experiência, mesmo que tenham que pagar mais, foi o que revelou uma pesquisa recente do Opinion Box.

Esse dado revela uma mudança profunda no comportamento de consumo – Em um mercado onde produtos e preços são facilmente comparáveis, a experiência deixou de ser um diferencial e passou a ser um fator decisivo. O consumidor atual não busca apenas comprar, ele quer ser compreendido, atendido com agilidade e ter sua jornada simplificada.

Isso significa que o atendimento deixou de ser apenas uma etapa do processo comercial e passou a ser parte essencial da estratégia dos negócios. Hoje, a forma como uma empresa responde, resolve problemas e acompanha o cliente no pós-venda pode determinar não apenas a compra atual, mas a fidelização ou a perda definitiva desse consumidor.

A mesma pesquisa mostra o impacto direto de uma experiência ruim, em que 62% dos consumidores já desistiram de comprar de uma empresa após uma experiência negativa, enquanto 51% afirmam que criticam marcas publicamente quando têm um atendimento insatisfatório.

Ou seja, a experiência não apenas influencia a decisão de compra, mas também molda a reputação das marcas.



Alex Marques

“Hoje, a jornada do consumidor é omnichannel por natureza, não por estratégia da marca, mas por comportamento do cliente, já que ele descobre produtos nas redes sociais, compara preços no celular, tira dúvidas em canais digitais e espera experiência fluida em todos os pontos de contato.

Nesse contexto, a tecnologia assume um papel estratégico – Ferramentas como CRM, inteligência artificial e automação não são mais apenas soluções operacionais, se tornaram instrumentos para criar experiências mais humanas, personalizadas e eficientes.

O CRM deixou de ser repositório de dados para se tornar o motor de inteligência do relacionamento, é ele que transforma histórico em contexto, e contexto em conversas relevantes. A IA vai além da agilidade operacional, ela opera em escala preditiva, antecipando necessidades e gerando valor antes mesmo que o cliente formule o pedido. Já a automação elimina fricções, reduz o tempo de resposta e melhora a consistência do atendimento.

Mas existe um ponto importante, a tecnologia, sozinha, não resolve. A experiência relevante nasce do equilíbrio entre eficiência digital e empatia humana. Consumidores valorizam rapidez, mas também querem sentir que estão sendo ouvidos, não querem robotização excessiva.

Outro fator que reforça essa mudança é o avanço da personalização, em que 66% dos consumidores afirmam ter sido impactados por alguma forma de personalização no último ano. Isso mostra que o consumidor já espera ser tratado como indivíduo, não como mais um número.

Essa transformação também impacta diretamente o varejo – Hoje, a jornada do consumidor é omnichannel por natureza, não por estratégia da marca, mas por comportamento do cliente, já que ele descobre produtos nas redes sociais, compara preços no celular, tira dúvidas em canais digitais e espera experiência fluida em todos os pontos de contato. Se houver fricção, ele simplesmente troca de marca.

Nesse cenário, competir apenas por preço é uma estratégia cada vez mais frágil. As empresas que entram nessa disputa tendem a reduzir margens e perder valor percebido, e aquelas que investem em experiência conseguem construir diferenciação sustentável e fidelização de longo prazo.

A experiência virou, de fato, o novo preço e mais do que isso, virou o novo marketing, o novo diferencial competitivo e, muitas vezes, o principal motivo pelo qual consumidores escolhem e permanecem com uma marca.

As empresas que operacionalizarem essa visão não estão apenas vendendo mais, estão construindo ativos intangíveis de longo prazo, como reputação, fidelização e preferência de marca.

No fim das contas, o consumidor não está apenas disposto a pagar mais por uma boa experiência, ele já está fazendo isso. E essa é uma das transformações mais importantes do varejo atual.

(*) Diretor comercial da Data System.

