



Ética e Integridade

Denise Debiasi



Ética que sustenta resultados



Ainda há quem trate programas de ética e integridade como uma exigência regulatória, um item de checklist ou uma proteção para tempos de crise. Eu vejo de outro modo. Quando uma organização investe de forma consistente em ética, ela melhora a qualidade das decisões, fortalece a confiança e cria condições mais sólidas para crescer com estabilidade.

de ética e integridade bem estruturado não elimina riscos, nem impede oscilações econômicas. O que ele faz é reduzir surpresas, dar mais consistência à governança, proteger ativos intangíveis e sustentar respostas melhores sob pressão. Em linguagem simples, ele ajuda a empresa a não perder o rumo quando as circunstâncias exigem escolhas difíceis.

Outro aspecto relevante está dentro da própria operação. As empresas destacadas pela Ethisphere sinalizam maturidade em governança, estrutura do programa, padrões escritos, treinamento, comunicação, gestão de riscos, incentivos, cultura ética, gestão de terceiros e mensuração de impacto. Eu entendo esse conjunto como uma vantagem prática: quando a integridade está distribuída pelos processos, ela deixa de ser discurso e passa a orientar comportamento, liderança e tomada de decisão.

Para você que lidera, aconselha ou participa da construção desses programas, a lição é direta. Ética e integridade não devem ser tratadas apenas como proteção reputacional. Elas também contribuem para desempenho, continuidade e confiança. Em um mercado cada vez mais orientado por reputação, cultura e capacidade de atravessar turbulências, isso faz diferença real.

Saiba quem é a nossa Colunista:

Denise Debiasi é CEO da Bi2 Partners, reconhecida pela expertise e reputação de seus profissionais nas áreas de investigações globais e inteligência estratégica, governança e finanças corporativas, conformidade com leis nacionais e internacionais de combate à corrupção, antissuborno e antilavagem de dinheiro, arbitragem e suporte a litígios, entre outros serviços de primeira importância em mercados emergentes.

Eu gosto especialmente da mensagem por trás desses números. Um programa

Marketing de afiliados ganha força e já responde por até 16% das vendas no e-commerce global

Modelo baseado em performance cresce no Brasil e se consolida como canal estratégico de aquisição de clientes

Marketing de afiliados vem ganhando protagonismo como um dos principais canais de aquisição de clientes no ambiente digital. Baseado na lógica de pagamento por resultado, o modelo tem avançado tanto em mercados maduros quanto em economias emergentes, impulsionado pela expansão do e-commerce, pela força dos criadores de conteúdo e pela busca das empresas por estratégias mais eficientes de conversão.



William_Potter - CANVA

Globalmente, o setor já movimentou entre US\$17 bilhões e US\$20 bilhões por ano, segundo dados de plataformas como a Shopify e a Thunderbit, e deve manter um ritmo de crescimento anual entre 10% e 18% nos próximos anos. Hoje, o marketing de afiliados já é responsável por cerca de 16% de todas as vendas do e-commerce no mundo, de acordo com levantamento da Findstack, e está presente na estratégia de 81% das marcas globais.

No Brasil, o avanço também é consistente. O número de afiliados cresce cerca 8% ao ano, segundo levantamento divulgado pelo portal Reporter naressi. Estimativas do próprio mercado de afiliados indicam ainda que o país já reúne cerca de 30 milhões de participantes nesse modelo. O movimento

acompanha a expansão do comércio eletrônico nacional, que pode movimentar mais de R\$220 bilhões, de acordo com projeções da Nuvemshop para o setor.

Para o estrategista de marketing e negócios, Frederico Burlamaqui, o crescimento do modelo está diretamente ligado à mudança na forma como as empresas encaram seus investimentos em marketing. “O afiliado deixa de ser apenas um canal complementar e passa a ocupar um papel central na estratégia de aquisição. É um modelo que reduz risco, porque a empresa paga por resultado, e ao mesmo tempo amplia escala, ao ativar múltiplos canais, criadores e audiências de forma simultânea”, afirma.

Segundo ele, o avanço do chamado “influencer commerce” tem sido um dos principais vetores dessa expansão. “Hoje, criadores de conteúdo não são apenas

mídia, eles são canais de venda. Isso muda completamente a lógica do marketing digital, porque conecta influência com conversão direta”, explica.

Esse movimento já pode ser observado na prática em empresas brasileiras que estruturaram o canal de afiliados como parte relevante da sua estratégia comercial. É o caso do Secret Group, ecossistema paranaense que integra soluções de e-commerce, tecnologia, varejo e logística, e que registrou faturamento de R\$125 milhões em 2025.

Com uma base de mais de 500 mil clientes, taxa de recorrência de 30% e presença relevante nos principais marketplaces, sendo topseller da Dafiti e um dos três maiores vendedores de moda no Mercado Livre, o grupo tem ampliado sua estratégia de vendas por meio de afiliados, utilizando parceiros digitais para

expandir alcance e capilaridade comercial.

“Os afiliados se tornaram um canal importante de expansão, porque ampliam nossa capilaridade de vendas e permitem alcançar novos públicos de forma mais eficiente”, afirma o CEO do Secret Group, Andrei Amaral. Atualmente, o canal já responde por 25% das vendas da empresa, participação que cresceu 30% apenas nos últimos seis meses.

Para Burlamaqui, esse movimento tende a se intensificar nos próximos anos, especialmente em segmentos de maior valor agregado. “O marketing de afiliados está deixando de ser uma estratégia associada apenas a produtos digitais ou varejo de baixo ticket e passa a ganhar espaço em setores como educação, turismo, finanças e wellness. Isso mostra que o modelo está evoluindo e se tornando cada vez mais sofisticado”, avalia.

A tendência é que o canal continue avançando à medida que empresas buscam eficiência e previsibilidade nos investimentos em marketing. Em um cenário de maior pressão por resultados, modelos baseados em performance devem ganhar ainda mais espaço, reforçando o papel do marketing de afiliados como um dos principais motores do crescimento digital.

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

3º Subdistrito - Penha de França
Albert Broday Rodrigues - Oficial do Registro Civil

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

O pretendente: **MARCELO RUSSO**, profissão: designer gráfico, estado civil: divorciado, naturalidade: Guarulhos, SP, data-nascimento: 08/08/1969, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de José Russo e de Stella Russo. A pretendente: **PAULA RENATA MATHEUS**, profissão: biomédica, estado civil: divorciada, naturalidade: nesta Capital, Vila Maria, SP, data-nascimento: 16/05/1981, residente e domiciliada em Guarulhos, SP, filha de João Matheus e de Maria Pereira Matheus.

O pretendente: **RAFAEL TIRELLI BARBOSA PINTO FONSECA**, profissão: empresário, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Santo Amaro, SP, data-nascimento: 08/11/1985, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Gilmar Barbosa Pinto Fonseca e de Marcia Tirelli Barbosa. A pretendente: **INGRID FERNANDA DE LIMA MIRANDA**, profissão: advogada, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Vila Mariana, SP, data-nascimento: 25/03/1996, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Valtér Moura de Miranda e de Valquíria Ferreira de Lima Miranda.

O pretendente: **CAIO FASOLI REBOUÇAS**, profissão: psicólogo, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Santa Cecília, SP, data-nascimento: 04/02/1987, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Roberto Colamartino Rebouças e de Luiza Sciacca Fasoli Rebouças. A pretendente: **LAÍS NATÁLIA ZART**, profissão: operadora de caixa, estado civil: solteira, naturalidade: Guarujá do Sul, SC, data-nascimento: 05/01/1995, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Elton Zart e de Janete Terezinha Mayer Zart.

O pretendente: **ROGERIO DE OLIVEIRA PASSOS**, profissão: vendedor comercial, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 03/11/1990, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Carlos Roberto Vieira Passos e de Maria Salete de Oliveira. A pretendente: **GABRIELLE VILLAPIANO PEREIRA**, profissão: cirurgiã dentista, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 16/05/2000, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de José Alves Pereira e de Eilda Villapiano Pereira.

O pretendente: **RENAN OLIVEIRA GOMES DA SILVA**, profissão: desenvolvedor, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Vila Formosa, SP, data-nascimento: 04/10/1998, residente e domiciliado em São Paulo, SP, filho de Paulo Rogério Gomes da Silva e de Ione Oliveira Gomes da Silva. A pretendente: **JULIANA NONATO AMARAL**, profissão: enfermeira, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Bela Vista, SP, data-nascimento: 26/01/2000, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Valtér Wilson Amaral e de Pastora Nonato Amaral.

O pretendente: **FABIO ADÃO ALVES**, profissão: motorista, estado civil: divorciado, naturalidade: Jacinto Machado, SC, data-nascimento: 12/06/1991, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Adair Alves e de Fatima Kuniarski. A pretendente: **FAGNA GUILHERMINA PEREIRA DOS SANTOS**, profissão: salgaadeira, estado civil: solteira, naturalidade: Buique, PE, data-nascimento: 27/11/1991, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de João Ferreira dos Santos Filho e de Maria de Fátima Pereira.

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: **EUGÊNIO ALVES MARTINS**, estado civil solteiro, filho de José Alves Martins e de Vitalina Rosa Martins, residência e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **ANAILZA SILVA DOS SANTOS**, estado civil solteira, filha de Djailton Gomes dos Santos e de Geralda Silva dos Santos, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **MARCELO DE JESUS COSTA**, estado civil divorciado, filho de Marcelino Francisco Costa e de Rosemeire Costa, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **THAMIRIS FERREIRA MIRANDA**, estado civil divorciada, filha de Milton Miranda e de Mirian Ferreira Miranda, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **LUCAS ALVES FERREIRA**, estado civil solteiro, filho de Manoel da Silva Ferreira e de Maria José Santos Alves, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **LAUDIANE PEREIRA DE GOIS**, estado civil solteira, filha de José de Gois e de Givaneide Pereira de Gois, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **DANIEL HENRIQUE DE ALMEIDA**, estado civil divorciado, filho de Evilasio Sousa de Almeida e de Marli Maria da Silva de Almeida, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **LUARA TELES BENTO NANATOWSK**, estado civil solteira, filha de Carlos Nanatowsk e de Maria de Fátima Teles Bento Nanatowsk, 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

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS

15º Subdistrito - Bom Retiro
Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - Oficial

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

O pretendente: **SÉRGIO KOITI MOTOIKE**, nascido em Pacaembu, SP, no dia 11/12/1960, profissão contador, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Shiyoz Motoike e de Matsue Motoike. A pretendente: **LÁZARA APARECIDA VIEIRA**, nascida em São Sebastião do Paraíso, MG, no dia 17/09/1967, profissão aposentada, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Valdomiro Vasconcelos Vieira e de Itala de Crede Vieira.

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



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/E35F-326D-D0D5-E1EE> 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: E35F-326D-D0D5-E1EE



Hash do Documento

4EEF935372147FD2B44B52FD04BE7DB0FA7491DB4A3340DF78496DEB4559D516

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 06/04/2026 é(são) :

- Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 06/04/2026 20:29 UTC-03:00
Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

Evidências

Geolocation: Location not shared by user.

IP: 172.16.4.12

AC: AC Certisign RFB G5

