

SEIS MUDANÇAS DO MERCADO

BRASIL SE APROXIMA DE 5,5 MILHÕES DE INVESTIDORES EM RENDA VARIÁVEL

▶▶ Leia na página 8

71% dos jovens brasileiros se sentem infelizes ao usar redes sociais

Pesquisa nacional com 1.500 brasileiros mostra que 63,4% dos jovens de 16 a 24 anos reconhecem dependência das telas. A geração mais conectada é também a que menos se sente bem

Existe uma cena que muitas mães reconhecem: o filho no quarto, olhos na tela e silêncio. Aparentemente não há problema. Mas uma pesquisa avaliou a felicidade dos jovens e o uso de redes sociais e traduziu o que acontece por trás do excesso de tela.

O Mapa da Felicidade Real no Brasil 2026, conduzido pela pesquisadora Renata Rivetti com 1.500 brasileiros, revelou que 71% dos jovens de 16 a 24 anos sentem infelicidade ao consumir conteúdo nas redes sociais. Eles sabem que faz mal, mas continuam assim mesmo. E 63,4% reconhecem sentir dependência das telas.

O que parece escolha, muitas vezes não é. As plataformas foram projetadas para capturar atenção, e o cérebro jovem, ainda em formação, é especialmente vulnerável a esse tipo de estímulo constante. O que a pesquisa traz de novo não é o problema em si, mas a consciência que esses jovens já percebem o que está acontecendo. O que falta é saber como sair.

É isso não é “coisa de adolescente” apenas. Na pesquisa, entre todos os usuários de redes sociais ouvidos, 51% relatam sentir tristeza ou infelicidade ao navegar pelo feed. Mães e filhos estão presos no mesmo mecanismo, com graus diferentes de consciência sobre ele. A tela que preocupa dentro de casa é, muitas vezes, a mesma que está na mão de quem se preocupa.

Os números revelam ainda uma inversão que merece atenção. Os brasileiros com 60 anos ou mais são os mais felizes do país:



“As plataformas foram projetadas para capturar atenção, e o cérebro jovem, ainda em formação, é especialmente vulnerável a esse tipo de estímulo constante.”

95% se declaram satisfeitos com a vida. Entre os jovens de 16 a 24 anos, esse índice cai para 81%, o menor de todas as faixas etárias. Essa geração tem mais acesso, mais conexão e mais informação do que qualquer outra. E, mesmo assim, é a que menos se sente bem.

Parte da explicação está nos vínculos. Idosos construíram redes de apoio real ao longo de décadas. Entre os jovens, 21% afirmam não ter ninguém a quem recorrer em um momento de crise. E 77% comparam a própria vida com o que veem nas redes, uma comparação que o estudo classifica como “inadequação sistêmica”: uma insegurança crônica alimentada pelo algoritmo, não uma fase que passa sozinha.

A Organização Mundial da Saúde já equiparou a falta de conexão social real a fumar 15 cigarros por dia em termos de risco à saúde. No Brasil, o ECA Digital entrou em vigor neste ano, voltado à proteção de crianças e adolescentes no ambiente digital. A regulação avança. Mas a outra parte da equação passa por conversas dentro de casa, não porque as famílias não queiram tê-las, mas porque ainda faltam palavras para nomear o que está acontecendo.

“Todos os estudos sobre saúde e longevidade mostram que o maior fator de proteção vem das relações que construímos ao longo da vida”, afirma Rivetti. “Nunca estivemos tão conectados e, ao mesmo tempo, tão solitários.”

Metodologia

O Mapa da Felicidade Real no Brasil 2026 é o primeiro diagnóstico nacional a investigar, com metodologia científica, os fatores que influenciam o bem-estar da população brasileira em suas dimensões emocionais, sociais, econômicas e digitais. O estudo foi conduzido por Renata Rivetti em parceria com o Instituto Ideia. Foram realizadas 1.500 entrevistas telefônicas nacionais entre 20 de fevereiro e 1º de março de 2026, com 95% de confiança estatística e margem de erro de 2,5 pontos percentuais.

IA sem controle: uso descentralizado nas empresas começa a gerar riscos operacionais

Sem coordenação entre áreas, avanço da IA transforma eficiência local em complexidade operacional e ameaça governança corporativa. ▶▶

ChatGPT pode errar e isso exige preparo das novas gerações

Com respostas bem estruturadas, IA pode gerar conteúdos plausíveis, mas imprecisos, reforçando a importância do pensamento crítico no uso da tecnologia. ▶▶

A nova lógica do varejo exige eficiência, integração e controle operacional

A aprovação da nova resolução que permite a presença de drogarias dentro de supermercados marca mais do que uma mudança regulatória no varejo brasileiro. ▶▶

Passo a passo: saiba como remover informações pessoais da internet

A proteção da privacidade online tornou-se um dos maiores desafios da era digital. Informações como número de telefone, endereço residencial, e-mail e outros dados sensíveis podem facilmente aparecer em resultados de busca, bancos de dados de corretores de informação e sites públicos. Cada transação online, publicação em redes sociais e pesquisa na internet amplia o rastro digital que deixamos, tornando essas informações mais acessíveis e difíceis de controlar ao longo do tempo. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta



Evento em Brasília discute o uso da inteligência artificial em licitações

A nova Lei de Licitações e Contratos (Lei 14.133/2021) acaba de completar cinco anos de vigência. Considerada um marco jurídico das contratações públicas no Brasil, a nova legislação, mais do que uma atualização normativa, busca reduzir falhas históricas nos processos licitatórios e modernizar o sistema de contratações públicas. Com o objetivo de elucidar dúvidas e discutir os pontos polêmicos, os avanços já verificados, os impactos das decisões dos órgãos de controle e as melhores práticas de gestão contratual, a CON Treinamentos promove de 25 a 28 de maio, em Brasília, a sexta edição do Congresso Nacional de Licitações e Contratos – CON BRASIL. O evento, que será realizado no Hotel Windsor Plaza, contará com palestras, mesa-redonda, painéis interativos e oficinas práticas voltadas à aplicação da Lei 14.133/2021 em todas as etapas do ciclo de contratação, oferecendo aos participantes um ambiente único de aprendizado, atualização e networking. ▶▶

Leia a coluna completa na página 3

News@TI



Startups têm até 15 de junho para se inscrever em programa de soluções para o setor elétrico

@As inscrições para o Conexão Copel, programa que conecta startups a demandas da companhia para aplicar soluções inovadoras no setor elétrico, estão abertas. O objetivo é acelerar a incorporação de tecnologias e gerar valor ao negócio. “A ideia é transformar inovação em aplicação prática, reduzindo o tempo entre a identificação de uma solução e assegurar que a solução se conecte a um desafio real do negócio garantindo, assim, a geração de valor por meio da inovação”, afirma o superintendente de Estratégia, Inovação e Inteligência de Mercado, Thiago Ávila. A proposta é conectar startups já estruturadas a oportunidades concretas dentro da Copel para a consolidação de soluções com alto nível de maturidade tecnológica, testadas em ambiente real e prontas para operação. As startups interessadas podem se inscrever até o dia 15 de junho pelo link: <https://copelinova.com/conexao-copel/> ▶▶

Leia a coluna completa na página 2

Literatura

Livros em Revista

Por Ralph Peter



▶▶ Leia na página 4

OPINIÃO

O dado ruim está sabotando a transformação digital das empresas

Lucas Martins de Oliveira (*)

O avanço da transformação digital nas empresas enfrenta hoje um problema que vai além da tecnologia: a baixa qualidade dos dados utilizados na tomada de decisão.

Mesmo com investimentos crescentes em infraestrutura, Business Intelligence (BI) e inteligência artificial, muitas organizações continuam operando com informações inconsistentes, desatualizadas ou mal estruturadas.

O resultado é um cenário de “paralisia decisória” disfarçada de agilidade, ou seja, empresas criam dashboards sofisticados, automatizam processos e ampliam sua capacidade analítica, mas seguem tomando decisões com base em intuição porque simplesmente não confiam nos próprios números. Quando os dados perdem credibilidade, a tecnologia deixa de resolver problemas e passa a ampliá-los.

Além dos impactos estratégicos, existe também um custo operacional silencioso, já que equipes técnicas passam boa parte do tempo corrigindo falhas, conciliando informações e reconstruindo relatórios. Em muitos casos, o retrabalho relacionado à má gestão de dados consome uma parcela significativa da capacidade produtiva dos times, reduzindo eficiência e atrasando decisões importantes.

Estudos focados em CRM (Customer Relationship Management), publicados pela Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI), apontam que problemas relacionados à qualidade dos dados de clientes podem representar perdas de até 6% no faturamento, além de gerar ineficiência operacional e desperdício em ações de marketing.

Entre os erros mais comuns das organizações estão a ausência de padronização na coleta de dados, falhas de rastreabilidade, excesso de informações sem critério claro de utilização, falta de governança e análises desconectadas do contexto de negócio. Muitas empresas armazenam grandes volumes de dados sem definir exatamente quais informações realmente apoiam decisões estratégicas.

Os impactos aparecem rapidamente na operação: no atendimento ao cliente, dados inconsistentes impedem personalização e geram comunicações inadequadas; no marketing, comprometem campanhas e previsões de demanda; já internamente, aumentam o retrabalho das equipes técnicas, que passam mais tempo ajustando erros

do que produzindo análises estratégicas.

Outro problema recorrente está na fragmentação das informações entre diferentes áreas da empresa. Sem integração e governança, cada departamento opera com métricas próprias, dificultando visões consolidadas e comprometendo a confiabilidade dos indicadores apresentados à liderança.

Para transformar dados em vantagem competitiva, porém, não basta apenas investir em novas plataformas. O primeiro passo é estruturar uma governança clara, definindo responsáveis pela qualidade das informações e estabelecendo critérios objetivos sobre quais dados podem ser considerados confiáveis para o negócio.

Também é fundamental criar arquiteturas organizadas em camadas, separando dados brutos, tratados e validados antes que cheguem aos relatórios e modelos analíticos. Além disso, empresas mais maduras têm adotado métricas de qualidade de dados como indicadores operacionais permanentes, monitorando inconsistências da mesma forma que acompanham desempenho financeiro ou disponibilidade de sistemas.

Outro fator decisivo é a construção de uma cultura orientada por dados, pois a transformação digital fracassa quando inteligência analítica fica restrita apenas às equipes técnicas. As organizações que conseguem avançar de forma consistente são aquelas que capacitam diferentes áreas para interpretar informações de maneira crítica e tomar decisões baseadas em evidências.

Existe ainda um componente cultural pouco discutido nesse processo, em muitos casos, os problemas relacionados aos dados não surgem apenas por limitações técnicas, mas por ambientes organizacionais que priorizam indicadores positivos ao invés de transparência operacional. Quando métricas passam a refletir aquilo que a liderança deseja enxergar, e não necessariamente a realidade, a tecnologia se transforma apenas em aparência de modernização.

No fim das contas, o maior desafio da transformação digital talvez não esteja na tecnologia, mas na capacidade das empresas de construir ambientes onde os dados sejam confiáveis, transparentes e realmente utilizáveis na prática. Sem isso, dashboards viram decoração corporativa, e decisões continuam sendo tomadas no improviso.

(*) Analista sênior de dados e consultor de engenharia analítica com 12 anos de experiência.

Data centers consomem 6% da energia nos EUA e Reino Unido

Os datacenters voltados principalmente à inteligência artificial, estão consumindo 6% da eletricidade disponível no Reino Unido e nos Estados Unidos.

Vivaldo José Breternitz (*)

O aumento constante desse número, e seu impacto sobre as tarifas de energia elétrica pagas por habitantes das regiões onde eles se instalam, vem despertando preocupações e gerando resistência dos moradores das áreas onde se pretende instalar novas estruturas desse tipo; o *Washington Post* disse que essa resistência está se tornando tão forte a ponto de a maioria dos respondentes a uma pesquisa do Gallup afirmar preferir viver próximo a uma usina nuclear do que a um grande datacenter.

A proporção de eletricidade utilizada por esses datacenters aumentou 15% em todo o mundo nos últimos dois anos, enquanto o investimento anual na instalação deles se aproxima de US\$ 1 trilhão, o equivalente a quase 1% da economia mundial, de acordo com dados da International Data Center Authority (IDCA), uma organização que desde 2011 fixa padrões para estruturas desse tipo.

A IDCA afirmou que o aumento global do consumo de energia está “desencadeando preocupações sociais e políticas” e pediu que as empresas de tecnologia sejam mais transparentes em relação aos seus planos de expansão, a fim de reduzir a “frustração das comunidades”.

O jornal britânico *The Guardian* informou nesta semana que o Google subestimou significativamente o volume de carbono a ser gerado por dois datacenters de IA propostos para instalação no Reino Unido.

O Reino Unido e os Estados Unidos, com cerca de 6% do consumo da energia, estão muito acima da média global de 2%. Em Singapura e na Lituânia, o peso dessas estruturas sobre o sistema energético é ainda maior: 19% e 11% da eletricidade consumida nesses países, respectivamente, já é destinada aos datacenters.

Diante do aumento do consumo de energia, o Greenpeace do Reino Unido alertou que um “boom descontrolado da IA” poderá resultar em contas de energia mais altas, maior pressão sobre os recursos hídricos e “uma nova sobrevida para os combustíveis fósseis”, levando Doug Parr, cientista-chefe da organização ambiental, a afirmar que: “antes de sermos levados pelo entusiasmo de bilionários da tecnologia cujos lucros dependem dessa expansão, devemos parar e nos perguntar se o custo vale a pena.”

“Precisamos de mais transparência sobre a quantidade de água e energia usada pelos datacenters, avaliações adequadas de impacto ambiental e da proibição de novas usinas poluentes destinadas a abastecer a IA”, acrescentou.

Os números da IDCA revelam que 13% do consumo dos datacenters nos Estados Unidos vem de “sistemas zumbis”, aplicativos



acilo_CANVA

que continuam em funcionamento mesmo sem serem utilizados. Esse desperdício representa mais de 3 gigawatts de energia consumida desnecessariamente e provavelmente se repete em todo o mundo, tornando-se mais grave à medida que cresce o uso da computação em nuvem.

Diante disso e dadas as notícias do aumento do interesse das big techs pela implantação de datacenters no Brasil, é importante que aqui o assunto seja tratado com seriedade, também levando em conta o baixo número de empregos qualificados gerados por eles.

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

News @ TI

ricardosouza@netjen.com.br

Veeam lança plataforma DataAI™ Command

@ A Veeam Software, empresa especializada em confiança para dados e inteligência artificial, anunciou hoje a plataforma Veeam DataAI™ Command durante o evento VeeamON 2026, realizado em Nova York. Segundo a companhia, a solução inaugura uma nova categoria de infraestrutura voltada a ambientes corporativos onde agentes autônomos de IA passam a operar em velocidade de máquina e dependem diretamente de grandes volumes de dados. A plataforma DataAI Command é resultado da aquisição da Securiti AI pela Veeam — empresa posicionada pela companhia como referência em segurança de dados e IA — combinada à experiência da Veeam em resiliência de dados ao longo de duas décadas. Atualmente, a empresa atende mais de 550 mil clientes em mais de 150 países, incluindo 77% das organizações presentes no ranking Global 2000 (www.veeam.com).

LedWave lança Wetail e aposta na transformação do varejo em plataforma de mídia, dados e audiência

@ O avanço da mídia orientada por dados começa a redefinir não apenas a forma como marcas se comunicam, mas também como o varejo monetiza audiência, comportamento e presença física. Em meio à aceleração do Digital Out of Home (DOOH) e à busca crescente por eficiência real, mensuração e performance, empresas do setor passam a disputar um espaço cada vez mais estratégico dentro da nova economia da comunicação, aproximando mídia, tecnologia e comportamento do consumidor em uma mesma lógica de negócio. É nesse contexto que a LedWave anuncia o lançamento da Wetail, nova unidade de negócios criada para estruturar uma operação integrada entre mídia, tecnologia e varejo no Brasil e em mercados internacionais onde a companhia já mantém atuação, como os Estados Unidos.

Plataforma de autenticidade digital

@ A explosão de deepfakes e fraudes digitais impulsionadas por inteligência artificial está acelerando a corrida por tecnologias capazes de comprovar a autenticidade de conteúdos online. É nesse cenário que a brasileira InspireIP lança a SIGNAIP, plataforma voltada à verificação de procedência e autenticidade de imagens digitais, com

registros auditáveis em blockchain. A plataforma funciona como uma camada de verificação de procedência para imagens digitais. Ao registrar metadados de autoria, procedência e integridade em blockchain pública, a SIGNAIP cria um histórico auditável capaz de verificar quando um arquivo foi criado, quem realizou o registro e se houve alterações posteriores no conteúdo. A plataforma opera atualmente em beta fechado. Usuários interessados podem se cadastrar na lista de acesso antecipado por meio do endereço <https://waitlist.inspireip.io/>, recebendo acesso direto à SIGNAIP conforme a liberação gradual dos testes.

Calculadora de Renda Fixa inclui ativos bancários

@ ALUZ Soluções Financeiras, empresa de tecnologia para o mercado financeiro, acaba de ampliar a sua Calculadora de Renda Fixa. Direcionada para mesas de negociação das instituições financeiras, a ferramenta, que já é referência para preços e taxas de CRIs, CRAs, debêntures e títulos públicos, passa a oferecer também os cálculos envolvendo ativos bancários, como CDBs, LFs, LCIs, LCAs e demais títulos deste segmento. Com a ampliação do escopo, a Calculadora de Renda Fixa da LUZ torna-se a primeira a oferecer aos agentes do mercado cálculos com diferentes produtos. A solução inclui a maior base de contratos, com mais de 4.500 ativos disponíveis, e é a única que permite o cadastro de novos ativos e a atualização tempestiva da base já cadastrada, seguindo prazos definidos (www.luz-ef.com).

Novo Fire TV Stick HD chega ao Brasil com Xbox Game Pass e nova interface

@ A Amazon anuncia a chegada do Fire TV Stick HD ao Brasil. O dispositivo é o mais compacto da linha Fire TV, com apenas 9 mm de espessura — 30% mais fino que a geração anterior — e traz compatibilidade com Xbox Game Pass e uma navegação completamente reformulada. O Fire TV Stick HD entrega processamento significativamente mais rápido que seu antecessor, com navegação fluida entre aplicativos, inicialização ágil de conteúdos e transições suaves. O dispositivo oferece streaming em Full HD com suporte a HDR, HDR10, HLG e Dolby Atmos (<https://www.amazon.com.br/dp/B0DVK166SV>).

Editores

Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br);

Comercial: comercial@netjen.com.br

Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; Edição Eletrônica: Ricardo Souza.

Revisão: Maria Cecília Camargo; Serviço Informativo: Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

Jornal Empresas & Negócios Ltda

Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP: 04128-080

Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: netjen@netjen.com.br

Site: www.netjen.com.br. CNPJ: 05.687.343/0001-90

JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)

Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.

Pessoas 50+ vão representar metade do consumo com saúde em 2044

Em cerca de 20 anos, metade do consumo das famílias brasileiras com produtos e serviços relacionados a saúde será de pessoas com 50 anos ou mais

A chamada geração prateada – referência aos cabelos grisalhos – responderá por R\$ 559 bilhões de um total de R\$ 1,1 trilhão consumido com saúde em 2044.

Essa projeção representa um avanço em relação a 2024, quando a geração 50+ representava 35% desse gasto com medicamentos, planos de saúde e suplementos, entre outros produtos. Os dados fazem parte do estudo Mercado Prateado: consumo dos brasileiros 50+ e projeções, feito pela data8, empresa especializada em pesquisas relacionadas a envelhecimento e longevidade.

Uma das coordenadoras da pesquisa, Lívia Hollerbach conta que não é surpresa as pessoas gastarem mais com saúde à medida que envelhecem, mas, mesmo assim, as constatações são preocu-



Não é surpresa as pessoas gastarem mais com saúde à medida que envelhecem.

pantes. “Nos surpreendeu essa projeção de que muito rapidamente, em menos de 20 anos, essa população já vai ser responsável por movimentar metade do consumo no país em todo o setor de saúde”, disse. O levantamento aponta que a relação entre faixa etária e consumo com saúde cresce de forma desproporcional quando se observa a população que forma a geração prateada.

Em 2024, o Brasil tinha 59 milhões de pessoas 50+, o que representava 27% da população, mas 35% do consumo com saúde. Em 2044, a projeção é que o país tenha 92 milhões de pessoas nessa faixa etária. Esse contingente representará 40% da população e 50% do consumo. “A saúde realmente vai tomar parte grande do bolso do brasileiro”, afirma Lívia.

De acordo com o estudo, planos de saúde, medicamentos e suplementos representam 79% da cesta mensal de consumo de saúde das pessoas com mais de 50 anos. Os pesquisadores estimaram o peso do consumo com saúde no orçamento pessoal. Na população com menos de 50 anos, 8% da renda vão para produtos e serviços relacionados à saúde. Para a geração prateada, o impacto no bolso é de 14%.

O levantamento detalha mais por faixa etária. Pessoas de 50 a 54 anos direcionam 11% do consumo mensal para a saúde. Na faixa de 70 a 74 anos, o patamar passa para 18%. Entre as pessoas com 80 anos ou mais, o peso chega a 21%. Os demais gastos são com consultas médicas, exames, materiais de tratamento entre outros (ABR).

IBGE: setor de serviços recua 1,2% em março

O setor de serviços no Brasil recuou 1,2% em março de 2026, em relação ao mês anterior, após estabilidade em fevereiro. A queda foi acompanhada por todas as cinco atividades investigadas, com destaque para transportes, com recuo de 1,7%. Em relação a igual mês de 2025, o volume de serviços teve expansão de 3% em março de 2026. As informações são da Pesquisa Mensal de Serviços (PMS) divulgada na sexta-feira (15) pelo IBGE.

No acumulado do ano, o volume de serviços expandiu 2,3% frente a igual período de 2025. Já o acumulado nos últimos 12 meses aumentou 2,8% em março de 2026. O analista da pesquisa Luiz Carlos de Almeida Junior explica que nos últimos cinco meses, foram observados um mês de estabilidade e quatro meses de variação negativa,

o que faz com que o setor de serviços acumule queda de 1,7% desde outubro de 2025.

“Setorialmente, todas as cinco atividades investigadas mostraram queda na comparação com o mês imediatamente anterior. O setor de transportes foi o principal responsável pela queda observada no Brasil neste tipo de comparação. O recuo no setor foi influenciado principalmente pela queda observada no transporte rodoviário de cargas e no transporte aéreo de passageiro”, disse o analista.

Segundo o IBGE, as demais quedas vieram dos serviços profissionais, administrativos e complementares (-1,1%); de informação e comunicação (-0,9%); dos outros serviços (-2%); e dos serviços prestados às famílias (-1,5%) - (ABR).

Taxa de desemprego de pretos é 55% maior que a de brancos

A taxa de desemprego das pessoas pretas fechou o primeiro trimestre de 2026 em 7,6%. Esse indicador fica acima da média nacional (6,1%) e 55% maior que o dos brancos, que sequer chegou a 5% (4,9%). Esse patamar de diferença é superior ao registrado no último trimestre de 2025 (52,5% maior) e nos três primeiros meses do ano passado (50%). A maior diferença já apurada é de 69,8%, no segundo trimestre de 2020, ano de eclosão da pandemia da Covid-19.

A revelação faz parte da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua Trimestral, divulgada na quinta-feira (14) pelo IBGE. Quando a série histórica da pesquisa foi iniciada, em 2012, o desemprego de pessoas pretas era 44,8% maior que o dos brancos. A menor diferença já verificada pertence ao segundo trimestre de 2021, 43,6% superior.

A diferença na taxa de desemprego sob ótica da cor da pele é favorável também aos

brancos quando comparados aos pardos. Nesse grupo, a desocupação está em 6,8%, isto é, 38,8% maior. Quando a pesquisa foi iniciada, a diferença era 37,3%. O menor nível de disparidade foi de 33,3% no segundo trimestre do ano passado. O maior, 50,84%, no terceiro trimestre de 2023. Já na comparação mais imediata, ou seja, no último trimestre de 2025, o desemprego dos pardos era 47,5% maior que o dos brancos.

Para o analista da pesquisa, William Kratochwill, a disparidade entre o desemprego de pretos e pardos em relação ao dos brancos aponta para “algo estrutural”. “Isso pode ser ligado a diversos fatores, não apenas à cor da pele. Pode ser questão de nível de instrução e região em que vive”, indica ele. Kratochwill pondera que para poder determinar exatamente o que causa a diferença entre os grupos “é necessário um estudo bem mais aprofundado, que leve em consideração diversas características e não apenas a identificação de cor ou raça” (ABR).

Afiados além do digital: como o modelo está transformando a experiência em lojas físicas

Bruna Nobre (*)

O consumidor já transita de forma fluida entre o online e o offline, mas o varejo ainda tem dificuldade em operar dessa forma na prática. Enquanto a jornada de compra se torna cada vez mais omnicanal, muitas empresas ainda tratam canais como silos, com pouca integração entre áreas, dados, experiência e mensuração. Esse descompasso cria um problema real: o varejo investe em influência, mídia e performance no digital, mas perde visibilidade justamente em um momento crítico: a conversão na loja física.

É nesse ponto que o marketing de afiliados dá um salto concreto. Historicamente associado ao e-commerce, o modelo sempre foi valorizado pela capacidade de gerar vendas com base em performance e agora, com o avanço das tecnologias de rastreamento, finalmente consegue acompanhar o consumidor até o ponto de venda físico.

O ponto de virada aqui é a atribuição. Durante muito tempo, entender o impacto do digital e ações de trade nas vendas offline foi uma das maiores dores do varejo. Hoje, isso começa a mudar com o uso de ferramentas como QR Codes, cupons rastreáveis e soluções como cardlinked offers, que conectam diretamente o meio de pagamento à jornada do consumidor.

Na prática, isso significa que hoje o usuário pode ser impactado por um afiliado e concluir a compra na loja física, com toda essa jornada sendo mensurada. É mais do que isso: passa a ser remunerada por performance. Esse avanço muda completamente a lógica de investimento. O que antes era visto como mídia de awareness ou difícil de mensurar no offline passa a operar com a mesma eficiência e precisão do digital. E os resultados mostram que isso não é só teoria.

Em um case internacional, uma grande rede de supermercados registrou crescimento de vendas de 2,5 vezes e ROAS de US\$18 ao implementar ofertas de cashback para compras em loja física, complementando a estratégia digital. Em outro exemplo, uma varejista do segmento esportivo alcançou aumento de 19% na receita em apenas

cinco meses, além de crescimento de 13% no ticket médio e duplicação da base de novos usuários ao combinar afiliados com ativações omnicanal.

Mais do que crescimento, o que esses números mostram é valor incremental. Não estamos falando apenas de capturar uma demanda que já existia, mas de gerar novas compras, aumentar frequência e influenciar decisões também dentro da loja física. Isso tem impacto direto em três frentes que são críticas para o varejo: aumento de tráfego qualificado no ponto de venda, crescimento de ticket médio e maior fidelização do consumidor.

Outro ponto importante é que os afiliados passam a ter um papel ainda mais estratégico. Eles deixam de ser apenas um canal de conversão online e passam a atuar como ponte entre influência e venda, direcionando o consumidor até a loja física com intenção clara de compra.

Isso é especialmente relevante no mercado brasileiro, em que os publishers são extremamente dinâmicos e a troca de links e priorização de ofertas acontece de forma muito rápida, sempre baseada em performance. Levar esse modelo para o offline aumenta ainda mais o potencial de escala, mas também exige do varejo mais agilidade, clareza de proposta e capacidade de execução.

Olhando para frente, a tendência é clara: o crescimento do retail media no ambiente físico, combinado com dados mais claros também no offline e estratégias de performance, deve transformar ainda mais a forma como marcas se conectam com consumidores dentro das lojas.

Nesse cenário, os afiliados ganham um novo papel, atuando também como um elo entre canais, conectando dados, influência e conversão de forma integrada. No fim, não se trata mais de digital ou físico. Trata-se de acompanhar o consumidor e, principalmente, de conseguir medir e escalar aquilo que realmente gera resultado.

(*) - É Diretora de Publisher Partnerships da Rakuten Advertising no Brasil.



NEGÓCIOS em PAUTA

lobato@netjen.com.br

A – Churrasco e Negócios

São Paulo recebe, no próximo dia 23, uma edição do Churrasco de Conexões e Negócios, promovido pelo Clube CDC. A iniciativa objetiva fazer com que os participantes saiam do networking superficial e encontrem um ambiente onde conversas e trocas se convertam em oportunidades reais de negócio. Com o tema “Networking que não gera negócio é só agenda cheia”, o encontro foi planejado para estimular interações objetivas e produtivas. A programação inclui dinâmicas guiadas, pitches rápidos e troca entre os participantes, favorecendo conexões com alto potencial de parceria. Mais informações: (www.clubecdc.com.br).

B – Engenharia Ferroviária

A presença de pesquisadores de referência mundial marcará a programação do IX Simpósio de Engenharia Ferroviária (SEF), que será realizado nos dias 24 e 25 de junho de 2026, no Centro de Convenções da Unicamp, em Campinas. O evento reunirá profissionais, pesquisadores, empresas, operadores, estudantes e especialistas ligados ao transporte ferroviário de cargas para discutir inovação, tecnologia e os desafios da engenharia ferroviária. As pessoas interessadas em participar podem se inscrever por meio do site: (https://simposio-ferroviario.com.br/).

C – Correios Leilão

Os Correios realizam, nos próximos dias 27 e 28, uma nova rodada de leilões de imóveis com 34 ativos distribuídos pelo país. Entre os destaques

está o Complexo Baumann, centro logístico localizado na Vila Leopoldina, em São Paulo. A iniciativa faz parte do plano da estatal de arrecadar recursos com a venda de imóveis desocupados. Os lances acontecem por meio da plataforma VIP Leilões e são ofertados em leilão público na modalidade de lances sucessivos. A arrematação é feita pelo participante que apresentar o maior lance válido dentro da etapa vigente. Confira em: (https://correios.vipleiloes.com.br/evento/detalhes/270526correios).

D – Programa de Trainee

A Atlantic Nickel, uma das maiores produtoras de níquel sulfetado a céu aberto do mundo, está com inscrições abertas para o seu Programa de Trainee 2026. A iniciativa visa atrair e desenvolver talentos da área de engenharia que desejam acelerar suas carreiras e contribuir para o futuro da mineração sustentável no Brasil. Voltado para profissionais com graduação concluída entre dezembro de 2023 e dezembro de 2025, contempla os recém-formados(as) das áreas de Engenharia Civil, de Minas, de Produção, Geológica ou Mecânica. Inscrições e mais informações: (https://traineeatlanticnickel.com.br/).

E – Lideranças da Indústria

A primeira edição do ANFAVEA VISIONS acontece nos dias 9 e 10 de junho, no Hotel Unique, em São Paulo. Mais de 800 lideranças da indústria automotiva, tecnologia, energia e do ecossistema da mobilidade, representantes do governo e do mercado financeiro, se reunirão para discutir os movimentos que estão redefinindo a mobilidade no mundo e seus impactos sobre a indústria e o mercado brasileiro. Um espaço exclusivo de conexão

entre os diferentes elos que moldam a próxima geração da mobilidade: fabricantes de veículos, fornecedores, empresas de tecnologia, energia, governo, mercado financeiro e novos players de soluções ao consumidor. Saiba mais em (https://www.anfaveavisions.com.br/).

F – Líderes da Energia

Desde 2021, o Prêmio Líderes da Energia, realizado pelo Grupo Mídia por meio do ecossistema Full Energy, reconhece empresas e organizações que fazem a diferença no setor energético no Brasil. A votação é: aberta ao público; totalmente digital; e ágil e acessível. Uma oportunidade para o próprio mercado reconhecer as empresas que lideram as transformações da energia no Brasil. Participe até 30 de junho. Seu voto é fundamental. Confira em (https://fullenergy.grupomidia.com/lideresdaenergia/).

G – Famílias Inadimplentes

O endividamento das famílias paulistas chegou a 72,9% em abril, o maior nível em três anos, segundo a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), divulgada mensalmente pela FecomercioSP. O índice era de 71,1% em março, e de 70,2% em abril do ano passado. São 3,28 milhões de lares na capital com algum tipo de dívida. O cartão de crédito segue como a principal modalidade de dívida, presente em 79,6% dos casos, reflexo de que muitas famílias recorrem ao crédito rotativo para manter o consumo do dia a dia.

H – Carne Suína

O Brasil exportou 138,3 mil toneladas de carne suína em abril, o maior volume já registrado para o mês desde o início da série histórica da Secretaria de Comércio Exterior (Secex), em 1997. A informação foi divulgada pelo Cepea, com base nos dados oficiais. Na comparação com abril do ano passado, quando foram embarcadas 127,8 mil toneladas, o avanço foi de 8,2%. Este é o quinto mês consecutivo de recordes nas exportações, movimento que reflete a estratégia adotada pelo setor diante da fraqueza no consumo doméstico.



Livros em Revista

Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



O Dentinho

Irene Caetano – Jessica de Martin (Ilustr) – Madhouse – Imaginem uma menina de seis anos, ter que sorrir, sem um dentinho, bem na frente, fazendo pose para uma foto na escola para celebrar sua formatura. Um verdadeiro trauma! Nossa “heroína” resolveu brilhantemente a situação, demonstrando inteligência, perspicácia e muita sorte! Com ilustrações de qualidade impar, fará infantes sonharem!



A Máquina do Tempo: 11.520 anos de lições atemporais

Joel Jota (Org) – Citadel – O autor é mentor, um expert incentivador de pessoas e carreiras e reuniu quinhentas e setenta e seis pessoas que enfrentaram o seguinte questionamento: Como você era há vinte anos? Como se fora uma máquina do tempo, bastante contemporânea. Os relatos são os mais diversos, extremamente significativos. Não há espaço para choramingos, antes, uma explosão de vidas reais, sofridas, todavia, resilientes, consistentes. Passados relevantes. Depoimentos eivados de efetiva relevância e ressignificação. Uma ótima ideia que propiciará boas e algumas necessárias reflexões.



Caligrafias

Adriana Lisboa – Gianguido Bonfanti (Ilustr) – Maralto – Adriana é uma literata multi facetada e reconhecida nacional e multinacionalmente. Suas obras foram traduzidas em vários idiomas. Todas exitosas. Esta obra, devidamente revisada e muito bem aumentada, celebra os vinte anos de sua primeira edição. Novamente levará um ótimo entretenimento a felizardos leitores. Que o sucesso continue!



O Balbuciar de um Eterno

Dionysius Fredericus – Scortecchi – Dionysius, pseudônimo de Marcelo Gomes Jorge Feres que é historiador, bacharel em Direito e tem forte inclinação filosófica. Irrequieto, está sempre buscando, em acordo com suas vinte e oito obras escritas, uma explicação para acontecimentos mundanos. Nesta obra visa estabelecer liames entre o Ser, sua essência, atuação e destino. Vários filósofos antigos recebem menção. Uma obra mágica, pura ins.....piração!



Inteligência Cênica: A nova soft skill do mundo corporativo

Ronaldo Loyola – Ipê das Letras – Ronaldo é um empresário multidisciplinar, com mais de três décadas de poeira de estrada. Já desenvolveu programas e normas para levar empresas e profissionais aos píncaros da glória. Tem efetivamente cabedal para trazer ao mundo uma obra deveras interessante. Fez de uma simulada corporação, um palco no qual os atores e atrizes contracenarão num ferrenho embate para conseguir o sonhado sucesso. Os atores serão dirigidos por rígidas regras cênicas. Todo escopo empresarial será norteador por chamamentos como se num ensaio ou representação teatral estiver sendo levado a efeito. Brilhante ideia!

www.bcctelevision.com.br

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



Com apresentação de Ralph Peter.



E-commerce: conversão pode crescer até 5x com integração entre dados, operação e atendimento

Complexidade das operações digitais amplia dependência entre sistemas e transforma eficiência operacional em fator decisivo para crescimento e experiência do consumidor

Entre o clique e a entrega do e-commerce, uma cadeia de decisões simultâneas e integradas sustenta cada pedido e não há margem para falhas. Aplicações analisadas pela Quality Digital indicam que a integração entre diferentes frentes da jornada pode impulsionar resultados, com casos como o da Osklen, que registram crescimento de até cinco vezes na conversão de recuperação de pedidos em canais conversacionais ao conectar dados, atendimento e execução ao longo do processo. Cada pedido percorre uma sequência contínua de decisões executadas simultaneamente para que a jornada funcione de forma consistente.

Inspirada na lógica de redes de transporte, a operação digital da Quality Digital organiza o e-commerce como uma estrutura em que diferentes fluxos operam de forma paralela e interdependente. B2C, B2B, D2C, marketplace e omnichannel aparecem como linhas que se cruzam ao longo da jornada e se conectam a pontos críticos que sustentam a execução. Decisões relacionadas a catálogo, preço, disponibilidade, pagamento, gestão de pedidos, logística e entrega deixam de atuar de forma isolada e passam a compor uma rede integrada, na qual o desempenho depende da consistência entre dados e sistemas.



A proposta defendida desloca a leitura tradicional do commerce digital, que por muito tempo foi organizada de forma sequencial. Ao posicionar o pedido como elemento central, o modelo mostra que a continuidade da jornada depende da coordenação entre múltiplas camadas que operam ao mesmo tempo. “A venda deixou de ser um evento isolado e passou a ser orientada por dados ao longo de toda a operação. Quando essa base está organizada, é possível medir impacto direto em conversão, ticket médio e recorrência”, afirma Júlio Britto, CEO da Quality Digital.

A ampliação de canais e integrações tem elevado o nível de complexidade operacional nas empresas. Plataformas de comércio, sistemas de gestão de pedidos, meios de pagamento, soluções de logística e fer-

ramentas de relacionamento com o cliente passaram a atuar de forma simultânea, exigindo sincronização contínua. Com a redução da intervenção manual, o tempo de resposta diminuiu, enquanto inconsistências tendem a se propagar com maior velocidade ao longo da operação.

O desempenho do e-commerce está cada vez mais associado à capacidade de execução. A geração de demanda perde relevância quando a estrutura operacional não sustenta a jornada até a entrega. Informações imprecisas no checkout, divergências de estoque e desalinhamentos logísticos afetam a experiência do consumidor, aumentam custos e impactam a percepção de valor da marca.

De acordo com Roberto Ave Faria, diretor da Quality Digital, a execução da jornada precisa combinar

precisão operacional com capacidade de adaptação à demanda. “O conceito de delivery promise funciona como um contrato de prazo de entrega e é decisivo para a finalização da compra, afinal, qualquer desvio impacta diretamente a conversão e a confiança do consumidor”, afirma. O executivo também destaca a necessidade de evolução na forma como o varejo trabalha a hiperpersonalização da experiência. “No conceito de home for you, a vitrine digital passa a ser montada de acordo com perfil, histórico e interesse do cliente. Não adianta oferecer tudo para todo mundo. Quando a oferta não conversa com o comportamento, a jornada perde eficiência e a conversão não se sustenta”, diz.

Atualmente, no cenário do comércio digital, o crescimento sustentável do e-commerce depende menos do aumento de volume e mais da capacidade de coordenar decisões de forma integrada. Com a expansão dos canais digitais e o aumento das conexões necessárias para sustentar cada pedido, a eficiência operacional passa a definir o limite entre crescimento com rentabilidade e perda de desempenho. Ao tornar visível essa estrutura, o modelo apresentado contribui para uma compreensão mais precisa dos fatores que determinam o resultado no comércio digital.

Exploração acelerada de falhas em Microsoft, Cisco e Google eleva risco cibernético em empresas

Relatório da consultoria destaca exploração acelerada de vulnerabilidades críticas, com foco em falhas que expõem credenciais, permitem execução remota de código e ampliam o risco de comprometimento de ambientes corporativos.

A Redbelt Security, consultoria especializada em cibersegurança, reuniu em seu mais recente levantamento uma série de vulnerabilidades críticas divulgadas nas últimas semanas que afetam plataformas amplamente utilizadas no ambiente corporativo, incluindo soluções da Microsoft, Cisco, Google e Fortinet. A análise aponta um padrão que se repete e alerta para o fato de que o intervalo entre a divulgação de uma falha e o início da sua exploração por criminosos está cada vez menor, e em muitos casos os ataques começam antes que a maioria das empresas tenha aplicado as correções disponibilizadas pelos fabricantes.

Microsoft SharePoint e Defender sob exploração ativa — Falhas críticas em plataformas amplamente utilizadas da Microsoft, incluindo SharePoint Server e Microsoft Defender, vêm sendo exploradas em campanhas reais. As vulnerabilidades permitem desde falsificação de identidade sem necessidade de autenticação até o comprometimento de mecanismos nativos de proteção. No caso do SharePoint Server, a exploração pode permitir visualização e alteração não autorizada de documentos corporativos. Já vulnerabilidades zero-day identificadas no Microsoft Defender ampliam o risco ao possibilitar que agentes maliciosos contornem mecanismos de defesa e estabeleçam persistência em ambientes Windows.

Cisco corrige falhas críticas que permitem comprometimento remoto — A Cisco lançou atualizações para vulnerabilidades críticas identificadas em componentes como Integrated Management Controller (IMC) e Smart Software Manager On-Prem. As falhas, classificadas com alta severidade, permitem que atacantes remotos não autenticados contornem autenticação e executem comandos com privilégios elevados. O risco é especialmente elevado em ambientes corporativos que utilizam esses dispositivos como parte da infraestrutura central de conectividade, já que o comprometimento pode facilitar movimentação lateral e escalada de privilégios.

Google Vertex AI expõe credenciais e amplia risco em ambientes de nuvem — Pesquisadores identificaram vulnerabilidades na plataforma Vertex AI capazes de expor credenciais de serviço e permitir acesso indevido a dados armazenados em ambientes Google Cloud. A falha está relacionada ao uso excessivo de permissões padrão em agentes de serviço associados à plataforma, criando um cenário em que agentes mal configurados podem ser utilizados para exfiltração de dados sensíveis e comprometimento de recursos em nuvem. O caso reforça a necessidade de revisão contínua de permissões em ambientes cloud e de maior controle sobre integrações baseadas em inteligência artificial.

Fortinet sob exploração ativa em campanhas reais — Uma vulnerabilidade crítica no FortiClient EMS

foi identificada sob exploração ativa, permitindo bypass de autenticação e execução remota de comandos. A falha afeta versões amplamente utilizadas da solução e já foi adicionada a catálogos de vulnerabilidades exploradas ativamente, evidenciando o interesse de agentes maliciosos em soluções de segurança que, quando comprometidas, oferecem acesso privilegiado ao ambiente corporativo.

Frameworks modernos seguem entre os principais vetores de exposição — O levantamento também identificou falhas críticas em aplicações modernas e frameworks amplamente adotados, incluindo Next.js, LangChain e ferramentas de desenvolvimento baseadas em IA. Os casos envolvem execução remota de código, vazamento de credenciais, exposição de arquivos sensíveis e exploração automatizada em larga escala, reforçando que ambientes de desenvolvimento e automação passaram a integrar o radar prioritário dos atacantes.

“O que esse levantamento mostra é que o tempo que os criminosos levam para explorar uma falha já é menor do que o tempo que a maioria das empresas leva para corrigi-la. Não estamos falando de ataques sofisticados contra alvos específicos. São campanhas que varrem a internet buscando qualquer sistema desatualizado. Quem não tem um processo contínuo de monitoramento e correção de vulnerabilidades não está em risco, está exposto”, afirma Ronaldo Benfatti, Diretor de Segurança em Identidade e Acesso da Redbelt Security.



www.netjen.com.br

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

TEL: 3043-4171

A IA já funciona, mas por que as empresas ainda hesitam?

Recentemente, me peguei reafirmando algo que, dentro do contexto tecnológico atual, soa quase como uma obviedade: a inteligência artificial (IA) já provou que funciona

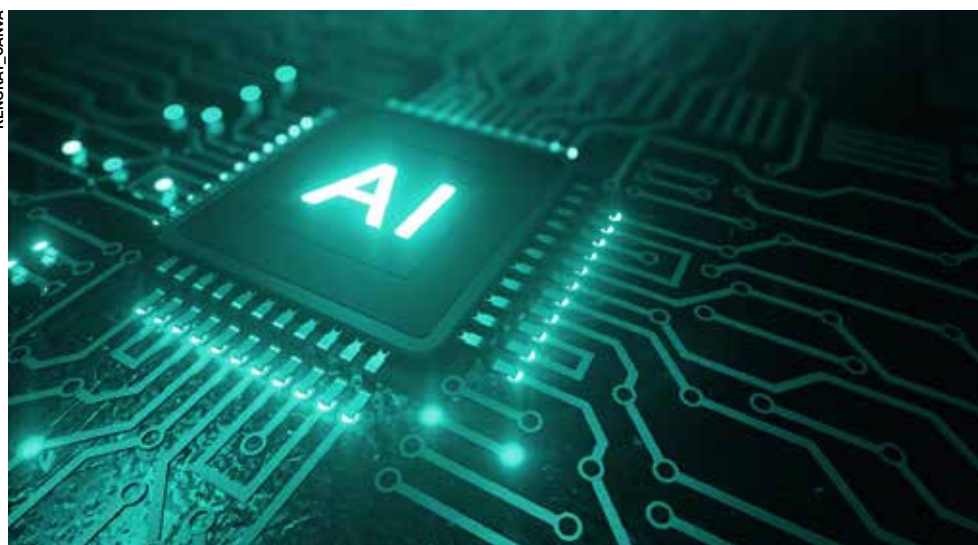
Ela escreve, analisa, recomenda, prevê e, em muitos casos, entrega mais rápido e com mais eficiência do que qualquer equipe conseguiria. O que antes parecia experimental e futurista já se consolidou como infraestrutura, deixando de ser uma aposta e se tornando um elemento operacional, silencioso e cada vez mais indispensável.

Ainda assim, nas corporações, a adoção real segue um padrão curioso. Começa com entusiasmo, avança para pilotos promissores e, então... desacelera. E, pela minha experiência, isso raramente acontece por limitação técnica, mas por algo mais difícil de medir: a falta de confiança.

Esse talvez seja o ponto mais negligenciado na discussão atual. Já não estamos tentando provar o que a tecnologia é capaz de fazer. Buscamos entender até onde estamos dispostos a permitir que ela vá - uma decisão que, longe de ser técnica, é, essencialmente, institucional.

Empresas, por natureza, não operam bem na ambiguidade. Para que uma tecnologia se torne parte do core business, previsibilidade, clareza de limites e entendimento de comportamento sempre foram premissas básicas. O desafio é que a IA, especialmente em sua forma mais avançada, não foi desenhada para ser totalmente previsível. Modelos generativos operam por probabilidade, não por certeza, e é justamente aí que surge o atrito com a lógica empresarial, que depende de controle, rastreabilidade e responsabilização.

É nesse ponto que muitos projetos travam. Não porque a IA não entrega valor; ocorre que as companhias não demonstram segurança suficiente para expandir com consistência. Contudo, a resposta para esse impasse está tanto



na evolução dos modelos quanto como estruturamos o seu uso.

Nos últimos anos, a ética em IA ganhou espaço. Princípios são definidos, compromissos assumidos, no entanto, a confiança não nasce da intenção, e sim do comportamento, que é o que arquiteta, constrói a IA. Quando a ética passa a guiar decisões concretas - o que pode, o que não pode, quando escalar, quais riscos aceitar - ela se transforma em infraestrutura de convicção.

Esse aspecto se torna ainda mais sensível com a chegada da IA agêntica: sistemas que não apenas respondem - eles agem. E, como era de se esperar, quanto maior a autonomia, maior o desconforto. Sem um conjunto claro de limites e diretrizes operacionais, essa autonomia vira uma ameaça ao invés de uma vantagem. Não é simplesmente um risco técnico, mas algo percebido, daqueles que fazem companhias hesitarem mesmo diante de ganhos evidentes. É por isso que a discussão sobre ética precisa subir de patamar.

Não se trata de criar regras genéricas que se aplicam a qualquer contexto, nem de adaptar completamente os princípios ao interesse de cada negócio. Ambos os caminhos são frágeis: de um lado, instruções amplas demais

não orientam decisões reais; de outro, uma ética moldada exclusivamente ao cenário pode assumir um caráter oportunista e corroer a própria confiabilidade que deveria sustentar. O equilíbrio está na combinação entre fundamentos universais e aplicação contextual.

Preceitos como segurança, privacidade e não discriminação não são negociáveis, entretanto, a maneira como se traduzem em sistemas, fluxos e resoluções necessita refletir a realidade de cada organização, seu setor, seu nível de vulnerabilidade e sua relação com clientes. Nessa tradução, a confiança se materializa. E é isso que separa negócios que só experimentam a IA daqueles que realmente a incorporam. Em termos práticos, a diferença reside na capacidade de integrar a tecnologia de modo confiável.

A próxima fase da IA não será determinada por quem tem acesso aos melhores modelos - até porque eles estão cada vez mais acessíveis -, mas por quem conseguir construir as condições para utilizá-los com consistência, responsabilidade e escala. Porque, no fim das contas, confiança é uma pré-condição imprescindível que sustenta a IA no âmbito das organizações - não um efeito colateral da adoção.

(Fonte: Vinicius Galera é VP Global de AI na FCamara).

A nova idade da compra do primeiro imóvel

A geração Z começa a aparecer no mercado imobiliário e desafia modelos tradicionais de venda.

Durante anos, o mercado imobiliário brasileiro concentrou sua estratégia em um perfil relativamente previsível de comprador: famílias entre 30 e 45 anos em busca do primeiro ou do segundo imóvel. Nos últimos anos, porém, um novo público começa a ganhar espaço nas estatísticas do setor: os jovens da geração Z.

Nascidos a partir da segunda metade dos anos 1990, esses consumidores começam a entrar no mercado imobiliário impulsionados por novas formas de renda, empreendedorismo digital e, em muitos casos, pelo apoio familiar na construção de patrimônio.

Segundo especialistas do setor, embora ainda representem uma parcela menor das transações, os jovens compradores já começam a influenciar a forma como imóveis são apresentados e comercializados.

A especialista em estruturação de equipes de vendas no mercado imobiliário, Andressa Machado, lembra que o comportamento dessa geração tem características muito diferentes das observadas em ciclos anteriores do mercado: "a geração Z cresceu em um ambiente totalmente digital e tem uma relação diferente com informação e tomada de decisão. Eles chegam ao processo de compra muito mais informados e com expectativas diferentes sobre atendimento e experiência".

O público de 21 a 28 anos lidera a intenção de compra de imóveis no Brasil, buscando segurança financeira e patrimônio, ao mesmo tempo que prioriza tecnologia, sustentabilidade, localização central e espaços compactos/flexíveis. Muitos já en-

xergam o imóvel como investimento e estilo de vida, pressionando o mercado por soluções digitais e sustentáveis.

Outro fator que tem impulsionado esse movimento é a mudança na forma como muitos jovens constroem renda e patrimônio. Profissionais ligados à economia digital, ao empreendedorismo ou a carreiras mais flexíveis têm buscado no mercado imobiliário uma forma de diversificar investimentos.

Os influenciadores tornaram-se peças-chave na jornada de compra da Geração Z, com 51% desses jovens sendo influenciados por criadores de conteúdo no Instagram ao tomarem decisões no mercado imobiliário. Eles atuam principalmente como educadores financeiros e validadores de estilo de vida, ajudando a diminuir a insegurança de um público que, embora queira comprar, esbarra em barreiras como a falta de capital para entrada.

Para Andressa, esse novo perfil de comprador e esse panorama de desejo e compra exige que incorporadoras e imobiliárias repensem não apenas seus produtos, mas também a forma como estruturam suas equipes comerciais: "não é apenas uma mudança de idade do comprador. É uma mudança de comportamento. Empresas que entendem essa dinâmica conseguem se comunicar melhor com esse público e criar estratégias de venda mais eficazes".

Na avaliação da especialista, à medida que essa geração avança na vida profissional e aumenta sua capacidade de investimento, a presença desses jovens no mercado imobiliário tende a crescer de forma consistente nos próximos anos. - Fonte e mais informações: (www.sismica.com.br).

TITAN USINAGEM DE PRECISÃO LTDA, torna público que esta requerendo a Prefeitura de Itaquaquecetuba - Secretaria do Meio Ambiente a Renovação da Licença de Operação, p/ serviços de usinagem, tornearia e solda, sito Rua Alfa, 435 - Galpão 01, Bairro Una - Itaquaquecetuba - SP.

TRANSPARÊNCIA

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

AFINAL, O JORNAL É LEGAL.





A computação quântica é o novo risco do presente

Fabiano Nagamatsu (*)

Até poucos anos atrás, o debate sobre computação quântica girava em torno de quando essa tecnologia se tornaria viável. Agora, a discussão mudou

O foco está em como se proteger. Isso acontece porque avanços recentes aceleraram o desenvolvimento de sistemas quânticos, reduzindo o tempo estimado para que eles consigam comprometer a criptografia atual, base de praticamente toda a segurança digital moderna.

Hoje, grande parte da internet depende de algoritmos como RSA e ECC para proteger dados, transações financeiras e comunicações. Esses métodos são considerados seguros porque computadores tradicionais não conseguem resolver certos cálculos em tempo viável. No entanto, a computação quântica altera esse cenário de forma radical. Segundo o Instituto Nacional de Padrões e Tecnologia dos Estados Unidos (NIST), um computador quântico suficientemente avançado poderá quebrar esses sistemas usando o algoritmo de Shor, tornando vulneráveis redes inteiras de comunicação e armazenamento de dados.

O risco não é apenas teórico. Um relatório recente da consultoria McKinsey aponta que a computação quântica pode gerar impacto econômico de até US\$ 1,3 trilhão até 2035, impulsionando setores como farmacêutico, financeiro e logístico, mas também criando novas superfícies de risco cibernético. Ao mesmo tempo, a IBM e o Google já demonstraram avanços significativos no número de qubits e na estabilidade de seus sistemas, aproximando o mercado de aplicações práticas.

Além disso, especialistas alertam para um problema imediato conhecido como “harvest now, decrypt later”. De acordo com o Fórum Econômico Mundial, agentes mal-intencionados já podem coletar dados criptografados hoje com a intenção de descriptografá-los no futuro, quando a tecnologia quântica estiver madura. Isso significa que informações sensíveis armazenadas agora já estão potencialmente comprometidas, mesmo que a quebra efetiva da criptografia ainda não seja possível.

Outro dado relevante vem do Gartner, que estima que até 2027 cerca de 20% das organizações globais terão implementado estratégias formais de criptografia pós-quântica. Esse movimento reforça a percepção de que o risco deixou de ser hipotético e passou a exigir ação imediata. Nesse contexto, 2026 surge como um ponto crítico para que empresas iniciem a transição e evitem vulnerabilidades futuras.

A corrida global pela criptografia pós-quântica

Diante desse cenário, governos e empresas já começaram a se movimentar. O NIST lidera um processo global de padronização de algoritmos resistentes a ataques quânticos e já selecionou os primeiros modelos considerados seguros para uso futuro. Esses novos padrões buscam substituir os sistemas atuais antes que eles se tornem obsoletos.

Ao mesmo tempo, grandes organizações adotam abordagens híbridas, combinando criptografia tradicional com soluções pós-quânticas. Essa estratégia permite uma transição gradual, reduzindo riscos enquanto a tecnologia evolui. Segundo a Deloitte, mais de 50% das empresas globais ainda não possuem um plano estruturado para lidar com a computação quântica, o que aumenta a exposição ao risco nos próximos anos.

Essa lacuna revela um ponto crítico. A maioria das organizações ainda subestima a velocidade dessa transformação. Enquanto algumas avançam na adaptação, outras permanecem inertes, criando um desequilíbrio competitivo. Empresas que se antecipam tendem a proteger melhor seus dados e operações, enquanto aquelas que atrasam a transição podem enfrentar impactos significativos.

Desse modo, a computação quântica não é mais um tema de longo prazo. Ela já influencia decisões no presente e redefine os padrões de segurança digital. Em um mundo onde dados são ativos estratégicos, ignorar essa transformação significa assumir um risco crescente. Quem age agora protege não apenas informações, mas o próprio futuro do negócio.

(*) CEO da Moove Hub Technology, holding de impacto em educação, tecnologia e investimentos, criada para desenvolver pessoas, negócios e ecossistemas em um mundo em constante transformação. – E-mail: moovehub@nbpress.com.br

Feriados de 2026 encurtam o ano comercial e podem turbinar bares e restaurantes

Com menos dias úteis no calendário e mais oportunidades de lazer, empresas revisam metas enquanto operações preparadas do food service podem ampliar vendas, fluxo e fidelização

O calendário de 2026 terá dez feriados nacionais previstos no Brasil, além de pontos facultativos que costumam reduzir a quantidade de dias úteis ao longo do ano. Para setores dependentes da rotina corporativa, como indústria, serviços administrativos e operações B2B, a agenda mais fragmentada pressiona produtividade, prazos e metas comerciais. Para bares e restaurantes, porém, a mesma configuração pode representar aumento de fluxo, maior ticket médio e novas oportunidades de receita.

Dados do IBGE mostram que a alimentação fora do lar segue relevante no orçamento das famílias brasileiras, enquanto levantamentos recorrentes da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes indicam avanço de movimento em feriados prolongados, sobretudo em capitais, polos turísticos e regiões com forte vida noturna.

Athos Vilarins, CEO do Grupo Alpha, empresa especializada em marketing e vendas para restaurantes, afirma que muitos empresários ainda analisam o feriado de forma equivocada. “Quem enxerga essas datas apenas como pausa operacional perde uma chance real de faturamento. O consumidor muda a rotina, sai mais de casa e decide com rapidez onde vai gastar”, diz.

Gustavo de Oliveira, especialista em desenvolvimento comercial e fundador do Grupo Alpha, destaca que aumentara demanda sem estru-



tura tende a virar problema. “Mais público sem preparo gera filas, atraso, desperdício e avaliações negativas. O aumento de movimento precisa vir acompanhado de gestão, equipe treinada e operação organizada”, afirma.

Na prática, negócios preparados costumam capturar ganhos em várias frentes. O giro de mesas aumenta, o delivery cresce em horários de pico e vendas adicionais de bebidas, sobremesas e combos promocionais se tornam mais frequentes. Já operações improvisadas podem perder margem com compras emergenciais, falhas logísticas e atendimento abaixo do esperado.

Segundo Athos, a antecipação é decisiva. “Quem comunica antes ocupa espaço na decisão do cliente. Campanhas locais, reservas antecipadas e presença digital ativa aumentam a chance de converter intenção em consumo.”

Para Gustavo, o calendário precisa ser tratado como ferramenta anual de crescimento. “O empresário deve

mapear janeiro a dezembro, cruzando feriados, eventos regionais, sazonalidade e grandes datas. Quando faz isso, deixa de reagir ao movimento e passa a construir previsibilidade”, afirma.

Outro vetor importante será a Copa do Mundo de 2026, que tende a movimentar bares e restaurantes em jogos de maior audiência. Casas com estrutura para transmissão, promoções temáticas e operação reforçada podem transformar partidas em novos picos de faturamento.

Além do ganho imediato, os feriados também funcionam como porta de entrada para recorrência. Clientes conquistados em datas de grande movimento podem retornar depois, desde que exista relacionamento ativo, ofertas segmentadas e boa experiência.

Os especialistas apontam cinco medidas para transformar feriados em lucro

Com previsibilidade de datas ao longo do ano, bares e restaurantes conseguem

se preparar melhor quando unem gestão, marketing e operação.

- Montar calendário promocional anual
- Planejar ações para cada feriado ajuda a negociar compras, organizar escalas e divulgar campanhas com antecedência.
- Ajustar estoque com base em histórico
- Analisar vendas passadas, clima e perfil de público reduz desperdício e evita falta de itens estratégicos.
- Reforçar atendimento nos dias críticos
- Equipe dimensionada e processos claros diminuem filas, atrasos e reclamações.
- Integrar salão e delivery
- Picos de demanda costumam atingir os dois canais ao mesmo tempo. Operação separada evita gargalos.
- Capturar dados do cliente
- WhatsApp, CRM e programas de fidelidade ajudam a transformar visita pontual em retorno recorrente.

Para o Grupo Alpha, 2026 tende a ampliar a distância entre empresas que planejam e negócios que apenas reagem ao calendário. “O feriado premia quem trabalha com método. Quem improvisa pode vender em um dia, mas perde a chance de crescer no ano inteiro”, conclui Athos.

Desenrola Brasil: quando fazer um acordo de dívidas vale a pena

Programa amplia renegociação com descontos e juros menores, mas acordo exige planejamento financeiro para funcionar.

O Desenrola Brasil voltou ao centro das discussões sobre endividamento no país ao ampliar as possibilidades de renegociação para famílias, estudantes, aposentados, pensionistas e pequenos negócios. O programa atende pessoas com renda de até cinco salários mínimos (R\$ 8.105) e contempla dívidas contratadas até 31 de janeiro de 2026, com atraso entre 90 dias e dois anos, especialmente nas modalidades de cartão de crédito, cheque especial e crédito pessoal.

Entre as condições anunciadas estão descontos de até 90%, juros limitados a 1,99% ao mês, parcelamento em até 48 meses e possibilidade de uso parcial do FGTS em alguns casos. A iniciativa surge em um momento em que o país registra recordes de endividamento. Segundo o Mapa da Inadimplência da Serasa, o Brasil atingiu 81,7 milhões de inadimplentes em fevereiro de 2026, maior número da série histórica.

Segundo Lucas Sharau, planejador financeiro CFP® e sócio da iHUB Investimentos, o programa pode representar uma alternativa relevante para consumidores com débitos de alto

custo. “O lado positivo é claro: para quem está preso em dívidas caras, o programa pode transformar uma situação praticamente impagável em um compromisso organizado, com parcela previsível e custo menor”, afirma.

Apesar disso, ele ressalta que renegociar não significa resolver automaticamente o problema financeiro. Muitas pessoas fecham acordos sem avaliar se a nova parcela realmente cabe no orçamento, o que pode gerar um novo ciclo de inadimplência nos meses seguintes. “Renegociar não significa aumento de renda. Trata-se apenas de substituir uma dívida ruim por outra, potencialmente mais favorável”, explica Sharau.

Outro erro comum é considerar apenas o percentual de desconto oferecido. Isso porque muitas cobranças acumulam juros, multas e encargos ao longo do tempo, o que pode inflar artificialmente o valor original da cobrança. Um desconto de 80% pode parecer atrativo, mas é fundamental avaliar sobre qual base esse abatimento está sendo aplicado.

Embora reduzam o valor mensal, prazos de pagamento muito longos podem comprometer a renda do consumidor por vários anos. “Pode ocorrer um desconto na parcela, mas o número de prestações pode aumentar drasticamente”, alerta o especialista.

Além das condições do acordo, a reorganização financeira continua sendo essencial para evitar novos débitos. Entre as recomendações estão montar um orçamento realista, reduzir limites de crédito que estimularam o endividamento e criar uma reserva de emergência, mesmo que pequena. “Ter limite disponível não significa ter renda disponível”, ressalta Sharau.

O uso do FGTS também exige cautela. O programa prevê a utilização de até 20% do saldo da conta para pagamento parcial ou integral dos débitos. No entanto, o especialista lembra que o FGTS funciona como uma proteção financeira em momentos de emergência, como desemprego ou perda de renda.

Outro ponto de atenção envolve os golpes financeiros durante os períodos de renegociação em massa. Os consumidores devem utilizar apenas canais oficiais para evitar boletos falsos, links fraudulentos e propostas irregulares.

Na avaliação do especialista, embora exista maior discussão sobre educação financeira no país, o alto número de inadimplentes mostra que o problema ainda é estrutural. “A renegociação resolve o estoque da dívida. A consciência financeira resolve o fluxo. Sem resolver o fluxo, o estoque volta a crescer após uma breve melhora”, conclui Sharau.

Quando vale a pena buscar investidores para uma startup

Sinais de que chegou a hora de captar

A busca por investidores se tornou quase um rito natural no universo das startups. Mas, na prática, captar recursos não é necessariamente o melhor caminho para toda empresa e tampouco deve ser encarado como sinônimo automático de sucesso. Para especialistas do ecossistema de inovação, o momento ideal para buscar investimento depende muito mais da maturidade do negócio e da estratégia dos fundadores do que da pressão do mercado.

Segundo Luiz Fernando Ferreira, CFO do Trio Grupo Financeiro e executivo que participou da trajetória de empresas que se tornaram unicórnios, como EBANX e Hotmart, não existe uma fórmula única para definir o momento certo de levantar capital. "Rodadas de investimento podem ter diversas motivações e acontecer em diferentes estágios de maturidade. Algumas startups precisam de capital logo no início para serem viáveis. Outras buscam investimento apenas depois de validar o modelo e identificar potencial de aceleração", afirma.

Na avaliação do executivo, um dos principais pontos que o empreendedor precisa observar antes de buscar investidores é a situação da caixa da empresa. Startups que operam queimando caixa normalmente têm mais urgência em captar recursos, enquanto negócios que já geram receita e possuem operação sustentável podem escolher com mais calma quando, e se, vale a pena abrir participação societária. "Empresas geradoras de caixa têm mais espaço para



Luiz Fernando Ferreira.

avaliar a troca de equity por capital. Nesse caso, o importante é entender qual é a visão dos fundadores para os próximos passos do negócio", explica Ferreira.

Investimento deve acelerar e não apenas sustentar - De acordo com Ferreira, captar recursos faz sentido principalmente em dois cenários: quando existe uma tese clara de crescimento com retorno comprovado sobre investimento ou quando a empresa deseja apostar em uma oportunidade de grande potencial, ainda que envolva mais risco. "Captar recursos pode acelerar o crescimento quando há uma tese clara de aquisição de usuários, com CAC já mapeado, ou quando existe um produto capaz de levar a empresa para uma estratégia de oceano azul", destaca. Por outro lado, o executivo alerta que o investimento também pode se transformar em fonte de pressão excessiva quando o crescimento não vem acompanhado de sustentabilidade financeira.

O risco de "perder a empresa" - Um dos temas mais sensíveis dentro do

ecossistema de startups é o receio de fundadores perderem autonomia após a entrada de investidores. Segundo Ferreira, esse risco é real, especialmente em rodadas maiores. "Quanto maior a participação dos investidores, maior também o poder de direcionamento. Existem casos em que os fundos passam a indicar executivos ou ocupar mais cadeiras no conselho, influenciando diretamente a gestão do negócio", afirma.

Por isso, a escolha do investidor vai muito além do capital aportado. O alinhamento estratégico e cultural entre startup e fundo deve ser analisado com rigor, tornando-se um fator determinante para o sucesso da empresa e para a mitigação de riscos a longo prazo. "Muitas startups escolhem investidores apenas pelo dinheiro, quando na verdade precisariam de smart money, ou seja, investidores que tragam expertise e entendimento da tese de crescimento do negócio", avalia.

Apesar da cultura de captação cada vez mais

presente no mercado, Luiz Fernando destaca que ainda é totalmente possível construir empresas relevantes sem depender de grandes fundos de investimento. Ele cita justamente os casos do EBANX e da Hotmart, empresas nas quais atuou diretamente e que alcançaram status de unicórnio após longos períodos de crescimento orgânico.

"O EBANX passou cerca de seis anos crescendo em modelo de bootstrapping antes da primeira grande rodada. Na Hotmart, as primeiras captações foram pequenas e serviram apenas para o arranque inicial. Depois disso, houve anos de crescimento sustentado por geração de caixa", relembra.

Na visão do executivo, independentemente da presença de investidores, startups precisam manter clareza sobre cultura, eficiência operacional e modelo de receita. Entre os principais aprendizados acumulados em empresas de alto crescimento, ele destaca três pilares: foco em geração de caixa, construção de um time inicial altamente qualificado e alinhamento de incentivos com os principais talentos da empresa. "Ter um modelo de receita claro desde o primeiro dia facilita muito a gestão. Além disso, o time inicial precisa ser sênior e hands-on. E dividir equity com pessoas-chave ajuda a aumentar o engajamento e preservar a cultura da empresa", conclui - Fonte e mais informações, acesse (www.trio.com.br).

O novo ritmo da inovação em fintechs: da ideia ao fluxo

Lígia Lopes (*)

Tenho alguma resistência quando ouço que o mercado financeiro brasileiro é inovador apenas porque adotou tecnologia cedo, isso é só uma parte da história. O setor inovou, antes de tudo, porque foi obrigado a lidar com um cenário econômico difícil: juros altos, renda apertada, ciclos de inflação, câmbio instável e crédito caro. Em um ambiente assim, criar bons produtos financeiros nunca foi um exercício de sofisticação abstrata, mas sim resposta prática a um sistema cheio de fricções.

Talvez por isso o Brasil tenha desenvolvido soluções tão sofisticadas em pagamentos, parcelamento, crédito e estruturação financeira. Houve competência, claro, mas também necessidade. E necessidade, quando encontra capacidade técnica e uma cultura que é muito brasileira de adaptação, acelera aprendizado. O mercado financeiro brasileiro aprendeu a operar em condições duras e em um ambiente de comportamento extremamente particular. Isso deixa repertório, musculatura tecnológica e familiaridade com complexidade.

Ao longo da minha trajetória, trabalhando com dados, pricing, tecnologia e desenho de soluções, vi esse setor se transformar várias vezes. O que mais me chama atenção agora é que a mudança deixou de estar apenas no produto final, e passou a estar no ritmo da inovação. Durante muito tempo, mesmo quando a ideia era boa e o problema era claro, havia um intervalo grande entre enxergar a oportunidade e colocar a solução de pé.

A trava quase nunca estava na ambição, mas sim na implementação: sistemas legados, integrações pesadas, filas internas, governança mal resolvida, times tentando inovar sobre uma arquitetura que já não respondia na mesma velocidade.

É aí que, para mim, que começamos ver a diferença do momento atual. Nos últimos anos, o setor passou a operar em um ambiente muito mais conectado, e isso muda bastante coisa. O Open Finance, por exemplo, não é relevante só porque amplia o compartilhamento de dados e serviços entre instituições.

Mas sim porque altera a lógica da construção. Quando o sistema permite conexão padronizada por APIs, a inovação deixa de depender exclusivamente do que cada instituição consegue fazer sozinha, e passa a acontecer também na combinação entre capacidades, parceiros, contexto e jornada. O que antes exigia desenvolvimento isolado agora pode ser articulado em ecossistema.

Esse ponto importa porque, no setor financeiro, informação só vira valor quando entra na operação. E, às vezes, a discussão sobre dados ainda é simplista demais. Fala-se muito em volume, acesso e personalização, mas o problema real continua sendo o uso. O dado precisa chegar a tempo, com qualidade, dentro de uma arquitetura capaz de sustentá-lo sem travar o restante da organização.

Por isso, o estudo da McKinsey sobre o potencial de aumento de até 10% no PIB com Open Data me parece tão forte: ele mostra que essa

agenda não é só tecnológica, e sim econômica. O mesmo vale para pricing. Quando a McKinsey aponta que 1% de ganho em preço pode gerar 8% de aumento no lucro, está mostrando como pequenas decisões melhores podem produzir efeitos muito relevantes.

Na prática, é isso que vejo há um bom tempo: o valor não está no dado em si, mas no que a empresa consegue fazer com ele. Isso inclui melhorar experiência, calibrar crédito, reduzir atrito na jornada, oferecer algo mais aderente tanto para o cliente PJ quanto para o PF. O ambiente open, somado à evolução do Pix e dos serviços que surgem em torno dessa infraestrutura, abriu uma avenida para soluções muito mais conectadas.

Mas essa avenida não beneficia automaticamente todo mundo, ela favorece quem consegue unir leitura de contexto com capacidade real de implantação.

E aqui aparece uma tensão que, para mim, é central. O setor quer inovar mais rápido, mas boa parte das empresas ainda carrega uma base tecnológica que responde no tempo antigo. Não é à toa que 80% dos líderes de tecnologia dizem que a dívida técnica será o principal impedimento à inovação em 2026, segundo estudo da OutSystems. Esse número é revelador porque desloca o debate do campo das ideias para o da execução. Muitas companhias sabem onde querem chegar, o problema é que tentam correr com uma estrutura feita para andar.

Ao mesmo tempo, a pressão para avançar só aumenta. A Gartner aponta os sistemas multiagentes como principal tendência para automatizar processos complexos de forma modular em 2026. Isso sugere um caminho com menos dependência de blocos rígidos, mais inteligência distribuída, mais capacidade de adaptação. Porém, nenhuma dessas promessas se sustenta sem confiança, e talvez esse seja o ponto mais delicado deste novo ciclo.

Quanto mais dados circulam, quanto mais personalização se promete, quanto mais conexão se cria, maior também a responsabilidade com segurança, governança e compliance. A Accenture mostra que 58% dos clientes se preocupam com a segurança dos seus dados financeiros ao aceitar ofertas personalizadas. Esse número deveria encerrar a falsa disputa entre velocidade e proteção. Não existe inovação aceita sem estrutura de confiança.

O mercado financeiro brasileiro entrou em uma fase mais exigente. Já não basta ser digital, lançar rápido ou ter acesso a mais dados. O que vai separar quem realmente avança de quem apenas acompanha o discurso é a capacidade de transformar essa conectividade em solução melhor, com menos fricção, mais precisão e responsabilidade compatível com o tamanho da exposição.

O desafio agora é outro. Não é provar que o setor sabe inovar, isso ele já provou fazer tempo. Neste momento, o obstáculo é mostrar que consegue inovar nesse novo patamar sem confundir velocidade com improviso e sem tratar confiança como detalhe. É aí que o jogo fica mais interessante.

(*) CEO da Terros.

Transição gradual cria período inédito com dois sistemas tributários simultâneos no Brasil

Empresas terão de conviver, entre 2027 e 2033, com regras antigas e novas sobre a mesma operação, exigindo atenção redobrada com contratos, cálculos fiscais e formação de preços.

A Reforma Tributária brasileira promete simplificar o sistema de arrecadação a longo prazo, mas, até que essa transformação esteja plenamente consolidada, empresas de todos os portes precisarão enfrentar um desafio inédito: a convivência simultânea entre o modelo tributário atual e o novo regime.

Embora a proposta tenha como objetivo reduzir complexidades futuras, a implementação será gradual, justamente para permitir adaptação por parte de governos, estados, municípios e setor produtivo. Isso significa que a substituição dos tributos não acontecerá de uma só vez.

Na prática, o PIS e a Cofins serão os primeiros impostos a deixar de existir, sendo substituídos pela Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS) a partir de 2027. Já o ICMS (estadual) e o ISS (municipal) serão substituídos progressivamente pelo Imposto sobre Bens e Serviços (IBS), em uma transição que ocorrerá entre 2027 e 2032.

Durante esse período, o país viverá uma situação sem precedentes: empresas precisarão operar sob dois regimes

tributários ao mesmo tempo. Ou seja, sobre uma mesma operação poderão coexistir obrigações vinculadas ao sistema antigo e ao novo modelo, exigindo adequações profundas em processos internos, sistemas de gestão, emissão de notas fiscais, planejamento financeiro e revisão contratual.

Segundo a advogada tributarista Sueny Almeida, do escritório Veloso de Melo Advogados, em Brasília, esse momento exige preparo técnico e visão estratégica. "A transição da Reforma Tributária não representa uma mudança imediata, mas sim uma convivência complexa entre dois sistemas. Isso significa que empresas precisarão redobrar a atenção para evitar erros fiscais, revisar contratos e reavaliar sua estrutura de precificação para absorver corretamente as novas incidências tributárias", explica.

A especialista destaca que o maior risco está justamente na falsa percepção de que a reforma só produzirá efeitos quando o novo sistema estiver integralmente implementado. "Muitas empresas podem subestimar esse período de transição, mas ele será um dos momentos mais sensíveis da reforma. Haverá impacto direto sobre compliance, planejamento tributário, tecnologia fiscal e segurança jurídica. Quem se antecipar terá vantagem competitiva", afirma Sueny Almeida.

Entre os principais desafios práticos estão:

- Revisão de contratos comerciais e cláusulas tributárias;
- Adequação de sistemas de ERP (Enterprise Resource Planning, ou Planejamento de Recursos Empresariais). São softwares usados por empresas para integrar e gerenciar todos os seus processos em um único sistema) e softwares fiscais;
- Reestruturação da formação de preços;
- Gestão simultânea de diferentes regras de apuração;
- Capacitação de equipes contábeis, jurídicas e financeiras.

A implementação total da reforma está prevista para 2033, quando o novo modelo substituirá definitivamente a estrutura atual. Até lá, o período de transição será determinante para a saúde financeira e operacional das empresas.

Mais do que acompanhar mudanças legislativas, entender profundamente esse processo será essencial para reduzir riscos e garantir competitividade em um cenário econômico em transformação. Para o setor empresarial, compreender a transição deixou de ser uma escolha e passou a ser uma necessidade estratégica.



Tinnakorn_Jorruang_CANVA

SEIS MUDANÇAS DO MERCADO

BRASIL SE APROXIMA DE 5,5 MILHÕES DE INVESTIDORES EM RENDA VARIÁVEL

Daniel Mazza, com mais de 15 anos de atuação no mercado financeiro, explica por que o acesso perdeu força e por que curadoria, execução e transparência ganham espaço em investimentos

A B3, a bolsa do Brasil, registrou 205.949 novos investidores em produtos de renda variável em 2025, um crescimento de 4% em relação ao ano anterior. Com isso, o número total de investidores nesse segmento se aproxima de 5,5 milhões, com um volume sob custódia de R\$ 635 bilhões, alta de cerca de 20% frente ao fim de 2024. Esse avanço reforça a ampliação do acesso ao mercado de capitais e ajuda a explicar por que a chamada “arquitetura aberta”, que por anos foi o principal diferencial competitivo de plataformas independentes de investimento, começa a perder força como fator de distinção no mercado financeiro brasileiro.

Com a ampliação do portfólio de produtos por bancos tradicionais e a evolução das plataformas digitais, o acesso a fundos, crédito privado, ativos internacionais e alternativas deixou de ser exclusivo e passou a se tornar um padrão. Nesse novo cenário, o que antes era vantagem competitiva se consolida como infraestrutura básica, deslocando o foco para curadoria, explicação e execução.

Esse movimento ganha relevância em um contexto de crescente complexidade para o investidor. Com mais opções disponíveis, aumentam também os desafios de tomada de decisão, além da pressão por maior transparência, governança e alinhamento de interesses. A lógica de “prateleira aberta” já não resolve o principal problema, de transformar abundância de produtos em decisões consistentes e resultados sustentáveis ao longo do tempo.

Para Daniel Mazza, sócio-fundador da MZM Wealth e especialista com mais de 15 anos de atuação no mercado financeiro, a mudança é estrutural. “Arquitetura aberta virou algo comum. Hoje, praticamente todos os grandes participantes do mercado oferecem acesso amplo a produtos. O diferencial competitivo deixou de ser o ‘o que’ e passou a ser o ‘como’: como selecionar, como explicar e como executar com disciplina”, afirma.

A seguir, o especialista destaca seis transformações que explicam essa virada no mercado:

1 Comoditização da arquitetura aberta – O acesso a produtos, que durante anos funcionou como um diferencial



Jahub_Zardachi_Ug_Povels_CANVA

relevante, hoje já não separa mais quem está à frente de quem apenas acompanha o mercado. Bancos tradicionais e plataformas digitais ampliaram seus portfólios de forma consistente, reduzindo a vantagem que antes existia em torno da arquitetura aberta. Nesse contexto, a conversa evolui: mais importante do que oferecer acesso é a capacidade de usar esse acesso com critério, coerência e foco em gerar valor real para o investidor.

2 Paradoxo da escolha no investimento – A ampliação da oferta trouxe consigo um efeito menos óbvio, mas bastante relevante. Diante de um número cada vez maior de alternativas, o investidor passa a lidar com mais incerteza no momento de decidir, o que abre espaço para escolhas pouco consistentes ou excessivamente influenciadas por movimentos de curto prazo. Sem um direcionamento claro, a abundância deixa de ajudar e pode, na prática, dificultar o processo.

3 Curadoria como novo alfa – É nesse ambiente que a curadoria ganha outro peso. Mais do que apresentar opções, torna-se essencial saber selecionar, combinar e sustentar decisões ao longo do tempo, construindo portfólios que façam sentido dentro de uma estratégia maior. O trabalho passa a exigir acompanhamento, consistência e uma leitura mais profunda de contexto, sempre conectada aos objetivos do cliente.

4 Explicabilidade e experiência do cliente – Com o aumento da complexidade, a forma como as decisões são comunicadas passa a ter um papel tão importante quanto as decisões em si. Conseguir traduzir cenários, riscos e escolhas de maneira clara, sem simplificar demais nem complicar além do necessário, é o que sustenta a confiança ao longo do relacionamento. Quem consegue fazer isso bem tende a construir relações mais estáveis e duradouras.

5 Execução como diferencial invisível – Boa parte do resultado não está apenas na escolha dos ativos, mas em como essa estratégia é colocada em prática no dia a dia. Ajustes de carteira, momentos de entrada e saída, gestão de liquidez e eficiência tributária acabam tendo um impacto direto no desempenho, ainda que nem sempre sejam percebidos com clareza. É esse trabalho contínuo, muitas vezes silencioso, que separa uma boa ideia de um bom resultado.

6 Conflitos de interesse ainda existem – Mesmo com mais acesso e mais informação disponível, os conflitos de interesse não desaparecem, eles apenas assumem novas formas, muitas vezes menos explícitas. Incentivos comerciais e estruturas de distribuição continuam influenciando decisões, o que torna ainda mais importante olhar para transparência e governança. No fim, a confiança passa a estar cada vez mais ligada à clareza sobre como e por que cada decisão é tomada.

Para Daniel Mazza, o momento representa uma evolução natural do mercado. “Estamos saindo de uma fase em que acesso era diferencial para um estágio mais maduro, em que o valor está na inteligência aplicada sobre esse acesso. Quem não fizer essa transição vai competir por preço. Quem fizer, compete por confiança e resultado”, conclui.

“Com a ampliação do portfólio de produtos por bancos tradicionais e a evolução das plataformas digitais, o acesso a fundos, crédito privado, ativos internacionais e alternativas deixou de ser exclusivo, e passou a se tornar um padrão.”



Alameda_Ug_CANVA