

Empresas & Negócios

Foto: Jirsak_CANVA

CORRIDA

MERCADO LIVRE, SHOPEE E TIKTOK SHOP TRAVAM UMA GUERRA BILIONÁRIA. QUEM PAGA A CONTA?

▶▶▶ [Leia na página 8](#)

Sua nota no Google vale dinheiro

Reputação digital se tornou um dos ativos mais valiosos das empresas e já influencia a forma como inteligências artificiais recomendam marcas, produtos e serviços

Até poucos anos atrás, a reputação de uma empresa era construída principalmente pelo boca a boca. Hoje, ela pode ser definida por algumas estrelas exibidas na tela de um celular. Antes de contratar um serviço, reservar um restaurante ou escolher uma clínica, a maioria dos consumidores consulta avaliações online. Nesse novo cenário, especialistas afirmam que a reputação digital deixou de ser uma questão de marketing para se tornar um fator determinante para o faturamento, crescimento e visibilidade das empresas.

Pesquisas de mercado mostram que mais de 90% dos consumidores consultam avaliações online antes de realizar uma compra ou contratar um serviço. Além disso, negócios com avaliações positivas tendem a aparecer com maior destaque nos resultados de busca do Google, aumentando significativamente suas chances de atrair novos clientes.

Mas a transformação não para nas buscas tradicionais

Com o avanço da Inteligência Artificial, plataformas como ChatGPT, Gemini, Perplexity e outras ferramentas generativas passaram a utilizar sinais de reputação digital para compreender quais empresas demonstram maior relevância, confiança e qualidade percebida pelo mercado. Em outras palavras: avaliações online passaram a influenciar não apenas o que o Google exibe, mas também o que as inteligências artificiais recomendam.

O que muitas empresas ainda não perceberam é que uma avaliação negativa sem resposta, um histórico inconsistente de comentários ou uma baixa quantidade de avaliações recentes pode reduzir sua credibilidade tanto para consumidores quanto para algoritmos de recomendação.

Para Guilherme de Lima, especialista em reputação digital, GEO (Generative Engine



Guilherme de Lima

“Empresas que possuem uma reputação forte, avaliações consistentes e presença digital estruturada têm mais chances de serem encontradas, citadas e recomendadas.”

Optimization) e fundador da REPUTAAI, a reputação online se tornou um dos ativos mais valiosos da nova economia digital.

“Hoje, a primeira impressão acontece no Google, mas a próxima pode acontecer dentro de uma inteligência artificial. Muitas decisões de compra começam com perguntas feitas ao ChatGPT, Gemini ou outras plataformas. Empresas que possuem uma reputação forte, avaliações consistentes e presença digital estruturada têm mais chances de serem encontradas, citadas e recomendadas.”

Com o avanço da Inteligência Artificial, a gestão da reputação passou a contar com recursos que permitem acompanhar avaliações em tempo real, identificar padrões de comportamento dos consumidores e agir rapidamente diante de possíveis crises de imagem.

Segundo Guilherme, a tecnologia deixou de ser um diferencial para se tornar uma

necessidade competitiva. “A Inteligência Artificial consegue monitorar avaliações 24 horas por dia, identificar comentários críticos, detectar padrões recorrentes de elogios ou reclamações, sugerir respostas personalizadas e transformar feedbacks em inteligência de negócio. O que antes era apenas um comentário passou a ser uma fonte estratégica de dados para tomada de decisão.”

Além de proteger a imagem das marcas, as novas ferramentas também ajudam empresas a compreender melhor a experiência do consumidor. Informações que antes ficavam dispersas em comentários agora podem ser convertidas em indicadores de desempenho, apontando oportunidades de melhoria operacional, treinamento de equipes e aprimoramento do atendimento.

A tecnologia também democratizou o acesso à gestão profissional da reputação. Pequenas e médias empresas agora conseguem utilizar ferramentas que antes estavam disponíveis apenas para grandes corporações, fortalecendo sua presença digital e aumentando sua competitividade em mercados cada vez mais disputados.

Outro conceito que vem ganhando força é o GEO (Generative Engine Optimization), estratégia focada em tornar empresas mais relevantes para mecanismos de inteligência artificial. Assim como o SEO ajudou negócios a serem encontrados no Google, o GEO busca aumentar as chances de uma empresa ser mencionada quando um consumidor pergunta a uma IA por indicações de restaurantes, clínicas, hotéis, profissionais ou serviços.

“As avaliações se tornaram o combustível da confiança digital. Elas influenciam consumidores, algoritmos de busca e agora também as inteligências artificiais. Empresas que monitoram sua reputação, respondem rapidamente aos clientes e utilizam tecnologia para transformar feedback em estratégia criam uma vantagem competitiva difícil de copiar. Hoje, reputação não é apenas imagem. É faturamento, crescimento, visibilidade e autoridade digital”, conclui Guilherme de Lima.

Alta de fraudes no Pix passou a fazer parte da operação das empresas e exigir mais controle

Regulação mais rígida e aumento das notificações levam negócios a integrar tecnologia e compliance sem perder eficiência. ▶▶▶

O feed está cheio, mas a memória do consumidor não

Nunca houve tantas marcas disputando atenção ao mesmo tempo e tanta informação disponível na palma da mão de cada um de nós. E, paradoxalmente, nunca foi tão difícil ser lembrado. ▶▶▶

“Metade de 2026 passou”. A sua empresa está revisando o planejamento anual de verdade?

Todo ano, em algum momento de junho, acontece o mesmo movimento nas empresas: as pessoas olham para os números do primeiro semestre e começam a ajustar as metas do segundo. Mais agressivas se o resultado veio bem, mais conservadoras se o esperado não veio. ▶▶▶

IA aumenta a pressão sobre a Geração Z no trabalho

Nascida em meio à revolução tecnológica, a Geração Z ingressa no mercado de trabalho justamente quando a inteligência artificial ganha espaço nas empresas e passa a integrar atividades antes realizadas exclusivamente por pessoas. A presença cada vez maior dessa tecnologia nas rotinas profissionais tem levantado discussões sobre como os jovens trabalhadores percebem e se relacionam com essa mudança. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Esalq/USP



Escola Avançada de Genética e Biotecnologia Agrícola



3ª Escola Avançada de Genética e Biotecnologia Agrícola

O Programa de Educação Tutorial (PET) Biotecnologia Agrícola da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq/USP) realizará, entre os dias 13 e 17 de julho de 2026, a 3ª Escola Avançada de Genética e Biotecnologia Agrícola. A iniciativa tem como objetivo democratizar o acesso ao conhecimento científico por meio de atividades teóricas e práticas voltadas a estudantes e demais interessados na área. Durante cinco dias, os participantes terão contato com conteúdos relacionados à genética, microbiologia e biotecnologia, abordando temas como mitose, meiose, leis de Mendel, ligação gênica, PCR, sequenciamento genético, identificação de bactérias e fungos, fermentação, processos biológicos e aplicações biotecnológicas (forms.gle/B5AaamBd1dUsaG7g6). ▶▶▶

[Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Freepik



Garage abre inscrições para projetos inovadores de base tecnológica

@Empreendedores com ideias inovadoras e potencial de transformar mercados já podem se inscrever na 20ª edição do Tecnopuc Garage, programa gratuito de modelagem de negócios do Parque Científico e Tecnológico da PUCRS (Tecnopuc). As inscrições estão abertas até o dia 30 de junho e podem ser realizadas pelo site do programa: www.pucrs.br/garage. Voltado a projetos de base tecnológica em fase inicial, o Tecnopuc Garage tem como objetivo auxiliar empreendedores a estruturarem seus modelos de negócio e desenvolverem os primeiros protótipos de suas soluções a partir de validações práticas junto ao mercado. Desde sua criação, em 2014, o programa já impactou mais de 1,3 mil empreendedores e contribuiu para o surgimento de mais de 500 startups. Ao longo da jornada, os participantes terão acesso a encontros temáticos, workshops, mentorias e conexões com especialistas e com o ecossistema de inovação do Tecnopuc. ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Vetores do Varejo

Grupo BITTENCOURT apresenta, na ABF Franchising Expo 2026, diagnóstico gratuito para empresas que querem franquear

Por Lyana Bittencourt



▶▶▶ [Leia na página 6](#)

Automóveis

Via Digital Motors

Por Lucia Camargo Nunes



▶▶▶ [Leia na página 4](#)

OPINIÃO

Como a IA agêntica está redefinindo o mercado de tecnologia corporativa

Alexandro Barsi (*)

Durante as últimas duas décadas, o mercado de tecnologia corporativa viveu uma transformação profunda impulsionada pelo modelo SaaS.

O software deixou de ser um produto físico, instalado localmente e atualizado de forma lenta, para se tornar um serviço contínuo, escalável e acessível via nuvem. Esse movimento redefiniu a digitalização das empresas, acelerou a modernização operacional e criou gigantes globais de tecnologia. O SaaS se consolidou como o principal modelo de consumo de software do mundo corporativo e passou a ocupar posição central nas estratégias de crescimento, produtividade e inovação das organizações.

No entanto, uma nova transformação começa a ganhar força e pode alterar novamente a lógica de consumo de tecnologia nas companhias. O avanço da inteligência artificial agêntica inaugura um cenário em que softwares deixam de ser apenas ferramentas utilizadas por pessoas e passam a atuar como sistemas capazes de executar tarefas, tomar decisões operacionais e conduzir fluxos de trabalho com níveis crescentes de autonomia. Mais do que uma evolução tecnológica, estamos diante de uma mudança estrutural no relacionamento entre empresas, tecnologia e operação.

O debate sobre IA agêntica ganhou espaço entre CEOs e lideranças globais porque seu impacto ultrapassa a discussão tradicional sobre automação. O que está em jogo não é apenas a capacidade de responder perguntas ou gerar conteúdo, mas sim a possibilidade de agentes inteligentes executarem processos completos de maneira contextual, integrada e contínua. Isso muda profundamente a lógica sobre como empresas irão consumir software nos próximos anos.

Historicamente, os sistemas corporativos foram construídos sobre a premissa da interação humana. Um colaborador acessa uma plataforma, navega por menus, consulta informações, realiza análises e executa tarefas. Toda a experiência do SaaS foi desenhada ao redor da interface e da jornada do usuário. Na lógica da IA agêntica, parte relevante dessa dinâmica começa a perder protagonismo. Os agentes passam a interagir diretamente com sistemas, APIs, bancos de dados e plataformas distintas para executar demandas de negócio sem depender constantemente da atuação humana operacional.

Isso significa que as organizações deixam de utilizar softwares apenas como ferramentas de apoio e passam a consumir capacidade operacional inteligente. Um agente pode interpretar um objetivo, buscar informações em diferentes sistemas, validar critérios, executar ações e entregar resultados completos sem que um profissional precise operar cada etapa individualmente. O ganho de produtividade potencial é gigantesco, mas o impacto mais relevante talvez esteja na mudança do próprio modelo econômico da tecnologia corporativa.

Durante anos, o crescimento do SaaS foi sustentado principalmente pelo licenciamento por usuário. Quanto mais colaboradores utilizavam determinado software, maior era a receita das empresas fornecedoras. Com a IA agêntica, esse racional começa a mudar porque o consumo deixa de estar necessariamente associado ao número de acessos humanos. Em vez de dezenas de pessoas operando sistemas diferentes, uma companhia poderá utilizar agentes inteligentes capazes de executar múltiplas tarefas simultaneamente, reduzindo etapas manuais, acelerando fluxos e integrando processos.

Isso cria uma mudança importante na forma como tecnologia passa a gerar valor. O foco deixa de estar exclusivamente na ferramenta e migra para a entrega de resultado operacional. O mercado começa a caminhar para modelos em que o valor estará associado à produtividade gerada, ao nível de automação alcançado, à eficiência operacional ou ao resultado efetivamente entregue para o negócio. Em vez de simplesmente contratar software como serviço, as companhias passam gradualmente

a consumir performance operacional como serviço.

Essa transformação também altera o posicionamento estratégico das empresas de tecnologia. Durante muito tempo, a competição no mercado SaaS esteve concentrada em experiência do usuário, funcionalidades, design de interface e facilidade de uso. No contexto da IA agêntica, a disputa começa a migrar para outro território, integração de dados, interoperabilidade, contexto operacional, qualidade dos modelos de IA e capacidade de orquestração entre diferentes sistemas.

O software deixa de ser necessariamente o ponto central da experiência. Em muitos casos, ele passa a funcionar como infraestrutura invisível para que agentes inteligentes operem em segundo plano. Isso cria uma nova corrida entre fornecedores de tecnologia para controlar ecossistemas, ambientes integrados e fluxos completos de informação. Quanto maior a capacidade de integrar dados e permitir automação contextual, maior tende a ser o valor estratégico dessas plataformas no futuro.

Essa evolução expõe um desafio importante para grande parte das empresas. Muitas organizações ainda operam com ambientes fragmentados, sistemas legados pouco integrados, dados descentralizados e baixa interoperabilidade entre áreas. O problema é que a IA agêntica depende exatamente do oposto. Agentes inteligentes exigem contexto unificado, acesso contínuo a dados confiáveis e integração entre plataformas para funcionar de forma eficiente. Sem isso, a promessa de autonomia operacional perde força.

O avanço da IA agêntica não pode ser tratado apenas como uma pauta de inovação ou transformação digital. Trata-se de uma discussão diretamente relacionada à arquitetura empresarial. Empresas que não revisarem governança de dados, integração tecnológica e estrutura operacional terão dificuldade para capturar o potencial dessa nova geração de inteligência artificial.

Existe ainda uma dimensão estratégica que merece atenção especial dos CEOs. Quanto mais autonomia os agentes recebem, maior se torna a necessidade de governança, supervisão e definição clara de critérios de decisão. A IA agêntica não elimina a importância da liderança humana. Pelo contrário. Ela amplia a necessidade de controle estratégico, validação de processos, segurança da informação e definição ética sobre limites operacionais da automação.

Essa talvez seja uma das principais diferenças entre a atual onda de inteligência artificial e movimentos anteriores de transformação tecnológica. O desafio não está apenas em adotar novas ferramentas, mas em reorganizar a forma como as empresas operam. A tecnologia deixa de ser apenas suporte e passa gradualmente a assumir papel ativo na execução operacional do negócio.

A discussão não será apenas quais softwares contratar, mas sim quais capacidades operacionais inteligentes as empresas desejam construir. A vantagem competitiva passará menos pela posse de ferramentas isoladas e mais pela capacidade de integrar dados, inteligência, automação e governança de forma coordenada.

O SaaS tradicional não desaparecerá de maneira imediata. Ele continuará sendo peça importante da infraestrutura corporativa. Mas a lógica de mercado começa a mudar. Estamos entrando em uma fase em que softwares deixam de ser exclusivamente ambientes de interação humana e passam a se tornar plataformas de execução inteligente. O centro da transformação deixa de ser a interface e passa a ser a autonomia operacional.

A questão mais relevante é entender como o software corporativo precisará evoluir para continuar relevante em um cenário em que agentes inteligentes assumem cada vez mais tarefas, decisões e operações dentro das organizações.

(*) CEO e fundador da Verity.

China volta a ter o supercomputador mais rápido

O site Top500.org acompanha o desenvolvimento do mercado de supercomputadores, publicando em junho e novembro um ranking dessas máquinas, classificadas por sua capacidade de cálculo.

Vivaldo José Breternitz (*)

O ranking recém-publicado mostra a China voltando ao primeiro lugar, posto que não ocupava desde 2017. O LineShine, desenvolvido pelo National Supercomputer Center, alcançou a marca de 2,198 exaflops, superando o então líder, o norte-americano El Capitan (1,809 exaflops), do Lawrence Livermore National Laboratory; um exaflop é uma medida de desempenho usada para supercomputadores e significa a capacidade de realizar um quintilhão (10¹⁸) de operações por segundo.

O feito é histórico: segundo o Top500.org, o LineShine é o primeiro sistema a ultrapassar dois exaflops usando apenas CPUs, diferentemente dos concorrentes que utilizam GPUs, muito mais caras e sofisticadas.

O professor Jack Dongarra, um dos nomes mais importantes da história da supercomputação e que recebeu em 2021 o Prêmio Turing, considerado o "Nobel da Computação", disse ao *The New York Times* que o LineShine "é um sistema impressionante".

Também é impressionante o fato de que, apesar das restrições impostas ao país, a China ter conseguido chegar ao topo. O ranking agora tem cinco sistemas com capacidade superior a um exaflop: além do líder chinês, três americanos e um alemão.

O Top500 destacou a variedade arquitetural dos sistemas, que utilizam tecnologias



sturti_CANVA

da Intel, AMD, NVIDIA e soluções híbridas, afirmando não haver um caminho único para a computação desse porte, o que é bom para evitar monopólios.

Fiel à sua cultura, Pequim mantém seus projetos de supercomputação sob sigilo, não tendo sido divulgados mais detalhes sobre a máquina.

Os supercomputadores mais rápidos instalados no Brasil são o Pégaso, da Petrobrás e o Santos Dumont, operado pelo Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC). Espera-se que, ainda

esse ano, entre em funcionamento uma máquina mais poderosa, prevista pelo Plano Brasileiro de Inteligência Artificial (PBI) e como as anteriores, construída com tecnologia predominantemente americana.

Esses supercomputadores sequer aparecem no ranking Top500; isso não os desmerece, pois podem contribuir muito para o desenvolvimento científico e tecnológico de nosso país.

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

Agentes de IA: Inteligência artificial avança além dos chatbots e transforma rotinas corporativas

Tecnologia passa a executar atividades complexas, reduzindo tempo gasto com processos internos e aumentando a produtividade das equipes.

Muito além dos chatbots que respondem clientes de forma automática, uma nova geração de inteligência artificial começa a transformar processos internos das empresas. São os chamados agentes de IA, sistemas capazes de executar tarefas complexas, tomar decisões com base em regras pré-estabelecidas e auxiliar profissionais em atividades que antes consumiam horas de trabalho manual.

Na prática, enquanto um chatbot tradicional responde perguntas e segue fluxos pré-definidos, um agente de IA consegue analisar informações, identificar padrões, gerar recomendações e até executar etapas de um processo de forma autônoma, sempre sob supervisão humana.

A tecnologia vem ganhando espaço em empresas de diferentes portes e segmentos. Grandes organizações já utilizam agentes de IA para automatizar atividades administrativas, análises de dados, geração de documentos e apoio à tomada de decisão. O movimento indica uma mudança importante na forma como as empresas utilizam a inteligência artificial: menos foco apenas no atendimento e mais foco na produtividade operacional.



Na prática

Esse cenário também tem chegado a empresas especializadas em nichos específicos. É o caso da Kinebot, startup brasileira que desenvolve soluções de ergonomia baseadas em inteligência artificial e que recentemente incorporou agentes de IA em sua plataforma de análise ergonômica.

Segundo Cauê Marinho, CEO da plataforma, a tecnologia foi desenvolvida para apoiar o trabalho dos ergonomistas, reduzindo o tempo gasto em etapas burocráticas e per-

mitindo que os profissionais concentrem esforços na análise técnica.

"Nosso objetivo não é substituir o ergonomista, mas eliminar tarefas repetitivas e acelerar etapas que exigem grande volume de documentação. O profissional continua responsável pela validação final das informações e pela tomada de decisão", explica.

Entre as aplicações implementadas pela empresa está a realização de uma pré-avaliação ergonômica automatizada. A partir da coleta de dados e da identificação de possíveis riscos ergonômicos, o agente de IA organiza informações, aponta situações que merecem atenção e entrega ao especialista uma base inicial para análise.

Outro avanço está na elaboração dos planos de ação. Quando um risco ergonômico é identificado, a plataforma gera automaticamente diferentes alternativas de intervenção com base em uma ampla base de conhecimento construída pela empresa. Em vez de sugestões genéricas, o sistema apresenta recomendações detalhadas e contextualizadas para cada situação.

"O agente de IA foi treinado para entender os cenários analisados e propor soluções alinhadas às necessidades identificadas. É a combinação perfeita entre conhecimento humano e inteligência artificial, que aumenta na eficiência de processos", finaliza Marinho.

News @ TI

ricardosouza@netjen.com.br

Startup de IA Conversacional Humanizada com autenticação biométrica por voz chega ao Brasil

@A AENVO, startup europeia de IA conversacional humanizada, chega ao Brasil com o propósito de tornar o atendimento ao cliente mais acessível e intuitivo por meio da fala, proporcionando jornadas mais fluidas e sem fricção para usuários e empresas. Fundada por Douglas Costa e Fabiano Cruz, a startup tem entre seus diferenciais competitivos a oferta de autenticação biométrica em mais de 70 biomarcadores capazes de reconhecer quem está falando e quebrando uma barreira linguística que ainda é muito grande (<https://www.aenvo.ai/pt-br/>).

Solução Supermicro MicroCloud para ambientes de alta densidade computacional

@A Positivo Tecnologia, por meio da Positivo Servers & Solutions, anuncia a comercialização no Brasil do servidor Supermicro AS-3015MR-H8TNR MicroCloud, solução de alta densidade desenvolvida para atender ambientes de computação em nuvem, aplicações distribuídas e cargas intensivas de processamento. A empresa é concessionária exclusiva da Supermicro no Brasil, o que garante oferta local, suporte especializado e integração com infraestrutura de padrão global (<https://www.positivoters.com.br/>).

Empresas & Negócios
José Hamilton Mancuso (1936/2017)
Responsável: Lilian Mancuso

Editorias
Economia: Nelson Tucci (nelson.tucci@netjen.com.br)
Mercado/Negócios/Tecnologia/Agronegócios/
Espaço empresarial: 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.

José Leonil Lobato (1939-2026)

Jornal Empresas & Negócios Ltda

Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo,
468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP.: 04128-080
Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: (netjen@netjen.com.br)
Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90
JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)
Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.

Colaboradores: Ana Luisa Winckler, Carol Olival, Claudia Lazzarotto, Denise Debiasi, Fabiana Monteiro,
Geraldo Nunes, Heródoto Barbeiro e Neiva Mendes

ISSN 2595-8410

Empresa mira em franquias para democratizar cirurgia refrativa

Rede especializada já realizou mais de 10 mil procedimentos

Redação

Em um mercado historicamente dominado por óticas e clínicas oftalmológicas de atendimento amplo, a Ocular Laser Brasil quer ocupar um espaço ainda pouco explorado no país: o de uma rede especializada exclusivamente em cirurgia refrativa, procedimento indicado para a correção de miopia, astigmatismo e hipermetropia.

Fundada em abril de 2021 por Valter Jobim, mestre em Administração, a empresa nasceu com uma ambição clara: criar a maior rede de cirurgia refrativa do Brasil. A trajetória, no entanto, começou antes da consolidação da marca atual, com um centro cirúrgico próprio em São José, na Grande Florianópolis, e a estruturação de convênios em outros estados. Depois vieram unidades em São Paulo e, mais recentemente, o avanço para o modelo de franquias.

“A Ocular Laser Brasil nasceu com o propósito de oferecer alta qualidade à visão das pessoas. Queremos transformar o hábito da compra de óculos e apresentar uma solução econômica,



Augusto Máximo

segura e indolor, que é a cirurgia refrativa”, afirma Jobim.

Hoje, a empresa conta com três unidades físicas e 12 unidades conveniadas em oito estados. Desde a fundação, já realizou mais de 10 mil procedimentos. Em 2025, a rede ultrapassou a marca de dois mil procedimentos no ano, resultado que embasa o posicionamento da empresa como uma das principais startups brasileiras especializadas no segmento, segundo o fundador.

O crescimento recente ajuda a explicar a nova fase. De 2021 para 2022, a Ocular Laser Brasil registrou um aumento de 74%. No ciclo seguinte, cresceu 118%. Entre 2023 e 2024, avançou 78% e, de 2024 para 2025,

45%. Para o período de 2025 a 2026, a meta é mais ousada: crescer 150%, impulsionada principalmente pelo início da operação franqueada.

Da pandemia à expansão

A história da empresa também carrega um componente de resistência, como o início na pandemia, que limitou os atendimentos, reduziu a circulação de pacientes e exigiu uma rápida adaptação do modelo comercial. “O primeiro ano foi muito difícil por causa da Covid-19, mas foi também o período em que entendemos que havia espaço para construir uma marca nacional, com foco específico na cirurgia refrativa”, diz o empresário.

A aposta foi em um modelo mais direto, com comunica-

ção voltada ao público final, facilidades de pagamento e uma jornada de atendimento pensada para reduzir as barreiras de entrada. Antes da consulta médica, o paciente passa por dois exames obrigatórios de aptidão. Apenas se estiver elegível, segue para a consulta e para as etapas seguintes.

Na avaliação da empresa, esse fluxo ajuda a simplificar o processo e a reduzir custos para o paciente, pois evita deslocamentos e consultas desnecessárias para quem não tem indicação clínica para o procedimento.

O posicionamento da Ocular Laser Brasil mira um ponto sensível do comportamento de consumo: a dependência dos óculos e das lentes de contato. Para Jobim, a cirurgia refrativa ainda é pouco considerada pela população, não por falta de demanda, mas por desconhecimento, receio ou pela percepção de que o procedimento é inacessível. “Nosso foco é democratizar o acesso. A cirurgia refrativa ainda é vista por muita gente como algo distante, caro ou complexo. O que queremos mostrar é que, para muitos pacientes, ela pode ser uma alternativa real, segura e planejada”, afirma.

Segurança e privacidade se consolidam como prioridade no mercado imobiliário

Ana Laura Soares (*)

O mercado imobiliário de alto padrão vive uma transformação silenciosa, mas profunda. Durante décadas, atributos como localização privilegiada, sofisticação arquitetônica e acabamento de excelência dominaram o imaginário do segmento premium. Hoje, embora esses fatores continuem relevantes, eles já não são suficientes para atender às expectativas de um comprador cada vez mais atento a outro elemento: a segurança associada à privacidade.

A maneira como as pessoas desejam morar mudou. Em um contexto de hiperconectividade, exposição constante e crescente preocupação com proteção patrimonial e qualidade de vida, a segurança deixou de ser apenas uma questão operacional para se tornar parte central da experiência de morar. Segundo pesquisa recente da Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias (ABRINC) em parceria com a Brain Inteligência Estratégica, a segurança é prioridade para 80% dos compradores de imóveis no Brasil. A pesquisa também revelou que tecnologias como a Inteligência Artificial, vem ganhando força no mercado imobiliário para atender às demandas por mais conforto e privacidade dos proprietários.

O conceito contemporâneo de segurança no setor imobiliário é muito mais amplo do que o de vigilância patrimonial. Ele envolve controle inteligente de acessos, proteção de dados pessoais, discrição, gestão eficiente de visitantes e até mesmo soluções arquitetônicas pensadas para preservar a individualidade dos moradores.

Essa mudança acompanha transformações sociais importantes. O aumento da digitalização dentro dos condomínios trouxe avanços relevantes em praticidade e eficiência,

mas também novos desafios. Ferramentas como reconhecimento facial, portarias remotas, aplicativos condominiais e sistemas integrados de monitoramento passaram a fazer parte da rotina dos empreendimentos premium. Ao mesmo tempo em que oferecem conveniência, essas tecnologias exigem responsabilidade jurídica e protocolos rigorosos de governança das informações.

Hoje, condomínios lidam diariamente com dados sensíveis de moradores, registros de circulação, imagens, cadastros e informações patrimoniais. Isso torna indispensável a adoção de políticas claras de proteção de dados e de práticas alinhadas à legislação e à segurança digital.

Mais do que nunca, a privacidade passou a ser compreendida como um ativo de valor. Em um cenário em que a exposição excessiva se tornou parte do cotidiano, cresce a busca por ambientes capazes de oferecer proteção, discrição e controle sobre a própria rotina. O imóvel premium passa, então, a representar não apenas patrimônio, mas também tranquilidade.

Segurança e privacidade, portanto, deixaram de ocupar um papel secundário no mercado premium. Tornaram-se pilares estratégicos do desenvolvimento imobiliário contemporâneo. E essa tendência deve se intensificar nos próximos anos, impulsionada tanto pelo avanço tecnológico quanto pela mudança de percepção sobre bem-estar e qualidade de vida.

No segmento de alto padrão, morar bem hoje significa também morar com tranquilidade, com privacidade e segurança.

(*) Ana Laura Soares é coordenadora de Jurídico e Governança da Construtora Sudoeste.

Mobilidade urbana e jazz entram na pauta

O que o transporte público tem a ver com a qualidade de vida, o acesso à cultura e a forma como as pessoas vivenciam as cidades? Essa é uma das reflexões que estarão em pauta no lançamento do livro “A Reconquista do Passageiro: Por que o transporte coletivo brasileiro entrou em colapso e o método para reconstruí-lo”, de Alex Carreiro, neste dia 25, no SESI

Lab, em Brasília. O evento reúne literatura, debate e música em uma programação que propõe discutir os desafios da mobilidade urbana no Distrito Federal e no Brasil e seus impactos no cotidiano da população.

Entre os temas abordados estarão a relação entre transporte público, planejamento urbano, acesso ao lazer, à cultura

e às oportunidades oferecidas pelas cidades. Com experiência na gestão pública e atuação em áreas ligadas à infraestrutura e mobilidade, Alex Carreiro reúne no livro análises e vivências acumuladas ao longo de sua trajetória profissional para discutir as causas da crise do transporte coletivo e apontar alternativas para sua reconstrução.



nelson.tucci@netjen.com.br

Desperdício não

Cinco anos atrás, o desperdício de alimentos era tratado pelo varejo como uma perda inevitável da operação. Hoje, ele é visto como uma variável estratégica de eficiência, e até de receita. Nesse intervalo, a Food To Save, app número 1 no combate ao desperdício de alimentos no Brasil, construiu um negócio em cima exatamente dessa mudança de mentalidade. A foodtech chega aos cinco anos de operação com 8,8 mil toneladas de alimentos salvos do desperdício, o equivalente a mais de 22 mil toneladas de CO₂ evitadas na atmosfera, e cerca de R\$ 80 milhões gerados em receita incremental para parceiros do varejo alimentar.

Pecuária Sustentável

Dias 02 e 03 de julho, o Mato Grosso do Sul receberá o 6º Fórum da Pecuária Sustentável, reunindo produtores, empresas, governo, academia e representantes da cadeia pecuária para discutir os desafios e oportunidades da sustentabilidade na agropecuária brasileira. O primeiro dia será o “dia de campo” e as inscrições são obrigatórias (<https://forms.gle/yYB8XUFSZD1i4e49>).

Iniciativas comunitárias

Estão abertas, até 14 de julho, as inscrições para a Chamada Simplificada “Apoio Direto a Iniciativas Comunitárias”. O objetivo do Fundo Casa Socioambiental é apoiar iniciativas comunitárias em todo o território nacional que atuem na proteção da natureza, na garantia de direitos socioambientais, na promoção da justiça climática, no desenvolvimento comunitário e no fortalecimento institucional de organizações e coletivos de base. Podem participar organizações da sociedade civil, associações, grupos recém-criados, em estágio inicial de atuação ou que buscam retomar suas atividades após períodos de paralisação. Serão apoiados até 100 projetos no valor de até R\$ 20 mil cada. Na inscrição, devem ser apresentados estatuto e ata de eleição vigente, entre outros documentos

(<https://casa.org.br/chamadas/chamada-simplificada-apoio-direto-a-iniciativas-comunitarias/>).

Mais energia pra Gerdau

A Gerdau formalizou a aquisição da totalidade da participação acionária na Dona Francisca Energética, correspondente a 23,03% do capital social. A proposta de R\$ 150 milhões foi aceita pela Companhia Paranaense de Energia (Copel). A transação contempla a renúncia, pela COPEL, ao direito de preferência no evento de aquisição da participação detida pela Centrais Elétricas de Santa Catarina (Celesc). “Estamos adquirindo, em sua totalidade, uma hidrelétrica da qual somos acionistas desde o início da operação, visando elevar nossa produção de energia renovável. A aquisição está alinhada à nossa estratégia de gerar maior competitividade no custo do negócio, aumentando a autoprodução de energia renovável para mais de 50% do consumo, e em linha com o processo de descarbonização da companhia”, afirma Gustavo Werneck, CEO da Gerdau, por meio de nota.

Lixo Zero

Com uma produção anual de mais de 76 milhões de livros apenas para o Programa Nacional do Livro e do Material Didático, a FTD Educação avança na combinação entre escala, sustentabilidade e inovação, com impacto na vida de mais de 11 milhões de estudantes nas redes pública e privada em todo o Brasil. No Relatório de Sustentabilidade 2025, a companhia consolida sua agenda ESG, reforçando o compromisso com práticas ambientais estruturadas e investimentos. Destaque para certificações ISO 14001 e Lixo Zero, alcançando 99,9% de desvio de resíduos de aterro e incineração. Em 2025, a FTD Educação contabilizou a geração de mais de 15.400 toneladas de resíduos. Desse total, mais de 14.240 toneladas foram recicladas, incluindo mais de 13.200 toneladas de papel e papelão reinsertadas na cadeia produtiva. Mais de 3 toneladas de resíduos orgânicos foram compostados e destinados a hortas comunitárias e ações educativas.



nelson.tucci@netjen.com.br

IA projeta US\$ 4 TRI

A inteligência artificial deixou de ser uma aposta distante e passou a disputar o centro das operações comerciais. A projeção para o mercado global de IA é de mais de US\$ 4,2 trilhões até 2030, sendo cerca de US\$ 1,9 trilhão ligado à IA corporativa. No Brasil, a estimativa aponta que o mercado de inteligência artificial movimentou US\$ 17,8 bilhões em 2025 e pode chegar a US\$ 99,8 bilhões em 2033, com crescimento médio anual de 23% entre 2026 e 2033. O avanço já aparece dentro das empresas brasileiras. Em 2024, 41,9% das empresas industriais pesquisadas utilizavam inteligência artificial, contra 16,9% em 2022. A área de comercialização apareceu entre as mais impactadas, com uso de IA por 75,2% das companhias que adotaram a tecnologia.

O diabo se veste

De olho em um dos momentos mais aguardados do cinema de 2026, a continuação do clássico “O Diabo Veste Prada”, que celebra 20 anos de seu lançamento, o departamento de marketing do salão de beleza ROM Concept desenvolveu uma estratégia de real-time marketing que viralizou nas plataformas digitais. Batizada de “O Diabo Veste ROM”, a campanha em formato de paródia recriou cenas icônicas do filme e gerou mais de 10 milhões de visualizações combinadas no Instagram e no TikTok em apenas um mês. Galera explodiu de felicidade. Agora é contar o que efetivamente entrou no caixa.

Serviços de imigração

O advogado brasileiro Vinicius Bicalho acaba de conquistar mais um importante reconhecimento internacional. Seu nome integra a lista “2026 Most Influential Lawyers”, divulgada pelo The Wall Street Journal, publicação considerada uma das mais respeitadas do mundo nos segmentos de negócios, economia e assuntos jurídicos.

Com mais de 20 anos de atuação em Direito Imigratório, Bicalho é licenciado nos Estados Unidos, Brasil e Portugal, sendo mestre pela University of Southern California (USC). O reconhecimento acontece em um período de forte crescimento da demanda por consultoria migratória. De janeiro a maio de 2026, mais de 3 mil brasileiros procuraram orientação especializada junto à Bicalho Consultoria Legal. Os Estados Unidos continuam liderando o interesse dos clientes, concentrando cerca de 60% da procura registrada pelo escritório.

Mentoria para RI

As inscrições para a 9ª edição do Programa de Mentoring do IBRI estão abertas até o dia 03 de julho próximo. A iniciativa é exclusiva para associados do Instituto Brasileiro de Relações com Investidores, “proporcionando assim crescimento e desenvolvimento profissional por meio da conexão entre profissionais experientes (mentores) e associados que buscam orientação em suas carreiras (mentorados)”, diz a entidade. Para participar, acesse o link: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdEIAi-ES6hPvc-rLPd1rctLzoSw0lwno3lW16etlQdZq5jw/viewform?usp=publish-editor>

Estratégia com terras

O Centro Brasileiro de Relações Internacionais (CEBRI) lançou o relatório final do estudo de apoio à Estratégia Nacional de Terras Raras (ENTR), elaborado para subsidiar o Ministério de Minas e Energia. O Brasil possui a segunda maior reserva mundial de terras raras — aproximadamente 21 milhões de toneladas, equivalentes a 23,1% dos recursos globais. Contudo, o país responde por menos de 1% da produção mundial e nunca capturou o valor das etapas industriais da cadeia. O relatório propõe políticas públicas para desenvolver a cadeia produtiva nacional e reduzir a dependência externa desses insumos essenciais para a transição energética e tecnológica.

Via Digital Motors

Lucia Camargo Nunes (*)

Nissan apresenta SUV com sistema inédito no Brasil

A Nissan vai oferecer, pela primeira vez no Brasil, um modelo equipado com o sistema híbrido e-Power. O X-Trail, SUV médio que retorna ao mercado nacional, chega do Japão no segundo semestre e reposiciona a marca em um segmento disputado por rivais como Toyota RAV4, Volkswagen Tiguan e Caoa Chery Tiggo 8.

O e-Power funciona como um elétrico com extensor de autonomia: o motor 1.5 turbo não tem qualquer ligação mecânica com as rodas e atua apenas como gerador, abastecendo uma bateria de 2 kWh ou alimentando diretamente o inversor e os motores elétricos. Toda a tração é elétrica, mas a autonomia limitada da bateria mantém o motor a combustão funcionando na maior parte do tempo, com consumo em torno de 20 km/l na cidade.

A versão apresentada à imprensa traz tração integral e-4orce, com um motor elétrico em cada eixo. A Nissan ainda não revelou a ficha técnica completa nem o pacote de equipamentos; confirmou apenas a configuração de cinco lugares, rodas de 19 polegadas e pneus 235/55 R19. Sem necessidade de recarga externa, o modelo serve como introdução do consumidor brasileiro à tecnologia antes de sua aplicação em carros de maior volume da marca.



Nissan X-Trail.

Novo Changan chega a preço competitivo

A Caoa Changan lançou o CS75, segundo modelo produzido na fábrica de Anápolis (GO) na sequência do Uni-T. O SUV médio chega ao mercado por R\$ 199.990, valor

próximo ao de SUVs compactos e que o coloca em concorrência direta com versões do Jeep Compass, Volkswagen Taos e GWM Haval H6.

Com 4,77 metros de comprimento e 2,80 m de entre-eixos, o CS75 supera rivais como o Jeep Commander de 7 lugares, e o porta-malas oferece 610 litros.

O motor é o 1.5 TGD i turboflex de 180 cv e 29,2 kgfm, associado a câmbio automático de 8 velocidades da Aisin, sem versão eletrificada por ora.

Entre os destaques de equipamento estão banco do passageiro com ajuste elétrico em 14 posições, função de massagem em oito modos e três telas digitais que somam 37,2 polegadas. O modelo obteve cinco estrelas em teste de impacto e traz garantia de 7 anos ou 150 mil km.



Caoa Changan CS75.

Versão Selection vem para complementar linha H9

A GWM ampliou a gama do Haval H9 com a versão Selection, nova configuração do SUV a diesel de 7 lugares vendida por R\$ 339 mil. Disponível apenas na cor cinza Zenith, a versão traz rodas de liga leve aro 19" com desenho exclusivo, interior na tonalidade marrom Saibro e detalhes externos em preto brilhante na grade e na moldura dos faróis.

O conjunto mecânico segue inalterado: motor 2.4 turbodiesel de 184 cv, câmbio automático de 9 velocidades e tração integral 4x4 com reduzida. No interior, o H9 mantém painel digital de 10,25", central multimídia de

14,6" com Apple CarPlay e Android Auto sem fio, carregador por indução de 50W e sistema de som premium. O lançamento ocorre um mês depois de o H9 voltar a liderar o segmento de SUVs grandes, com 1.220 unidades emplacadas em maio.

300 mil veículos vendidos no Brasil

A BYD celebrou a marca de 300 mil veículos eletrificados vendidos no Brasil, número simbolizado pela entrega do carro 300 mil, um Song Pro, na concessionária BYD Grand Brasil Ibirapuera, em São Paulo. A montadora soma hoje 217 concessionárias no país, com a meta de chegar a 250 nos próximos meses.

A trajetória mostra uma forte aceleração: foram 34 meses entre o primeiro carro vendido e o centésimo milésimo, 11 meses até o segundo marco e apenas 6 meses para o terceiro. Em maio de 2023, a BYD emplacou 390 unidades no Brasil; no mesmo mês de 2026, o volume passou de 21,7 mil, uma alta de mais de 5.500%.

Nos cinco primeiros meses de 2026, a marca emplacou 77.447 veículos, quase o dobro dos 39.007 do mesmo período de 2025. O Dolphin Mini, modelo de entrada, lidera as vendas no varejo nacional há quatro meses consecutivos, com mais de 86 mil unidades comercializadas desde o lançamento.



BYD Song Pro numero 300 mil.

(*) - É economista e jornalista especializada no setor automotivo, editora do portal www.viadigital.com.br e do canal @viadigitalmotors no YouTube. E-mail: lucia@viadigital.com.br

Com 258 milhões de smartphones, Brasil tem mais celulares do que habitantes

Pesquisa da FGVcia revela avanço do ecossistema móvel e consolidação do trabalho híbrido como motor para o uso de portáteis.

O Brasil consolidou sua posição como um dos países mais conectados do mundo, registrando uma média de 1,2 smartphone por habitante. Ao todo, o país contabiliza 258 milhões de celulares inteligentes em funcionamento, um contingente que supera com folga a própria população nacional, estimada em 203 milhões de pessoas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Os dados constam da 35ª Edição da Pesquisa do Uso da TI, divulgada pelo Centro de Tecnologia de Informação Aplicada da Fundação Getúlio Vargas (FGVcia).

O fenômeno de conectividade vai além dos telefones. Quando o ecossistema de dispositivos portáteis é ampliado para incluir notebooks e tablets, o indicador salta para 1,8 aparelho por habitante, totalizando 384 milhões de unidades em circulação, o que representa um avanço frente à média de 1,7 registrada no mesmo período de 2023. Se somados os computadores de mesa, o Brasil atinge a marca impressionante de 480 milhões de dispositivos digitais nas esferas

doméstica e corporativa, o equivalente a 2,2 aparelhos para cada brasileiro.

O mercado de carregadores portáteis no Brasil vem registrando um crescimento expressivo. Esse avanço é impulsionado pelo fato do país ter ultrapassado a marca de 240 milhões de smartphones em uso (mais de um aparelho por habitante), o que gera uma dependência contínua de bateria para o trabalho, estudos e lazer. Com mais de 2,2 dispositivos digitais por habitante (somando smartphones, tablets e notebooks), a busca por carregador portátil deixou de ser um item de luxo e virou um acessório de primeira necessidade.

Trabalho híbrido dita tendências no mercado

Apesar do volume expressivo de telas no país, o mercado de computadores tradicionais deu sinais de acomodação. Segundo a FGVcia, as vendas anuais do segmento desaceleraram: foram comercializados 12 milhões de computadores no ano passado, o que representa uma queda de 3% em comparação com o período anterior.

No entanto, o comportamento das empresas e dos consumidores aponta para uma transformação qualitativa:

- **Aceleração dos notebooks:** O avanço definitivo do regime de trabalho híbrido deve manter aquecida a venda de computadores portáteis, embora o volume total do setor de PCs tenda à estabilidade.
- **Soberania dos smartphones:** A projeção para os próximos anos indica que os celulares vão ampliar ainda mais a distância em relação aos desktops e tablets. A preferência se justifica pela busca por ferramentas compactas que unifiquem estudo, trabalho e entretenimento.

A virada da Inteligência Artificial

Pela primeira vez em 35 anos, o levantamento da FGV mapeou a penetração das ferramentas de Inteligência Artificial generativa no cotidiano dos brasileiros. O estudo confirmou a rápida adoção dos assistentes virtuais de última geração.

No topo do ranking de popularidade e de usuários ativos, o ChatGPT, desenvolvido pela OpenAI, lidera isolado a categoria de chatbots. Logo atrás, as ferramentas concorrentes Google Gemini e Microsoft Copilot aparecem como as principais alternativas em expansão no mercado nacional.

Proclamas de Casamentos

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: **LUCAS PEREIRA DE MORAES**, estado civil solteiro, filho de Carlos Gomes Pereira de Moraes Junior e de Zelia Pereira de Moraes, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **ANGELICA COMOTI**, estado civil solteira, filha de Luiz Comoti e de Ivone da Silva Comoti, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **HENRY RODRIGUEZ SAAVEDRA**, estado civil solteiro, filho de Juan Rodriguez Suarez e de Gladis Saavedra Sousa, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **MARIA ESTHER MONTENEGRO MONTERO**, estado civil solteira, filha de José Montenegro Temo e de Rosa Iris Montero Gonzales, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **RICARDO ROLLO DUARTE**, estado civil divorciado, filho de Eduardo Stuchi Duarte e de Marília Lindóia Rôlo Duarte, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **JULIANA FURLAN BRAZ**, estado civil divorciada, filha de Sergio da Silva Braz e de Marta Furlan Braz, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **VINÍCIUS ERMACORA BARBOSA SILVA**, estado civil solteiro, filho de Jefferson Barbosa da Silva e de Vanessa da Silva Cunha Ermacora, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **NICOLE CORSINI PITEL**, estado civil solteira, filha de Rogério Pitel e de Rosângela Cristina Corsini Pitel, residente e domiciliada na Vila Prudente, nesta Capital - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Siqueira Bueno, nº 1907, Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Dona Ana Araújo de Paula, nº 145, casa 02, Vila Prudente, nesta Capital - São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea "b" da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência da pretendente.

O pretendente: **HENRIQUE FEHR CAIRO**, estado civil solteiro, filho de Eugenio Cairo e de Dalva Fehr Cairo, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **JÉSSICA COUTO BELLANI**, estado civil solteira, filha de Gerson Bellani e de Cassia Luiza Couto Bellani, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **VITOR OLIVEIRA DA SILVA**, estado civil solteiro, filho de Gerson Mendes da Silva e de Otília Maria Oliveira Mendes da Silva, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **BRUNA GONÇALVES FUJIOKA**, estado civil solteira, filha de Kunihiko Fujioka e de Ivaniida Gonçalves dos Santos, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **LEONARDO JOÃO DE SOUZA**, estado civil divorciado, filho de Eduardo João de Souza e de Cleide Tadeu da Costa Souza, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **LAISS JANE DA SILVA GARRIDO**, estado civil solteira, filha de Lucineide da Silva Garrido, 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

BNP PARIBAS Cardif do Brasil Seguros e Garantias S.A. CARDIF

CNPJ/ME nº 08.279.191/0001-84 - NIRE: 35.300.334.311
Ata da Assembleia Geral Ordinária Realizada em 31 de Março de 2026
1. Data e Hora: 31 de março de 2026, às 10:00. 2. Local: Na sede social da Cardif do Brasil Seguros e Garantias S.A. ("Companhia")...

BNP PARIBAS Cardif do Brasil Vida e Previdência S.A. CARDIF

CNPJ/ME nº 03.546.261/0001-08 - NIRE: 35.300.175.051
Ata da Assembleia Geral Ordinária Realizada em 31 de Março de 2026
1. Data e Hora: 31 de março de 2026, às 09:00. 2. Local: Na sede social da Cardif do Brasil Vida e Previdência S.A. ("Companhia")...

GOKEI TECNOLOGIA S/A

CNPJ/MF nº 22.921.778/0001-76 - NIRE nº 353.004.800-91 - Sociedade Anônima de Capital Fechado
Resumo da Ata de Assembleia Geral Extraordinária Realizada em 10 de Abril de 2026
Data, Hora e Local: 10 de abril de 2026, às 19:00 horas, na sede social localizada na Avenida Brigadeiro Faria Lima...

Associação dos Servidores Celetistas Estáveis do Estado de São Paulo - ASCEESP

CNPJ 14.037.380/0001-43
Rua Tacape, nº 61 - Tatupapé - São Paulo - CEP 03319-020 - São Paulo - SP
Edital de Convocação - Assembleia Geral Extraordinária
Associação dos Servidores Celetistas Estáveis do Estado de São Paulo - ASCEESP, inscrita no CNPJ sob nº 14.037.380/0001-43...

Editais de Intimação prazo de 20 dias. Processo Nº 0000491-24.2025.8.26.0004. O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 1ª VC do Foro Regional IV - Lapa, Estado de SP, Dr(a). Patrícia Martins Conceição, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) DANILA DUCA CAUAS, Brasileira, RG 635897-7, CPF 074.281.164-65, com endereço à Av. Vera Cruz, 654, São Francisco, CEP 55008-190, Caruaru - PE...

Editais de Citação prazo de 30 dias. Processo Nº 1001850-44.2023.8.26.0268. O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 3ª Vara, do Foro de Itapeacica da Serra, Estado de SP, Dr(a). Fabio Pando de Matos, na forma da Lei, etc. 3ªVC do Foro de Itapeacica da Serra/SP. Edital de Citação, na forma abaixo - Prazo 30 Dias: O Dr. Fabio Pando de Matos, Juiz de Direito da 3ªVC do Foro de Itapeacica da Serra/SP...

Editais de Intimação prazo 20 dias. Proc. 0003646-24.2025.8.26.0428. A Drª. Patricia Ribeiro Bacciotti Parisi, Juíza de Direito da 2ªVC do Foro de Paulínia/SP. Faz Saber a Advantage Log Petroleo Transportadores Ltda. CPF: 31.765.486/0001-82...

Judiciário brasileiro combate ataques com tecnologia de alta performance

Bruno Pereira (*)

O setor judiciário brasileiro já não pode ser tratado como um "late adopter" em tecnologia. Ao contrário: por sua própria natureza intensiva em dados, prazos e decisões críticas, tornou-se um dos ambientes mais digitalizados do país...

e integrações entre sistemas distintos. A observabilidade permite identificar anomalias antes que se tornem incidentes, algo crucial em um setor onde o tempo de resposta pode ter implicações jurídicas e sociais relevantes.

Outro ponto crítico é a heterogeneidade tecnológica. Diferente de empresas privadas que podem padronizar fornecedores, o Judiciário opera com um mosaico de soluções adquiridas ao longo dos anos, muitas vezes via processos licitatórios distintos...

Não é difícil entender o porquê. Estamos falando de um ambiente que concentra desde decisões judiciais de alto impacto até medidas protetivas, investigações e dados pessoais extremamente sensíveis. Incluir esse ecossistema não é apenas uma questão técnica, mas também acesso à influência e ao poder...

Essa complexidade também impacta diretamente a forma como a segurança é estruturada. A ideia de um único fornecedor capaz de cobrir todas as frentes de um SOC (Security Operations Center) é, na prática, uma ilusão conveniente. Nenhuma empresa domina com excelência todas as camadas...

Essa preocupação não é teórica. Estudos da Deloitte indicam que cerca de 70% dos órgãos públicos no mundo já aumentaram seus investimentos em cibersegurança nos últimos três anos. Ainda assim, há um descompasso: mais da metade dessas instituições admite não ter visibilidade completa sobre seus ativos digitais...

Esse movimento já é percebido no mercado. Organizações do setor judiciário têm buscado cada vez mais parceiros especializados, capazes de atuar de forma complementar. Como discutido em estratégias recentes de atuação no segmento, a tendência é estruturar times e soluções voltados especificamente para verticais como o Judiciário...

Ao mesmo tempo, a digitalização ampliou a necessidade de conectividade robusta e confiável. A consolidação das audiências remotas, acelerada nos últimos anos, transformou a experiência do sistema judiciário. Juizes, advogados, testemunhas e réus passaram a depender diretamente da qualidade da rede...

No fim das contas, a transformação digital do Judiciário não é apenas uma evolução tecnológica, é uma mudança estrutural na forma como a Justiça opera e se protege. O desafio agora não é mais digitalizar, mas sustentar esse avanço com segurança, resiliência e inteligência. E aqui vale um olhar mais pragmático: tecnologia por tecnologia nunca resolveu problema nenhum...

Mas conectividade, sozinha, não resolve o problema. A medida que o ambiente se torna mais distribuído e complexo, cresce a necessidade de observabilidade. Não basta ter sistemas funcionando; é preciso enxergar, em tempo real, o que está acontecendo em toda a infraestrutura...

(*) Líder de Arquitetura de Cibersegurança e Observabilidade na Teletex.

Tecnopar Administradora S.A.

CNPJ/MF nº 53.854.394/0001-01 - NIRE 35.300.104.692 - Companhia Fechada
CONVOCAÇÃO - ASSEMBLEIA GERAL ORDINÁRIA
Ficam os Senhores Acionistas da Tecnopar Administradora S.A. ("Companhia"), com sede na Rua José Versolato, 101 - sala 1, em São Bernardo do Campo - SP, CEP 09750-030, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 53.854.394/0001-01...

AS PUBLICAÇÕES LEGAIS NOS JORNAIS SÃO DATADAS E AUTENTICADAS, SEM MARGEM PARA ALTERAÇÃO POSTERIOR DO CONTEÚDO DIVULGADO. AFINAL, O JORNAL É LEGAL.
Logos: cenp, AINJ ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNALIS, abra legal ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS E VEÍCULOS ESPECIALIZADOS EM PUBLICIDADE LEGAL, adjORIBR JORNALIS DO INTERIOR, Empresas & Negócios Publicidade Legal

Editais de Intimação Prazo 20 dias. Proc. 0000841-89.2026.8.26.0161. A Dr. Fernanda Cristina da Silva Ferraz Lima Cabral, Juíza de Direito da 4ªVC do Foro de Diadema/SP. Faz Saber a EFFICACY TRANSPORTES LTDA - ME, CNPJ: 13.733.353/0001-42...

Editais de Intimação prazo de 20 dias. Processo Nº 0007637-85.2026.8.26.0100. O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 9ªVC do Foro Central Cível, Estado de SP, Dr(a). Rodrigo Galvão Medina, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) Mobil Transportes Eireli, CNPJ 3307023000161...





Vetores do Varejo

Lyana Bittencourt



Grupo BITTENCOURT apresenta, na ABF Franchising Expo 2026, diagnóstico gratuito para empresas que querem franquear

Ferramenta mede maturidade operacional de negócios e avalia o grau de preparo das empresas para expansão por meio de franquias

Consultoria leva cinco marcas coexpositoras ao evento para apresentar diferentes jornadas de expansão no franchising

O Grupo BITTENCOURT estará presente na ABF Franchising Expo 2026, considerada a maior feira de franquias do mundo, que será realizada de 24 a 27 de junho, no Expo Center Norte, em São Paulo. A participação da consultoria terá como foco uma discussão central para o setor: a diferença entre desejar crescer e estar, de fato, preparado para franquear.

Para apoiar empresários nessa avaliação, o Grupo apresentará no evento o Diagnóstico de Franqueabilidade, uma ferramenta online e gratuita que ajuda a identificar se o negócio reúne condições reais de replicação antes de avançar para um projeto de franquias.

Em aproximadamente cinco minutos, o usuário responde a 30 perguntas estratégicas e recebe uma pré-análise sobre o estágio de maturidade da empresa.

A ferramenta pode ser acessada gratuitamente pelo link abaixo:

<https://diagnostico.bittencourtconsultoria.com.br/franqueabilidade>

A proposta não é enquadrar empresas em uma fórmula genérica, mas entender o nível de preparo da operação para sustentar uma expansão em rede. “É importante ressaltar que essa análise não é conclusiva por si só. O diagnóstico funciona como uma avaliação inicial de maturidade e potencial de expansão; é um ótimo começo para as empresas que desejam ingressar no franchising”, destaca Lyana Bittencourt, CEO do Grupo BITTENCOURT. A empresa destaca, no entanto, que a validação completa da franqueabilidade de um negócio exige aprofundamentos estratégicos, operacionais, financeiros e jurídicos mais detalhados.

De acordo com a executiva, um equívoco frequente no mercado é associar bom desempenho comercial à capacidade de expansão. “É comum encontrarmos empresas que conquistaram relevância no mercado, apresentam crescimento consistente e atraem cada vez mais clientes, mas, que ainda não possuem processos estruturados e padrões bem definidos, além de dependerem excessivamente do fundador. Essas fragi-



lidades costumam surgir justamente quando chega o momento de expandir”, afirma.

Entre os aspectos avaliados no diagnóstico estão a existência de processos documentados, o uso de indicadores, a capacidade de transferir know-how, a maturidade operacional, a estrutura de suporte, a viabilidade financeira da expansão e o grau de dependência da operação em relação ao fundador.

Para Lyana, a presença do Grupo BITTENCOURT na ABF Expo reforça seu papel de liderança e referência no setor ao ser uma das consultorias pioneiras no Brasil em fomentar decisões de expansão qualificadas. “É necessário trazer uma visão mais acurada sobre expansão consistente porque isto depende de método, previsibilidade e capacidade de transformar o conheci-

mento do negócio em uma operação replicável, sem perder padrão, eficiência e qualidade à medida que a rede avança”, declara.

Parceiros de negócio

Nesta edição, a consultoria leva para a ABF Expo uma amostra concreta do seu trabalho especializado no desenvolvimento, expansão e gestão de redes de franquias e negócios, reunindo em seu estande cinco marcas que traduzem diferentes jornadas de expansão no franchising.

Como clientes da consultoria e coexpositoras, a F45 Training e a Giuliana Flores apresentarão ao público suas estratégias de crescimento no Brasil. As duas marcas chegam ao evento em momentos distintos, mas tendo em comum, a estruturação de modelos de expansão apoiados por método, visão de rede e consistência operacional.

A **F45 Training**, rede global de *studios* boutique de treinos que unem Força, Funcional, Cardio e Híbridos, presente em mais de 70 países, inicia sua operação no Brasil com plano de crescimento e projeção de até 1.000 unidades nos próximos cinco anos. Recém-inaugurada no Rio de Janeiro, a marca chega ao país sob liderança de Alex Pedron, com estratégia baseada em franquias, sócios regionais e unidades próprias estratégicas.

A **Giuliana Flores**, referência nacional de presentes e flores, participa da ABF Expo pelo segundo ano consecutivo. A expectativa é encerrar 2026 com mais de 50 novas franquias, ampliando a presença física de forma estruturada e preservando a experiência que consolidou a empresa. Antes de completar um ano de expansão, a marca já conta com 26 franquias vendidas e 21 abertas.

O estande também será ponto de encontro para outras coexpositoras: a **Stupendo**, referência em gelatos premium com mais de 30 anos de sucesso, avança em seu plano de expansão por franquias para levar sua reconhecida qualidade a novos mercados; a **Baff's**, rede de salgaderia e cafeteria fundada em 2006, que avança no franchising com um modelo voltado a diferentes formatos de operação, como

lojas, quiosques e food bikes; e a **High Line American School**, franquia de colégio bilíngue com metodologia americana, que inicia sua expansão mirando o segmento de educação premium.

40 anos de expertise

No seu portfólio de serviços, a BITTENCOURT promove consultoria completa para a expansão de franquias, incluindo a formatação detalhada do negócio, estudo técnico do modelo, definição do perfil do franqueado, projeções financeiras, desenvolvimento de um plano de expansão até a gestão completa da rede. “O processo de formatação de franquias precisa ser muito bem estruturado e, por isto, envolve uma série de etapas que precisam ser cumpridas, além de estudos prévios para a verificação de sua viabilidade. Fazemos um mergulho na empresa”, destaca Lyana.

O objetivo é chegar a um modelo de sucesso para o franqueado e ganho de escala para a franqueadora. “Apoiamos a elaboração dos documentos jurídicos essenciais, além do mapeamento dos processos para a transferência de *know-how* e estruturação da franqueadora para que ela ofereça o suporte sólido para as redes de franquias”, declara Lyana.

(*) - CEO do Grupo BITTENCOURT, consultoria fundada em 1985, que é especializada em franchising e desenvolvimento, gestão e expansão de redes de negócios. A companhia contabiliza mais de 3000 projetos com grandes marcas, de diversos setores do varejo.

BITTENCOURT 40 ANOS
INTELIGÊNCIA EM REDES DE NEGÓCIOS

Construir melhor para gastar menos: a nova lógica da sustentabilidade

Alberto Kunath (*)

Durante muito tempo, sustentabilidade foi tratada na construção civil como um “plus”: algo desejável, mas opcional. Um discurso bonito para relatórios institucionais, distante da planilha de custos e das decisões estratégicas. Esse raciocínio já não se sustenta. Hoje, construir de forma sustentável deixou de ser uma escolha ideológica e passou a ser um imperativo econômico.

As estimativas do setor apontam que os resíduos da construção e demolição (RCD) representam entre 30% e 40% de toda a massa de resíduos gerados no país. É um número que revela não apenas um impacto ambiental expressivo, mas uma ineficiência estrutural. Cada caçamba descartada carrega também tempo perdido, material desperdiçado, dinheiro que não volta e processos que poderiam ser mais inteligentes.

Em um mercado pressionado por custos elevados, margens cada vez mais estreitas e prazos rigorosos,

continuar operando com alto nível de retrabalho e desperdício não é apenas insustentável do ponto de vista ambiental, é arriscado do ponto de vista do negócio. Sustentabilidade, aqui, não se trata de plantar árvores ao final da obra, mas de redesenhar o modo de construir.

Métodos mais industrializados demonstram que é possível reduzir drasticamente perdas de material, consumo de água, geração de entulho e imprevisto no canteiro. Ao transferir parte relevante do processo para ambientes controlados, com planejamento, padronização e precisão, a obra deixa de ser um campo de incertezas para se tornar uma operação previsível. E a previsibilidade é valor econômico.

Construir com menos resíduos significa gastar menos com insumos, transporte, descarte e correções. Significa também cumprir prazos com maior consistência, reduzir conflitos entre etapas e entregar qualidade mais homogênea. Em outras palavras, sustentabilidade passa a ser sinônimo de

eficiência não só antes, como durante a obra e, especialmente, entregando produtos com melhor performance operacional para as décadas ou séculos de vida útil de uma edificação.

O mercado já percebeu isso. Investidores, incorporadores, clientes finais e até o poder público começam a exigir obras mais limpas, rápidas e responsáveis. Não por altruísmo, mas porque compreendem que empreendimentos mais eficientes são também mais seguros, mais valorizados e mais competitivos.

A construção civil sempre foi um setor que reage lentamente às mudanças. Mas o contexto atual não permite mais inércia. Sustentabilidade deixou de ser discurso e passou a ser critério de decisão. Quem entender isso primeiro não estará apenas construindo melhor. Estará ocupando um espaço que, em breve, não terá mais lugar para quem insiste em desperdiçar.

(*) Cofundador e CEO da Kronan, empresa de Inteligência Industrial Aplicada à Construção que está transformando o modo de construir no Brasil.

Velocidade média da internet fixa no Brasil cresceu 72% em três anos

Streaming, home office, aula online, chamadas de vídeo, jogos e dezenas de dispositivos conectados ao mesmo tempo passaram a fazer parte da rotina das famílias brasileiras. Com essa mudança, a internet que há poucos anos atendia bem deixou de acompanhar o novo padrão de consumo. Reflexo disso é que a velocidade média da banda larga fixa no Brasil cresceu 72% nos últimos três anos, saltando de 79 Mega para 136 Mega, segundo levantamento do comparador Melhor Escolha.

Para Hadassa Rodrigues, Especialista em Telecomunicações do Melhor Escolha, esse número traduz uma mudança estrutural no setor. “Nos últimos três anos, o Brasil passou por uma transformação na infraestrutura de telecomunicações. A fibra óptica é uma grande responsável por isso, pois chegou em regiões que antes dependiam de tecnologias muito mais lentas, o que acabou refletindo diretamente nas médias de velocidade registradas”.

A competição entre provedores teve papel decisivo nesse movimento. “O avanço dos provedores regionais também foi um dos respon-

sáveis por esse crescimento. Eles entraram em mercados em que as grandes operadoras ainda não atendiam bem, e isso forçou uma melhora geral na qualidade dos serviços em todo o país”, complementa a especialista.

O levantamento também mostra diferenças importantes entre os estados brasileiros. Em 2025, o Distrito Federal registrou 158 Mega de média, seguido por São Paulo (153 Mega) e Paraná (144 Mega), enquanto estados como Bahia e Ceará registraram 99 e 110 Mega, respectivamente, ficando abaixo da média nacional. Para Hadassa, fechar essa lacuna entre as regiões mais conectadas e as que ficaram para trás é o próximo desafio do setor.

“A velocidade média do país evoluiu muito nos últimos anos, mas ainda existe uma desigualdade no acesso à internet banda larga de qualidade. Em muitas regiões, as pessoas ainda enfrentam limitações que impactam desde o trabalho e os estudos até o acesso a serviços básicos do cotidiano. O próximo passo do setor é garantir que esse avanço chegue de forma mais equilibrada em todo o país”, finaliza Hadassa.



Transferências internacionais entraram no centro da estratégia comercial

O comércio exterior brasileiro está mudando de forma silenciosa. Durante muito tempo, eficiência significava discutir porto, frete, armazenagem, desembaraço e prazo de entrega

René Abe (*)

Tudo isso continua relevante. Mas já não explica sozinho a competitividade de uma operação internacional.

Em um ambiente comercial mais dinâmico, o fluxo financeiro passou a influenciar diretamente a capacidade de uma empresa de fechar negócios e preservar prioridade junto ao fornecedor. O ponto não é fazer o dinheiro correr mais rápido que a carga. A carga seguirá o seu tempo físico. O que mudou foi a velocidade da decisão comercial.

Hoje, em muitas relações internacionais, especialmente com fornecedores asiáticos, quem consegue transmitir capacidade de pagamento com rapidez, previsibilidade e menor atrito, tende a ganhar prioridade. Se o comprador demora para organizar o pagamento, esclarecer a operação ou concluir



a execução financeira, o fornecedor pode simplesmente atender antes quem executa primeiro.

É nesse momento que a transferência internacional deixa de ser apenas uma etapa operacional e passa a ocupar posição estratégica. Quando o fluxo financeiro introduz hesitação, retrabalho ou incerteza, a perda não é apenas administrativa. Ela aparece em condição comercial pior, menor previsibilidade e, em alguns casos, perda efetiva de prioridade na operação.

Esse tema ganha ainda mais peso porque o restante do comércio exterior já começou a acelerar. A digitalização documental, o uso de inteligência artificial e a evolução do Portal Único com a DUIMP apontam para fluxos menos manuais, menos sequenciais e mais coordenados. O vetor é claro: reduzir atrito e encurtar a distância entre decisão e execução.

Nesse contexto, o financeiro não pode continuar funcionando como uma instância que reabre incerteza no momento em que

a operação já deveria estar resolvida. Ele precisa operar como infraestrutura de execução. Isso exige rigor regulatório, leitura documental consistente e capacidade de liquidação compatível com a dinâmica atual do comércio internacional.

Durante anos, a competitividade no comércio exterior foi pensada sobretudo a partir da infraestrutura física e da burocracia estatal. Esse debate continua importante. Mas uma nova variável ganhou peso estratégico: a qualidade da execução financeira. Em mercados mais dinâmicos, pagar com previsibilidade e sem atrito passou a influenciar a própria capacidade de negociar bem.

No comércio internacional contemporâneo, transferência internacional eficiente já não é detalhe de back-office. É parte da estratégia comercial.

(*) CEO Brasil da Tensec, fintech global de serviços financeiros cross-border.

A China não está correndo. Ela já chegou

Marx Alexandre Corrêa Gabriel (*)

Estava no 67º andar de um edifício corporativo em Shanghai quando entendi, de forma visceral, o que é escala. Não como conceito. Como realidade física que ocupa o corpo. Lá embaixo, os canais cortavam a cidade em silêncio. Balsas carregadas de mercadorias deslizavam com precisão, uma atrás da outra, como se uma coreografia invisível coordenasse cada movimento. A cidade se estendia até onde a vista alcançava, sem interrupção, sem desordem visível. Vinte e cinco milhões de habitantes. Funcionando.

Há coisas que não cabem em relatório, vídeo ou manchete de jornal. Precisam de presença. De estar lá, olhar para baixo e perceber que aquilo não é uma cidade que cresceu por acumulação. É uma civilização que decidiu para onde queria ir, e foi. Toda vez que alguém tenta explicar a ascensão da China apenas pelos números, pela política industrial ou pela mão de obra barata de décadas passadas, está olhando para os instrumentos e ignorando o maestro.

A China não pode ser compreendida sem Confúcio. Os Analectos tratam de problemas que não envelhecem: caráter, autoridade, legitimidade, disciplina, mérito e responsabilidade diante do coletivo. Para Confúcio, a estabilidade de uma sociedade não nasce de leis ou de recursos. Ela nasce da qualidade moral das lideranças e da coerência entre palavras e práticas.

A meritocracia chinesa não é retórica de discurso corporativo. O coletivo acima do individual não é slogan político. É um princípio organizacional que permite coordenação em escala. O longo prazo como disciplina é talvez a diferença mais difícil de absorver para um executivo ocidental acostumado ao trimestre como horizonte de decisão.

A China não escolheu entre tradição e modernidade. Recombinou os dois. Tradição mais pragmatismo mais tecnologia mais visão de longo prazo. Essa síntese ajuda a explicar por que a velocidade de execução não parece forçada. Parece natural. A cultura é a arquitetura invisível da execução. Quando ela é forte, a estratégia encontra solo. Quando é frágil, até a melhor estratégia se dissolve.

Toda vez que o assunto é China, a conversa no Ocidente rapidamente migra para liberdade de expressão, vigilância digital e sistema político. É uma conversa legítima. Mas é também uma conversa que frequentemente serve como escudo para não fazer a pergunta mais incômoda: o que o governo chinês entrega para seus cidadãos?

A enorme maioria da população chinesa não está organizada em torno da ausência de liberdade de expressão. Está organizada em torno do que o Estado entrega. E

o que ele entrega é concreto: educação, segurança, mobilidade, infraestrutura e uma promessa meritocrática que se cumpre na prática.

A pergunta correta não é “a China é livre?”. A pergunta correta é: o que nós estamos entregando para os nossos cidadãos? Em 1995, o Brasil tinha um PIB de US\$ 769 bilhões. A China tinha US\$ 738 bilhões. O Brasil estava à frente. Trinta anos depois, o Brasil tem um PIB de US\$ 2,64 trilhões. A China tem US\$ 20,85 trilhões. A China é 7,9 vezes maior. Não é uma diferença de ritmo. É uma diferença de projeto.

No mesmo período, a China tirou 700 milhões de pessoas da pobreza. Esse não é apenas o maior crescimento econômico da história moderna. É a maior transformação social da história humana em tempo de paz. A China não superestimou nem subestimou. Calculou, planejou e executou. Para as empresas, a primeira lição é que velocidade de execução não é uma questão de recursos. É uma questão de cultura e de decisão.

A segunda lição é que planejamento de longo prazo não é incompatível com velocidade. É o que a sustenta. Sem horizonte claro, velocidade é apenas agitação. Com horizonte claro, cada decisão operacional encontra uma direção na qual se encaixar. A terceira lição é que inteligência artificial não é uma iniciativa de TI. É uma decisão estratégica de liderança. A quarta lição, e a mais difícil, é que inovar exige abandonar. O que não cabia no futuro foi deixado para trás. Sem cerimônia e sem nostalgia.

O Brasil e a China tinham PIBs equivalentes em 1995. Trinta anos depois, a China é 7,9 vezes maior. Essa distância não foi produzida por sorte geográfica, por recursos naturais ou por mão de obra barata. Foi produzida por um conjunto de escolhas institucionais, educacionais e estratégicas.

Não estou sugerindo que o Brasil copie o modelo chinês. Mas há escolhas que independem de modelo político: investir em educação de verdade, construir mobilidade urbana que trate o cidadão com dignidade, garantir segurança pública como função básica do Estado, criar ambientes regulatórios que permitam que empresas inovem e planejar além do ciclo eleitoral. Essas não são escolhas ideológicas. São escolhas de gestão.

O Brasil que queremos não será construído por decreto. Será construído por decisão. A decisão de cada um de ser, no seu espaço, o padrão que falta no país inteiro. O conhecimento muda a vida. Mas só quando a decisão de agir vem junto.

(*) CEO da MB Consultoria há 32 anos, conselheiro de administração certificado pelo IBGC desde 2012, instrutor da MB Executive School e autor de “Direto ao Ponto”. Este artigo foi escrito de Shanghai, China, durante a Missão Ásia 2026.

Cinco pilares para crescer na carreira e construir liderança nas empresas

Para especialista, desenvolvimento estruturado e protagonismo profissional são os principais fatores que sustentam crescimento consistente no ambiente corporativo

A dificuldade de crescer na carreira dentro das empresas tem menos relação com falta de oportunidade e mais com ausência de desenvolvimento comportamental estruturado ao longo da carreira. Dados da Gallup mostram que equipes bem lideradas podem gerar até 21% mais lucratividade, evidenciando que o avanço profissional está diretamente ligado à capacidade de assumir posições de liderança com preparo real.

Para Anderson Silva, advogado, empreendedor e fundador da A2 Paralegal e do ecossistema educacional Desenvolvimento Para Todos (DPT), o principal erro está em esperar que o mercado ou a empresa conduza esse processo. “O profissional que cresce é aquele que assume responsabilidade pelo próprio desenvolvimento e entende a importância do desenvolvimento de habilidades comportamentais. Liderança não é cargo, é construção consistente e diária”, afirma.

Segundo ele, o avanço consistente na carreira não depende apenas de conhecimento técnico, mas de um conjunto de fatores que sustentam a construção de autoconfiança, consistência na entrega e posicionamento que gera percepção de valor dentro das organizações. A partir da experiência na formação de profissionais e no desenvolvimento de empreendedores, ele estrutura cinco pilares que impulsionam o crescimento e aumentam as chances de assumir posições estratégicas.

Clareza de direção: saber onde quer chegar antes de executar

Para o especialista, muitos profissionais travam porque não têm segurança sobre o que querem construir. “Muitos profissionais começam a carreira ou assumem novas responsabilidades sem parar para refletir sobre o caminho, como chegar e onde querem chegar. Sem direção, qualquer esforço vira dispersão. Crescimento exige intenção e direção”, diz. Ter objetivos definidos permite tomar decisões mais alinhadas, aproveitar melhor as oportunidades e direcionar esforços para o que realmente gera crescimento dentro da empresa.

Desenvolvimento contínuo: aprendizado aplicado no dia a dia

O desenvolvimento não acontece apenas em cursos ou treinamentos pontuais. Segundo ele, a evolução real está na aplicação prática. “Se leio um livro e, no segundo capítulo, não apliquei nada ou não falei sobre ele, eu posso até parar de ler. Aprendizado que não vira execução não gera crescimento. O profissional precisa transformar conhecimento em ações e resultado”, afirma. Isso inclui buscar feedback, assumir novos desafios e ampliar repertório dentro da própria rotina.



Capacidade de execução: transformar responsabilidade em entrega

A diferença entre profissionais que avançam e os que permanecem estagnados está na capacidade de entregar com consistência. “Não basta saber, é preciso fazer bem feito, ir além do que foi solicitado e com frequência”, diz. Para ele, execução e proatividade são os principais fatores que constroem confiança e ampliam a percepção de valor dentro das empresas.

Mentalidade de liderança: ser e agir antes de ter o cargo

Assumir postura de liderança antes mesmo da promoção é um dos principais diferenciais. “Liderança não começa quando vem o título. Na verdade, acredito que ser líder é ter atitude para isso, não é um cargo, é uma postura. E começa quando a pessoa passa a resolver problemas de forma assertiva, organizar e melhorar processos e influenciar o ambiente ao redor”, explica. Esse comportamento aumenta a visibilidade interna e acelera o reconhecimento de pares e lideranças dentro da empresa.

Construção de valor dentro da empresa: crescer junto com o negócio

Profissionais que crescem de forma consistente são aqueles que entendem o impacto do seu comportamento e do seu trabalho no resultado da empresa. “Quem enxerga o negócio além da própria função se torna indispensável. Crescer na carreira está diretamente relacionado à geração de valor e à forma que isso é percebido e comunicado”, afirma.

Na avaliação do especialista, empresas que incentivam esse tipo de comportamento conseguem formar líderes internamente e reduzir a dependência de contratações externas, além de fortalecer a formação interna de lideranças. Ao mesmo tempo, profissionais que adotam essa postura ampliam suas chances de crescimento e constroem trajetórias mais sólidas.

“O mercado valoriza quem resolve, quem evolui e quem assume responsabilidade. Crescimento não é um evento, é um processo construído todos os dias”, conclui.



Alma_Grigoris_Images_CANVA

CORRIDA



MERCADO LIVRE, SHOPEE E TIKTOK SHOP TRAVAM UMA GUERRA BILIONÁRIA. QUEM PAGA A CONTA?

Enquanto as plataformas investem bilhões para conquistar mercado, sellers enfrentam uma corrida cada vez mais intensa por margem, eficiência e escala

O comércio eletrônico brasileiro vive uma das disputas mais agressivas de sua história. Mercado Livre, Shopee e TikTok Shop aceleraram investimentos em logística, tecnologia, publicidade e incentivos comerciais para ampliar participação em um mercado que continua crescendo mesmo diante de um ambiente econômico mais desafiador. Para consumidores, o cenário tem significado mais ofertas, entregas rápidas e promoções frequentes. Para os vendedores, no entanto, a realidade é mais complexa.

Por trás da guerra bilionária travada pelas plataformas, cresce a pressão sobre quem vende. O desafio já não é apenas conquistar clientes, mas manter competitividade em um ambiente cada vez mais dependente de eficiência operacional, margem, reputação e adaptação constante às regras dos marketplaces.

Para Hugo Vasconcelos, especialista em vendas online e sócio-fundador da Pronix, empresa especializada em educação e estratégias para vendedores que atuam em marketplaces, a disputa entre as plataformas criou oportunidades inéditas de crescimento, mas também aumentou a dependência de muitos negócios em relação aos grandes ecossistemas digitais.

“Os marketplaces estão investindo bilhões porque existe uma disputa direta pela atenção e pelo consumo dos brasileiros. Isso gera mais tráfego, mais visibilidade e mais oportunidades de venda. Mas muitos empresários confundem crescimento dentro da plataforma com construção de patrimônio empresarial. São coisas diferentes”, afirma.

O movimento ocorre em um momento de expansão do comércio eletrônico nacional. Segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), o setor movimentou cerca de R\$224 bilhões em 2024, crescimento de aproximadamente 10% em relação ao ano anterior. Para 2025, a expectativa da entidade é de continuidade desse avanço, impulsionado principalmente pelo fortalecimento dos marketplaces, pela digitalização do consumo e pela expansão logística dos grandes players.

A corrida ganhou ainda mais força após o Mercado Livre anunciar investimento de R\$ 34 bilhões no Brasil em 2025, o maior aporte da companhia no país. A Shopee também ampliou sua presença logística e comercial, enquanto o TikTok Shop passou a disputar espaço no varejo digital ao integrar conteúdo, influência e compra dentro da mesma plataforma.

O risco da dependência silenciosa

Se por um lado os marketplaces democratizaram o acesso ao comércio eletrônico, por outro criaram um fenômeno que preocupa especialistas: a concentração de faturamento em poucos canais.

Divulgação



Hugo Vasconcelos

Hoje, não são raros os casos de empresas que dependem quase integralmente de uma única plataforma para gerar receita. Quando isso acontece, qualquer alteração nas regras do jogo pode afetar diretamente o desempenho financeiro da operação.

“Existem sellers que concentram mais de 80% ou 90% do faturamento em um único marketplace. Quando a empresa chega a esse nível de dependência, mudanças de algoritmo, taxas, critérios de exposição ou políticas comerciais passam a ter impacto imediato sobre o negócio”, explica Vasconcelos.

Segundo ele, o fenômeno lembra o que ocorreu anos atrás com empresas excessivamente dependentes de tráfego vindo das redes sociais. Enquanto o canal cresce, os resultados acompanham. Quando as regras mudam, a vulnerabilidade aparece.

“O marketplace é um canal extremamente poderoso de aquisição de clientes. O problema começa quando ele se torna o único canal.”

A era do improviso ficou para trás

A disputa entre as plataformas também elevou o nível de profissionalização exigido dos vendedores.

Há alguns anos, cadastrar produtos e manter preços competitivos era suficiente para gerar resultados consistentes. Hoje, a lógica é diferente.

Prazo de entrega, gestão de estoque, atendimento, reputação, anúncios patrocinados, controle financeiro e capacidade de análise de dados passaram a ser fatores determinantes para o crescimento.

Pesquisa NuvemCommerce 2025 mostra que fatores como confiança na loja, velocidade de entrega e experiência de compra figuram entre os principais critérios considerados pelos consumidores brasileiros durante a jornada de compra online.

“O seller que entra hoje no e-commerce acreditando que vender online é apenas publicar um anúncio encontra um mercado muito mais sofisticado. Os marketplaces passaram a premiar eficiência operacional e experiência do consumidor. Improvisação custa caro”, afirma.

Na avaliação do especialista, a consequência é uma separação cada vez mais evidente entre operações estruturadas e vendedores que ainda tratam o comércio eletrônico como uma atividade complementar.

O TikTok Shop mudou a lógica da venda online

A entrada do TikTok Shop adicionou uma nova camada de complexidade ao setor. Diferentemente dos marketplaces tradicionais, onde o consumidor normalmente já procura um produto específico, o social commerce trabalha com descoberta e influência. A venda passa a depender da capacidade de gerar atenção antes mesmo de despertar intenção de compra.

Segundo levantamento da DataReportal divulgado em 2025, o Brasil permanece entre os maiores mercados do TikTok no mundo, reforçando o potencial da plataforma para consumo e comércio eletrônico.

“A lógica do TikTok Shop é completamente diferente. O vendedor não disputa apenas preço ou prazo de entrega. Ele disputa atenção. Primeiro precisa gerar interesse, depois desejo e só então acontece a venda. Muitos sellers perceberam que as competências exigidas são diferentes das que utilizavam nos marketplaces tradicionais”, afirma.

Quem realmente ganha com essa disputa?

Do ponto de vista do consumidor, os benefícios são evidentes. A concorrência entre plataformas impulsionou investimentos em centros de distribuição, redução de prazos de entrega, programas de frete subsidiado, cupons de desconto, cashback e melhorias na experiência de compra.

Na prática, o consumidor encontra mais opções, maior conveniência e preços mais competitivos.

“O consumidor tende a ser o maior beneficiado no curto prazo porque recebe uma experiência cada vez melhor. Mais velocidade, mais oferta e mais competitividade. O desafio está em garantir que essa pressão não comprometa a sustentabilidade dos vendedores”, avalia.

Ao mesmo tempo, a profissionalização exigida pelos marketplaces também contribuiu para elevar o padrão de atendimento.

“Quando a plataforma premia eficiência, quem ganha também é o consumidor. Menos atrasos, menos cancelamentos e uma experiência mais previsível fazem parte desse movimento.”

O ativo mais valioso continua fora das plataformas

Apesar da expansão dos marketplaces, especialistas observam que os negócios mais resilientes continuam sendo aqueles capazes de construir ativos próprios.

Marca, relacionamento direto com clientes, recorrência de compra, presença digital e bases próprias de contato continuam sendo fatores decisivos para reduzir riscos e aumentar a previsibilidade do negócio.

Para Vasconcelos, o futuro do setor não passa por abandonar os marketplaces, mas por utilizá-los como ferramenta de crescimento dentro de uma estratégia mais ampla.

“O marketplace é uma excelente plataforma para ganhar escala. Mas as empresas mais sólidas são aquelas que conseguem transformar essa audiência em um ativo próprio. Quem constrói marca, relacionamento e diversificação consegue crescer sem ficar totalmente dependente das mudanças de terceiros.”

Enquanto Mercado Livre, Shopee e TikTok Shop disputam bilhões de reais em vendas e milhões de consumidores, a próxima fase do comércio eletrônico brasileiro será definida menos pela força das plataformas e mais pela capacidade dos vendedores de transformar visibilidade em negócios sustentáveis. Porque, no fim das contas, a guerra dos marketplaces não é apenas uma disputa entre gigantes da tecnologia. É também um teste de sobrevivência para quem constrói sua operação dentro deles.



Dragonimages_CANVA