

Turismo aquecido com festival de Campos do Jordão

Expectativa é de 40 mil visitantes

Com expectativa da organização de receber cerca de 40 mil pessoas até o dia 2 de agosto, o Festival de Inverno deve impulsionar a movimentação de hotéis, bares e restaurantes durante a alta temporada na Serra da Mantiqueira. A programação do evento, que está em sua 56ª edição, aliada às férias escolares, reforça a perspectiva de aumento no fluxo de turistas ao longo de julho.



Oswaldo Velga - CANVA

Campos do Jordão.

Tradicionalmente, este é o período mais importante do ano para o turismo na cidade. Além das baixas temperaturas, que atraem visitantes de diferentes regiões do país, a programação cultural, composta por mais de 80 concertos gratuitos, fortalece a economia local.

Consumidor paulistano está seletivo e a confiança melhora, aponta a FecomercioSP

As famílias paulistanas observaram melhorias nas condições atuais de consumo, indicando uma recuperação da confiança em junho. É isto que releva o Índice de Confiança do Consumidor (ICC), produzido mensalmente pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), que atingiu 124,1 pontos, com alta de 2,9% em relação a maio. No comparativo anualizado, o índice avançou 9,9%. O resultado de junho mostra um avanço mais disseminado, tanto a percepção sobre a situação presente quanto às expectativas futuras evoluíram positivamente.

Segundo a FecomercioSP, o mercado de trabalho exerce papel fundamental na sustentação da confiança e da intenção de compra, as quais refletem o comportamento otimista. “No en-

tão, a política monetária ainda restritiva e o elevado custo de crédito continuam impondo moderação ao ritmo de expansão do consumo, afetando as limitações dos componentes ligados ao consumo efetivo e aos bens duráveis”, destaca a entidade.

Percepção

A melhoria na percepção das famílias ainda contrasta com um elevado nível de endividamento. De acordo com a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) da FecomercioSP, mais de 70% das famílias paulistanas permanecem endividadas, ao passo que as inadimplentes seguem acima dos níveis observados antes do ciclo inflacionário recente. Assim, o cenário limita a capacidade de expansão do consumo, por ora.

to, ressalta Paulo César da Costa, diretor da unidade regional do Sinhores (sindicato patronal dos hotéis) em Campos do Jordão, o sucesso da temporada não depende apenas do volume de visitantes, mas também da experiência oferecida ao público.

Nuvei realiza primeiro pagamento first-party por agente de IA

A Nuvei, fintech global que desenvolve infraestrutura para pagamentos em qualquer lugar do mundo, concluiu com sucesso uma prova de conceito de comércio agentic (Agentic Commerce) em parceria com a Visa, a Arvato Systems e a marca de moda Kings and Priests.

Na demonstração, um agente de inteligência artificial da própria empresa realizou a compra de um produto em nome do consumidor e concluiu o pagamento diretamente dentro do ambiente do agente, sem a necessidade de redirecionamento para uma página tradicional de checkout. A transação foi autorizada por múltiplos emissores europeus utilizando credenciais Visa tokenizadas por meio da plataforma Visa Intelligent Commerce e processada na rede da Visa. Todo o processo ocorreu respeitando regras previamente definidas pelo consumidor, como limites de gastos e categorias autorizadas para compra.

“Receber bem é tão importante quanto atrair visitantes. Atendimento de qualidade, equipes preparadas e serviços bem organizados fazem diferença para fidelizar o turista e fortalecer a imagem de Campos do Jordão como um dos principais destinos de inverno do país”, destaca.

“Com o aumento no número de pessoas, é fundamental que sejam realizadas operações de trânsito na descida da serra para minimizar os congestionamentos nos horários de maior movimento e oferecer mais segurança aos motoristas”, afirma.

Para mais informações sobre o Festival de Inverno, acesse o site www.festival-camposdojordao.org.br.

O consórcio amadureceu? Mudanças em governança, transparência e o futuro do setor

Francis Silva (*)

Há produtos financeiros que carregam estigmas difíceis de apagar

O consórcio foi, por muito tempo, um deles. Associado a processos burocráticos, vendedores insistentes e uma certa névoa de desconfiança, o setor viveu décadas à margem da modernidade financeira. Mas isso mudou, e de forma estrutural.

Nos últimos anos, o consórcio passou por uma transformação silenciosa, mas profunda. Uma combinação de regulação mais rigorosa, avanço tecnológico, consumidor mais exigente e ambiente macroeconômico favorável empurrou o setor para um novo patamar de maturidade. Hoje, falar de consórcio é falar de planejamento financeiro, governança e estratégia.

A regulação do Banco Central, intensificada ao longo dos últimos anos com novas resoluções específicas para o setor, criou um ambiente de disciplina. Exigências de compliance, controles internos, auditorias externas semestrais, políticas de relacionamento com o cliente e gestão de inadimplência passaram a ser obrigações.

Esse movimento elevou o custo de operar mal. A governança deixou de ser uma formalidade para se tornar parte central da estratégia de longevidade das administradoras. Quem entendeu isso cedo saiu na frente.

Se a regulação criou as regras do jogo, a tecnologia mudou a forma de jogá-lo. Processos burocráticos, presenciais e opacos migraram para ambientes digitais, mais ágeis e transparentes. Isso democratizou o acesso ao produto.

A digitalização atacou esse problema em duas frentes. Primeiro, ampliou o acesso a conteúdo educativo, hoje qualquer pessoa pode, antes de assinar qualquer contrato, entender profundamente como funciona o produto, quais são seus riscos e qual a diferença entre os modelos disponíveis. Segundo, aproximou o consorciado da gestão da própria cota, com acesso em tempo real a assembleias, contemplações e extratos.

Foi esse novo consumidor mais informado, conectado e exigente que também mudou o padrão competitivo do setor. Quem investiu em transparência ganhou o ativo mais valioso de qualquer relação financeira: a confiança.

Outra transformação significativa do setor é o uso do consórcio como estratégia de alavancagem financeira, ou como operação de investimento, adquirindo cotas para, após contempladas, vender no mercado com ágio.

O setor amadureceu, mas ainda há espaço para avançar em educação financeira, em personalização de produtos e na integração de práticas ESG à operação, com planos que incentivem a aquisição de bens como veículos elétricos, sistemas de energia solar e imóveis com certificação sustentável.

O consórcio tem infraestrutura, credibilidade e escala para ocupar um papel ainda mais relevante no sistema financeiro brasileiro. O que o próximo ciclo vai exigir é a mesma combinação que explicou o amadurecimento recente: regulação séria, tecnologia bem aplicada, transparência como valor e consumidores cada vez mais preparados para fazer boas escolhas.

(*) Francis Silva é CFO e COO da Mycon, primeira fintech de consórcios do Brasil. É mestrando em Controladoria e Finanças (FIECAFI).



nelson.tucci@netjen.com.br

Biofertilizantes

O Brasil registrou um crescimento expressivo no número de biofertilizantes nos últimos anos. Segundo o Ministério da Agricultura (MAPA), são 33 produtos registrados desde 2019, desenvolvidos por 17 empresas, dos quais são oito apenas no primeiro semestre deste ano. “A primeira vista, os dados podem parecer modestos diante da dimensão do agronegócio brasileiro. No entanto, quando analisados sob a perspectiva regulatória e tecnológica, representam um marco para um segmento que, até poucos anos atrás, praticamente não existia no país”, afirma Anderson Nora Ribeiro, engenheiro agrônomo e sócio-fundador da 5P2R Marketing de Precisão, consultoria estratégica e de inteligência de mercado focada no agronegócio.

OncoApp

Criado para organizar a jornada de pacientes oncológicos, o “OncoApp” reúne em uma única plataforma conteúdos validados por especialistas, diário inteligente, teleatendimento, acompanhamento de sintomas e uma comunidade de apoio para pacientes e familiares. Disponível para Android e iOS, o aplicativo já soma cerca de 7,5 mil usuários e mais de 53 mil seguidores nas redes sociais, conquistados de forma orgânica. Com investimento inicial de aproximadamente R\$ 800 mil, a healthtech agora busca investidores para ampliar os recursos de inteligência artificial e consolidar o OncoApp como uma referência nacional no cuidado digital ao paciente com câncer.

Mulher + Tech:

O Mulher + Tech: Conexão para Novos Começos está com inscrições abertas para mulheres residentes em Curitiba e outras nove cidades (São Paulo, entre es-

tas). A iniciativa é gratuita e oferece apoio completo para participar: chip com internet com validade de 12 meses, auxílio para deslocamento e alimentação, estrutura de cuidado para crianças durante encontros presenciais e, para quem concluir ao menos 75% da formação, um aparelho celular ao final da jornada. A formação é destinada a mulheres que desejam ampliar oportunidades pessoais e profissionais, cobrindo letramento digital e uso da tecnologia no dia a dia, segurança e bem-estar no ambiente digital, direito das mulheres e empregabilidade e empreendedorismo. O Mulher + Tech é uma iniciativa da ONU Mulheres Brasil, financiada pela Claro e implementada pela Politize!. Inscrições vão até 19 de julho próximo (<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFi9OwI-0jcN7U8FBAjrIdap5edipGeSxDA6vjUKCQ6oqhpg/viewform>).

Remoto

A Deskfy, plataforma SaaS líder em gestão de marketing multilocal para redes e franquias, acaba de alcançar novo marco em sua cultura organizacional. A MarTech conquistou, pelo quinto ano seguido, a certificação Great Place to Work (GPTW), válida para o período de junho de 2026 a junho de 2027. O grande diferencial do ecossistema construído pela empresa é a capacidade de fazer com que os colaboradores se sintam integrados e acolhidos, superando as barreiras físicas da distância geográfica. Sob o conceito de que “pertencer é se sentir abraçado”, a Deskfy estruturou um modelo que abraça a pluralidade e valoriza as individualidades de seu time. Para o CEO da Deskfy, Victor Dellorto, “construir um lugar em que acreditamos, com pessoas em quem acreditamos, é um dos nossos maiores orgulhos. Mesmo a distância, cada profissional traz sua própria jornada”.





NEGÓCIOS
em
PAUTA

nelson.tucci@netjen.com.br

Açúcar para a China

A Tereos concluiu, em junho, uma operação de grande escala com o embarque de 75 mil toneladas de açúcar VHP (Very High Polarization) em um único navio, com destino ao mercado chinês. A movimentação foi realizada no TIPLAM (Terminal Integrador Luiz Antônio Mesquita), operado pela VLI, na Baixada Santista, e reforça a capacidade da companhia de estruturar operações logísticas complexas voltadas à exportação. O novo embarque supera o recorde anterior da companhia, registrado em 2025, quando 70 mil toneladas de açúcar foram exportadas para o mercado asiático em uma única operação. Além do volume recorde, a operação também se destaca pelo protagonismo da Tereos em toda a negociação comercial e logística.

Caldo quente

Com a proposta de levar o sabor e a descontração dos botecos para mais pessoas, a Estação Coronel curte a movimentação em torno do Festival de Campos do Jordão. E espera faturar mais nesta temporada, até porque S. José dos Campos é porta de entrada para a região, subindo a Mantiqueira. Uma seleção de vinhos oferece aos clientes uma experiência gastronômica típica do período, e os caldos verdes; a quixerinha, também conhecida como quísera ou canjiquinha; o caldinho de feijão; e o caldo de mandioquinha com frango desfiado.

Cidade das Águas

A Cidade das Águas, bairro planejado pelo Grupo CRH em parceria com a Hurbana, já acumula R\$ 415 milhões em Valor Geral de Vendas (GVV) nas duas primeiras fases de comercialização, reforçando o aquecimento do mercado imobiliário de alto padrão em Joinville (SC). O empreendimento registrou R\$ 315 milhões em vendas na primeira etapa e outros R\$ 100 milhões na segunda, além de projetar um VGV total de R\$ 7,2 bilhões. “O comprador de alto padrão busca hoje qualidade de vida, conveniência e ganho de tempo”, afirma Danilo Conti, diretor do Grupo CRH.

Calçados personalizados

A personalização de produtos começa a ganhar espaço como estratégia para aumentar o fluxo de clientes e elevar o ticket médio no varejo físico. De olho nessa tendência, a rede de franquias Sandalaria lançou o projeto Blessed 4You, que permite aos consumidores customizar chinelos e acessórios diretamente nas lojas. A iniciativa já está em operação na unidade piloto de Piracicaba (SP) e faz parte das novas franquias. Nos primeiros 15 dias em Fortaleza, por exemplo, foram vendidos 47 pares personalizados. O projeto deve contribuir para um aumento de cerca de 40% no faturamento bruto das unidades, estima a franquia.