

Crescer não pode ser um problema: por que o empreendedor precisa parar de ter medo de avançar

Todo empreendedor sonha em ver seu negócio crescer. Aumentar as vendas, conquistar novos clientes, contratar colaboradores, expandir mercados e fortalecer a marca costumam estar entre os principais objetivos de quem decide empreender

Ionita Lunelli (*)

No entanto, existe uma realidade que merece reflexão: muitos empresários desejam crescer, mas acabam desenvolvendo receio das mudanças que acompanham essa evolução.

Esse medo pode surgir de diferentes formas. Há quem tema o aumento das responsabilidades, quem se preocupe com questões tributárias, quem tenha receio de contratar uma equipe maior ou quem simplesmente não se sintam preparados para administrar uma empresa em um novo patamar. O resultado é que, muitas vezes, negócios promissores acabam freando o próprio desenvolvimento.

O problema é que permanecer na zona de conforto também tem seu custo. Em um mercado cada vez mais competitivo, empresas que deixam de investir em gestão, inovação e planejamento correm o risco de perder espaço. Crescer não é apenas uma oportunidade, em muitos casos, é uma necessidade para garantir sustentabilidade e competitividade no longo prazo.



Blue Planet Studio, CANVA

É importante entender que o crescimento de uma empresa não acontece apenas quando ela vende mais. Ele ocorre quando o empreendedor percebe a necessidade de profissionalizar processos, organizar as finanças, estruturar equipes e tomar decisões com base em planejamento e estratégia. Em outras palavras, crescer é evoluir.

E nesse contexto, uma das situações mais comuns é quando o empreendedor percebe que o modelo em que atua já não acompanha mais a realidade do negócio. É justamente para apoiar momentos como esse que o Sebrae desenvolve iniciativas, capacitações e programas,

que orientam empresários que estão passando por uma fase de expansão e precisam se preparar para uma nova etapa de gestão do seu negócio.

A verdade é que os desafios do crescimento raramente estão relacionados apenas ao tamanho da empresa. Na maioria das vezes, eles estão ligados à falta de planejamento. Negócios que acompanham indicadores, controlam seu fluxo de caixa, conhecem seus custos e revisam constantemente suas estratégias conseguem avançar com muito mais segurança.

Outro aspecto fundamental é a capacitação. O empreendedor não precisa

ter todas as respostas sozinho. Buscar conhecimento, trocar experiências, participar de programas de desenvolvimento empresarial e contar com apoio especializado são atitudes que fazem toda a diferença na hora de tomar decisões importantes. E o Sebrae segue à disposição desse empreendedor para o que for preciso nessa caminhada.

Acredito que precisamos mudar a forma como enxergamos o crescimento empresarial. Avançar não deve ser motivo de preocupação, mas de preparação. A insegurança é compreensível, mas não pode ser o fator que determina o futuro de um negócio.

Empreender exige coragem diariamente. E talvez uma das maiores demonstrações dessa coragem seja justamente aceitar que a empresa está pronta para dar o próximo passo. Afinal, crescer não pode ser um problema. Problema é deixar oportunidades para trás por medo de avançar.

(*) Gerente regional do Sebrae/SC.

Parada para hidratação no futebol: o que a ciência recomenda durante o intervalo de uma partida?

Rosângela Demétrio (*)

Entre a publicidade e a ciência da hidratação

Durante uma partida de futebol, em condições de calor intenso, a hidratação torna-se uma necessidade fisiológica fundamental. Em grandes competições esportivas, as pausas para hidratação recebem ampla cobertura da mídia e frequentemente são associadas a bebidas esportivas. Mas uma pergunta merece atenção: qual é, de fato, a melhor opção para um atleta se hidratar durante o jogo?

A resposta depende da duração e intensidade do esforço, das condições ambientais e das características do atleta.

O que o corpo perde durante uma partida?

Ao longo dos 90 minutos de jogo, um atleta pode perder quantidades significativas de água pelo suor. O organismo também perde eletrólitos, principalmente sódio, potássio e cloreto.

Essas perdas afetam o controle da temperatura corporal, a função muscular, a capacidade de concentração e o desempenho físico.

Água é suficiente?

Para muitas pessoas que praticam atividade física recreativa, a água é suficiente para repor as perdas hídricas. Entretanto, em atividades prolongadas e de alta intensidade, como uma partida competitiva de futebol, a reposição exclusiva de água pode não ser a estratégia ideal. Isso ocorre porque o atleta não perde apenas líquidos, mas também eletrólitos e reservas energéticas.

Durante o exercício intenso, o organismo utiliza glicose como importante fonte de energia. Por isso, bebidas com carboidratos podem ajudar a retardar a fadiga e sustentar o desempenho físico.

A reposição de eletrólitos, especialmente sódio, contribui para o equilíbrio hídrico e a retenção de líquidos.

Então, qual é a melhor estratégia?

Não existe uma bebida perfeita para todas as situações. Em atividades leves ou moderadas, a água costuma ser suficiente. Em exercícios intensos com duração superior a uma hora, a reposição de eletrólitos passa a ser recomendada. Já em situações de esforço prolongado associado a grande perda de suor, bebidas contendo água, eletrólitos e quantidades moderadas de carboidratos podem oferecer vantagens em relação à água isoladamente.

Ciência ou marketing?

É preciso reconhecer a eficiência da estratégia de marketing da Coca-Cola nesta Copa do Mundo. Em poucos segundos de transmissão, a empresa conseguiu associar sua bebida esportiva a conceitos como hidratação, desempenho e recuperação física. É uma demonstração clara do poder da comunicação e da construção de marcas.

Mas, para além da publicidade, fica uma reflexão interessante: quando vemos um atleta consumindo determinado produto, estamos observando uma recomendação científica ou uma estratégia de marketing?

Por isso, mais importante do que saber qual bebida aparece nas câmeras é compreender o que a ciência tem a dizer sobre hidratação, desempenho e saúde.

(*) - Consultora em avaliação de egressos e indicadores da Pós-Graduação, jornalista e doutora em Ciências pela Unifesp. Divulgação científica na área da Saúde. Revisão de textos e formatação de teses. E-mail: rodemetrio@gmail.com LinkedIn: https://www.linkedin.com/in/rosangela-demetrio-7a422896/

Pix Automático e Pix Boleto impulsionam nova fase dos pagamentos corporativos no Brasil

Com novas funcionalidades do Pix ganhando espaço entre empresas, especialista aponta que infraestrutura tecnológica passa a ser fator decisivo para operações de grande volume

Desde que foi lançado pelo Banco Central, o Pix transformou a forma como brasileiros realizam pagamentos e transferências. Agora, com a chegada de novas funcionalidades, como o Pix Automático e o Pix Boleto, o sistema entra em uma nova fase, voltada especialmente às empresas que precisam processar milhares de cobranças diariamente com rapidez, segurança e disponibilidade contínua.

Para especialistas da Trio, instituição de pagamento autorizada pelo Banco Central e especializada em infraestrutura financeira para empresas, o desafio deixou de ser apenas oferecer o Pix como meio de pagamento e passou a ser garantir uma operação capaz de suportar grandes volumes de transações sem interrupções.

"O Pix já não é apenas um meio de pagamento instantâneo. Ele está se consolidando como uma infraestrutura completa para cobranças, pagamentos recorrentes e automação financeira das empresas", avalia o CEO da companhia, Peterson Santos.

Pix Automático reduz inadimplência e simplifica cobranças recorrentes

Disponível desde junho de 2025, o Pix Automático foi desenvolvido para facilitar pagamentos recorrentes,

como mensalidades, assinaturas, planos de saúde, serviços por assinatura e contas de consumo. O modelo permite que o usuário autorize apenas uma vez a recorrência do pagamento, independentemente da instituição financeira utilizada, eliminando a necessidade de convênios específicos entre empresas e bancos.

Segundo Santos, a novidade reduz significativamente a complexidade operacional para empresas e melhora a experiência dos consumidores. "Na infraestrutura da Trio, por exemplo, empresas que utilizam o Pix Automático registram redução de até 70% na inadimplência e tempo médio de confirmação das transações de aproximadamente 90 milissegundos, aumentando a previsibilidade do fluxo de caixa e reduzindo falhas operacionais", explica.

Outra evolução do sistema é o Pix Boleto, conhecido no mercado como BolePix. A solução combina a familiaridade do boleto bancário com a liquidação instantânea do Pix, permitindo que empresas continuem oferecendo um formato já conhecido pelos consumidores, mas com confirmação imediata do pagamento. Além de acelerar o recebimento dos recursos, o modelo também facilita a conciliação financeira, reduzindo o tempo gasto pelas equipes de backoffice para identificar pagamentos e atualizar informações financeiras.

Infraestrutura passa a ser diferencial competitivo

À medida que o Pix amplia sua atuação dentro das empresas, cresce também a necessidade de plataformas capazes de suportar grandes volumes de operações com alta disponibilidade. Segundo a Trio, sua infraestrutura própria, regulada pelo Banco Central, processa atualmente mais de R\$ 72 bilhões por ano e opera com índice de disponibilidade (SLA) de 99,99%, indicador considerado essencial para empresas que dependem de pagamentos em tempo real. A instituição também oferece integrações via APIs, que facilitam as conciliações financeiras, relatórios gerenciais, transações e muito mais. Soluções desenvolvidas para operações corporativas de alta escala.

Na avaliação de Santos, o avanço do Pix sinaliza uma mudança estrutural na gestão financeira das empresas brasileiras. "Se, nos primeiros anos, o sistema ganhou espaço principalmente como alternativa às transferências bancárias tradicionais, agora passa a ocupar uma posição estratégica em processos de cobrança, automação financeira e gestão de recebíveis", diz.

Com a expansão do Pix Automático, do Pix Boleto e de outras funcionalidades previstas pelo Banco Central, a expectativa é que cada vez mais empresas substituam processos manuais por operações integradas, reduzindo custos, aumentando a eficiência e ampliando o controle sobre seus fluxos financeiros.

Pedágio mais caro em mais de 30 rodovias

As tarifas de pedágio serão reajustadas em mais de 30 rodovias administradas por concessionárias em São Paulo a partir deste dia 1º de julho.

Segundo a Agência de Transporte do Estado de São Paulo (Artesp), o reajuste é com base na variação acumulada do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) entre junho de 2025 e maio de 2026, de 4,72%, seguindo as regras previstas nos contratos de concessão realizados pelo governo estadual até 2017. Desde

1998, início do Programa de Concessões em São Paulo, o reajuste é aplicado todo dia 1º de julho.

Os novos pórtilhos do Siga Fácil fazem parte das concessões mais recentes, que cobram por trecho percorrido, e não entram no reajuste dos contratos antigos, que serão aplicadas a partir de 1º de julho. Em algumas dessas concessões, a tarifa até cai: na Rota Mogiana, a praça de Jaguariúna passa de R\$ 17,60 para R\$ 8,80 a partir de 1º de julho, com reduções também em outras praças da região (ABR).