

É hora de comprar imóvel?

Brain Consultoria revela 52% de intenções

Busca por imóveis como ativo de proteção e rentabilidade segue em ritmo acelerado no Brasil, desafiando o cenário de juros altos. De acordo com o Indicador de Antecedentes Imobiliários (Abrainq/FIPE), o setor imobiliário mantém sua posição entre as opções de investimento preferidas do brasileiro para preservação de patrimônio.

Já a última sondagem da Brain Consultoria revelou que a intenção de compra atingiu 52%, o maior patamar da série histórica, impulsionada por um perfil cada vez mais investidor: 26% dos interessados buscam imóveis especificamente para esse fim, seja para locação de curto/longo prazo ou para rentabilidade via revenda.

O cenário reforça que investir em imóveis con-



tinua sendo uma das estratégias preferidas dos brasileiros para construir patrimônio e diversificar os investimentos. No entanto, especialistas alertam que o sucesso da operação depende de planejamento. Para Ramiro Delgado, CEO do Trade Imobiliário, consultoria especializada em investimentos imobiliários, depende muito mais da estratégia adotada do que

o valor disponível para começar.

“O erro mais comum é acreditar que qualquer imóvel representa uma boa oportunidade. Investir exige análise técnica, conhecimento de mercado e planejamento financeiro. Quando esses fatores são considerados, é possível reduzir riscos e aumentar significativamente o poten-

cial de valorização”, afirma.

O especialista destaca três pontos fundamentais para quem deseja dar os primeiros passos no setor: 1) Compre pela oportunidade, não pela emoção; 2) Faça as contas antes de fechar negócio; 3) Defina uma estratégia antes de investir.

Antes de comprar um imóvel, é importante definir qual é o objetivo do investimento. Segundo o consultor, cada estratégia atende a um perfil diferente de investidor. “Perfis mais conservadores costumam priorizar imóveis voltados para locação, buscando previsibilidade na geração de renda e valorização gradual do patrimônio. Já quem possui um perfil moderado pode apostar em imóveis com potencial de valorização em bairros em desenvolvimento, aguardando o momento ideal para a venda”, comenta.

Berna investe R\$ 900 mil em hot dog sem nitrato

De olho nos novos hábitos do consumidor e no avanço da tecnologia de alimentos, a Berna, tradicional indústria de embutidos premium fundada nos anos 1960 por uma família de charcuteiros suíços, anuncia a criação da primeira salsicha vermelha para cachorro-quente sem nitrato do mercado brasileiro. A inovação faz parte da estratégia da companhia para transicionar todo o seu portfólio de salsichas para versões livres do conservante sintético até o final de 2027.

Para viabilizar o produto, que exigiu um ano de desenvolvimento específico para garantir atributos de sabor, textura e segurança microbiológica sem o uso

de aditivos artificiais, a Berna investiu R\$ 900 mil em infraestrutura, testes e P&D. O aporte financeiro já foi integralmente retornado pelo desempenho comercial das novas opções: Swiss Dog (blend bovino e suíno com redução de sódio) e All Beef (100% bovina, estilo americana).

“A decisão de remover o nitrato não nasceu de uma tentativa de cobrar mais por um produto diferenciado. Vendemos as opções sem o ingrediente pelo mesmo valor das versões convencionais da marca. O objetivo é acompanhar a evolução tecnológica e responder à busca do consumidor por rótulos mais limpos (clean label)”, diz João Rodolfo Häfeli, CEO da Berna.

Suape retoma área arrendada

O Complexo Industrial Portuário de Suape retomou uma área de 55 hectares anteriormente arrendada à Vard Promar, ampliando a disponibilidade de terrenos para novos investimentos. O espaço soma 550 mil metros quadrados, o equivalente a cerca de 77 campos de futebol. Com acesso à frente d’água, reúne condições para receber empreendimentos industriais, logísticos, portuários, navais e offshore.

A retomada ocorreu após decisão arbitral favorável à Suape, que reconheceu a validade da rescisão unilateral do contrato de arrendamento firmado em 2010. Com o encerramento da ar-

bitragem, a estatal portuária poderá reassumir a posse e avançar na avaliação de alternativas para sua futura destinação.

“A retomada dessa área amplia a capacidade de Suape de receber novos projetos em um espaço com características favoráveis à atividade industrial e portuária. Nosso objetivo agora é avaliar a melhor destinação para o terreno, de forma que ele possa cumprir uma função produtiva e contribuir para a atração de investimentos e a geração de novas oportunidades em Pernambuco”, afirma o diretor-presidente de Suape, Armando Monteiro Bisneto.

O CEO que não faz nada

Caio Amante (*)

Na maior parte do tempo, o melhor uso de um CEO é parecer que ele não está fazendo nada. Dito assim, soa indefensável. Afinal, CEO bom não deveria estar na rua, vendendo e com a agenda lotada?

Eu discordo. A rua importa, mas com estratégia. O verdadeiro trabalho do CEO está dentro da organização: construir liderança, ouvir clientes, definir onde está, onde precisa chegar e desenhar o caminho. No fim, é pensar.

Estudo de Michael Porter e Nitin Nohria, publicado na Harvard Business Review em 2018, mostra que CEOs passam 72% do tempo em reuniões e apenas 21% em estratégia. Mais relevante: apenas 28% do tempo é dedicado a momentos sozinhos. O trabalho que só o CEO pode fazer, pensar a empresa, é justamente o mais desprotegido da agenda.

Reuniões têm horário. Clientes ligam. Urgências pressionam. Pensamento não manda convite. Se o CEO não proteger esse espaço, a empresa passa a ser dirigida pelos eventos, não por uma tese.

Eu chamo isso de ponto A e ponto B. O ponto A é a posição da empresa: o que sabe fazer, para quem, com quais forças e fraquezas. O ponto B é a visão de longo prazo, o lugar que escolheu ocupar no mercado. Estratégia é o caminho entre os dois.

Definir o ponto B exige também renunciar: decidir quais mercados não disputar, clientes não atender e receitas recusar. A estratégia aparece tanto no que a empresa rejeita quanto no que anuncia.

Outro trabalho permanente do CEO é construir vantagem competitiva. Não basta entregar algo que o cliente valoriza. É preciso que o concorrente não consiga copiar rapidamente. Caso contrário,

existe uma boa prática, não vantagem.

A Dataside me ensinou isso. Fomos a primeira empresa brasileira a obter a certificação ISO 42001, norma de gestão de inteligência artificial. Naquele momento, era diferenciação. Hoje, sei que outros concorrentes também buscarão a certificação. A pergunta, portanto, não é apenas qual é a nossa vantagem, mas qual será a próxima.

Mas pensar sozinho não move empresa. A decisão só vira realidade pelos líderes. Por isso, o CEO precisa comunicar a visão, dar suporte aos gestores e garantir que o combinado aconteça. Cobrança sem suporte é abandono com metas.

Também é preciso saber quando sair da sala. Visitar clientes permite perceber sinais de mudança antes dos relatórios. Movimento sem tese pode ser o disfarce da falta de direção.

Minha tese tem limites. Uma startup que ainda não validou seu produto precisa vender; uma empresa em crise exige o CEO na operação. O problema surge quando a exceção vira regra: o fundador continua sendo vendedor, entregador e decisor anos depois da fundação. Nesse cenário, a empresa não cresce além da agenda do dono.

O CEO é responsável por ligar o ponto A ao ponto B: definir a visão, construir a estratégia, renovar a vantagem competitiva, formar líderes e comunicar a direção. Vender faz parte do papel, mas não no lugar do sistema comercial.

Uma agenda com espaços em branco pode parecer pouco. O erro é confundir movimento com liderança. Se não existe na agenda um bloco dedicado ao trabalho que só o CEO pode fazer, talvez ele ainda esteja executando a empresa — e não a dirigindo.

(*) **Caio Amante é CEO & Founder at Dataside | Business Strategy & Management.**



Economia do P, M. G...

O varejo brasileiro avança em ritmo moderado enquanto novas despesas passam a ocupar uma parcela relevante da renda disponível das famílias. No 1º semestre deste ano, as vendas do comércio cresceram 1,9%, mas o segmento de tecidos, vestuário e calçados recuou 0,2%. Ao mesmo tempo, as apostas online retiraram cerca de R\$ 62,5 bilhões líquidos das famílias em 2025, enquanto o mercado brasileiro de canetas emagrecedoras movimentou aproximadamente R\$ 10 bilhões no mesmo período. O movimento revela uma mudança na composição do orçamento: gastos que até poucos anos tinham participação menor ganharam escala e passaram a disputar recursos com categorias tradicionais do varejo. Para o setor esportivo, a concorrência pelo bolso do consumidor deixa, portanto, de acontecer apenas entre marcas e passa a envolver também apostas, medicamentos, assinaturas e diferentes serviços digitais.

Economia – II

No cenário acima, a Speedo Brasil observa uma transformação na forma como o consumidor distribui seus recursos entre lazer, saúde, entretenimento e atividade física. O avanço das bets ajuda a dimensionar essa mudança: estima-se que as apostas online retiraram cerca de R\$ 143,8 bilhões em vendas do varejo, valor equivalente a aproximadamente 2,5% do faturamento do comércio. Presente em mais de 40 mil pontos de venda e em 400 eventos esportivos por ano, a Speedo acompanha de perto essa mudança: “Hoje, o varejo não disputa apenas com empresas que oferecem produtos semelhantes. Quando bilhões de reais deixam de circular no comércio para financiar outras formas de consumo, surge um novo concorrente pelo orçamento das famílias. Isso muda a dinâmica

do mercado e exige uma leitura muito mais profunda sobre onde o brasileiro está colocando seu dinheiro”, afirma Roberto Jalonetsky, CEO da Speedo Brasil.

Economia – III

Já o avanço das canetas emagrecedoras produz efeitos que ultrapassam o setor farmacêutico. Em 2025, os medicamentos à base de GLP-1 movimentaram cerca de R\$ 10 bilhões no Brasil e passaram a representar aproximadamente 4% do varejo farmacêutico. Na Speedo, estudos internos também identificaram uma mudança no perfil das compras: as vendas de peças em tamanhos menores aumentaram 23%, movimento associado à redução das medidas dos consumidores. No e-commerce, a análise das compras mostra clientes migrando para numerações inferiores, com casos de consumidores que passaram do GG para o M, uma redução de dois tamanhos.

Algodão/Avanços

O economista Ricardo Amorim está confirmado como um dos palestrantes do 15º Congresso Brasileiro do Algodão (CBA), que será realizado de 22 a 24 de setembro, no Exponinas, em Belo Horizonte (MG). Com o tema “Algodão brasileiro: fibra natural. Uma jornada com propósito, qualidade e transparência”, o evento reunirá produtores, pesquisadores, lideranças, empresas e especialistas para discutir os principais desafios e oportunidades da cadeia do algodão. “O agronegócio brasileiro vive um momento de grandes transformações. Na cadeia do algodão, que já conquistou enorme relevância e competitividade internacional, o desafio é continuar avançando em produtividade, tecnologia, sustentabilidade e acesso a mercados”, diz Amorim. Inscrições pelo site https://congressodoalgodao.com.br/



Expo CIEE

O Centro de Integração Empresa-Escola (CIEE) abriu, dia 17 deste mês, as inscrições para a Expo CIEE 2026, que acontecerá nos dias 15, 16 e 17 de outubro, no Pavilhão Amarelo do Expo Center Norte, em São Paulo. Tradicionalmente reconhecido como uma feira de carreiras, o evento amplia sua proposta e se consolida como um ecossistema de experiências voltado ao público jovem, reunindo desenvolvimento profissional, oportunidades, conhecimento, tecnologia, entretenimento e conexão em um só lugar. As inscrições são gratuitas. Para se inscrever e baixar o aplicativo, acesse: www.expociee.com.br

TDah/IBGE

Existe um Projeto de Lei (4.459/2021) no Senado pleiteando a inclusão de TDAH, dislexia e visão monocular no Censo. A medida é considerada fundamental para que diagnosticados deixem de ser invisíveis para o Poder Público e é porta de entrada para formulação efetiva de políticas públicas. Sem números oficiais que estabeleçam a dimensão populacional de determinada faixa da população, não é possível iniciar o processo que culmina com o oferecimento de serviços públicos para atender a uma demanda específica. Atualmente, esse é o drama de que padecem algumas das principais neurodivergências, tais como o Transtorno do Déficit de Atenção com Hiperatividade (TDah) e a dislexia. Atualmente, apenas o Transtorno do Espectro Autista (TEA) é contemplado com tratamento quantitativo oficial pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Condomínios/Climáticos

Eventos climáticos extremos colocam condomínios em alerta: quem paga a conta pelos danos? Cada vez mais assistimos a chuvas intensas, ventos fortes, alagamentos, quedas de árvores e até tornados, que deixaram de ser episódios tão distantes de nossas rotinas. Em condomínios, os eventos climáticos extremos podem provocar prejuízos que vão de carros danificados e garagens alagadas a destelhamentos, queda de muros, portões e interrupções no fornecimento de energia. Mas, diante de um estrago causado pela natureza, quem deve pagar a conta? “Um evento climático pode ser imprevisível e é preciso investigar a causa do dano e verificar se havia alguma obrigação de manutenção, prevenção ou reparo que não foi cumprida. A responsabilidade civil nasce justamente quando conseguimos identificar quem tinha o dever de agir e não agiu”, explica Adriana Vellozo, especialista em direito condominial.

Investimento / Energia

AABB firmou uma parceria estratégica e fez um investimento minoritário (o montante não foi revelado) na LevelTen Energy, a maior plataforma do mundo para negociação de energia limpa, incluindo contratos de compra de energia (PPAs, na sigla em inglês). Com sede nos Estados Unidos, a LevelTen já viabilizou mais de 20 GW em transações de energia limpa, em mais de 35 mercados da América do Norte e da Europa. A parceria estratégica e o investimento fortalecem a oferta de serviços de consultoria em energia e carbono (E&C, na sigla em inglês) da ABB, combinando sua expertise em eletrificação.