



(30/09) DIA INTERNACIONAL
DA COMUNICAÇÃO INTERNA

FALHAS NA COMUNICAÇÃO AINDA GERAM RETRABALHO E DESCONEXÃO ENTRE TRABALHADORES

Leia na página 8

Empreender

Da necessidade ao negócio

Após enfrentar dificuldades financeiras e começar como diarista, Juliana Leck criou a Donas de Casa, empresa que hoje reúne mais de 47 profissionais e atende mais de 300 clientes

Quarenta e cinco dias sem gás em casa, três filhos, outras crianças sob seus cuidados e a necessidade urgente de encontrar uma maneira de gerar renda. Foi nesse cenário que a curitibana Juliana Leck, de 33 anos, encontrou na limpeza profissional uma oportunidade que em três anos se transformaria na Donas de Casa, empresa com mais de 47 profissionais em sua rede e uma carteira superior a 300 clientes.

Antes de empreender, Juliana havia trabalhado por mais de oito anos como vendedora em uma loja de automóveis e tinha uma renda que permitia pagar as contas. A necessidade de cuidar das crianças, porém, fez com que deixasse o emprego. A primeira alternativa foi produzir salgadinhos para vender, mas a renda não era suficiente. “Eu cheguei a ficar quarenta e cinco dias sem gás, eu precisava vender salgado para conseguir comprar o almoço e a janta e o leite para meus filhos. Foi um período em que eu realmente precisava encontrar uma saída”, conta.

A oportunidade apareceu no setor de limpeza. Com a ajuda da família, para ficar com as crianças duas vezes por semana, Juliana começou a trabalhar como diarista em uma empresa do segmento. Além da renda, aquele período serviu para conhecer a atividade profissionalmente e entender como funcionava uma operação estruturada de serviços domésticos. Cerca de 30 dias depois, decidiu começar o próprio negócio. “Eu precisava entender o processo. Não tinha estudo específico para administrar uma empresa, não tinha recurso e praticamente não tinha rede de apoio. Então fui aprender como aquele mercado funcionava”, afirma a fundadora da Donas de Casa.

A resposta veio rapidamente, segundo Juliana, já no primeiro mês a empresa faturou cerca de R\$ 10 mil e continuou crescendo. Hoje,

Divulgação



Juliana Leck

“Eu entendi que não preciso saber fazer tudo. Preciso saber contratar quem entende daquilo que eu não domino. Se preciso melhorar meu RH e por isso procurei uma profissional de RH. O cliente abre a casa dele para a nossa equipe e essa responsabilidade é muito grande.”

pouco mais de três anos depois, a Donas de Casa possui mais de 47 profissionais integradas à rede e uma carteira superior a 300 clientes. Em dias de maior movimento, a empresa chega a atender entre 16 e 18 demandas.

O crescimento trouxe também uma preocupação que se tornou central no negócio: a qualidade das profissionais enviadas às residências.

Atualmente, a Donas de Casa conta com suporte de Recursos Humanos para o recrutamento, a avaliação e a preparação das trabalhadoras. “Eu entendi que não preciso saber fazer tudo. Preciso saber contratar quem entende daquilo que eu não domino. Se preciso melhorar meu RH e por isso procurei uma profissional de RH. O cliente abre a casa dele para a nossa equipe e essa responsabilidade é muito grande”, explica Juliana.

Para a empreendedora, porém, a limpeza profissional não se resume à execução de tarefas domésticas. A experiência atendendo centenas de famílias mostrou que ambientes muito desorganizados podem, em algumas situações, estar relacionados a momentos difíceis vividos pelos moradores. Por isso, uma das orientações dadas às profissionais é entrar nas residências com respeito, educação e sem julgamentos. “Eu sempre peço para entrarem com educação e carinho. Às vezes encontramos uma casa em uma situação muito difícil, mas não sabemos o que aquela pessoa está vivendo. Já tivemos clientes que disseram que a chegada da profissional trouxe um alívio para dentro de casa”, relata.

Essa proximidade também ajudou a criar uma comunidade em torno da Donas de Casa. Juliana afirma manter contato pessoal com boa parte dos mais de 300 clientes e procura apoiar as profissionais que trabalham com ela, inclusive antecipando valores de transporte quando necessário. A experiência de ter enfrentado dificuldades financeiras influencia diretamente sua maneira de administrar. “Eu sei o que é precisar trabalhar e não ter dinheiro nem para algumas necessidades básicas. Hoje, quando posso facilitar para uma profissional conseguir trabalhar, eu faço isso”, diz.

Da venda de salgadinhos à gestão de dezenas de profissionais, a trajetória de Juliana transformou uma necessidade pessoal em um negócio que também gera renda para outras mulheres. “Eu gosto de ganhar dinheiro eu realmente gosto do dinheiro e não tenho vergonha de dizer isso, porque sei a dificuldade que foi chegar até aqui. Mas uma das coisas que mais me realiza é saber que o meu trabalho também ajuda outras pessoas a terem renda e levarem dinheiro para suas famílias”, conclui a fundadora da Donas de Casa.

Negócios em Pauta

LightFieldStudios_CANVA



Webinar gratuito para discutir os novos desafios do Employer Branding na América Latina

A Air Branding, consultoria e agência pioneira em Employer Branding no Brasil, amplia sua atuação na América Latina com o lançamento do Lab LatinAIRmerica, webinar voltado à troca de conhecimento e à discussão dos principais desafios relacionados à marca empregadora na América Latina. O projeto tem quatro encontros online, o primeiro foi em 17 de setembro, e os próximos são 1º, 15 e 29 de outubro, e serão direcionados a profissionais de RH e lideranças interessadas em estratégias de employer branding. As inscrições são gratuitas e podem ser realizadas pelo site (https://conteudo.airbranding.com.br/lablatinairmerica?utm_source=Link). O Lab LatinAIRmerica - Aprendizagem Coletiva abordará diferentes desafios relacionados à atração, experiência e retenção de talentos.

Leia a coluna completa na página 3

News@TI

Crédito: Divulgação



Drauzio Varella e Michelle Schneider estão entre os nomes confirmados para o BBDW 2026

BB Digital Week 2026

@O Banco do Brasil realiza, de 27 a 29 de outubro, em Brasília, a quinta edição do BB Digital Week (BBDW), um dos maiores eventos de tecnologia, inovação e transformação digital do país. Sob o tema “Inteligência que conecta”, o encontro acontece no Ulysses Centro de Convenções e deve reunir cerca de 30 mil participantes ao longo dos três dias de programação. Entre os primeiros nomes confirmados para a edição de 2026 estão o médico e cientista Drauzio Varella, a especialista em inteligência artificial e futuro do trabalho Michelle Schneider e o empreendedor social Edu Lyra. Com dezenas de painéis, palestras e atividades simultâneas, o BB Digital Week reunirá especialistas nacionais e internacionais, lideranças empresariais, profissionais de tecnologia, empreendedores, estudantes e representantes do setor público para debater os desafios e oportunidades da transformação digital. Inscrições: abertura prevista para o início de outubro.

Leia a coluna completa na página 2

Atendimento vira fator de sobrevivência no varejo

Levantamento da ROX com 3,5 mil avaliações de cliente oculto mostra que 61% das marcas começam em níveis preocupantes de atendimento e aponta impacto da melhora da experiência sobre vendas e recompra.

Por que depender de um único modelo de IA virou um risco para as empresas?

A disputa entre os provedores de modelos de inteligência artificial está longe de desacelerar.

Menos clique, mais conversa: a nova lógica do funil de marketing

Cada etapa adicional em uma jornada digital pode representar uma oportunidade a menos de conversão..

Mensageria não é custo: como potencializar a receita dos canais conversacionais?

Quanto custa enviar uma mensagem para um cliente? Essa costuma ser uma das primeiras perguntas feitas quando uma empresa avalia o investimento em canais como SMS, RCS e WhatsApp. Embora o controle de custos seja necessário para qualquer operação, restringir a análise a essa dimensão pode deixar de lado uma questão igualmente importante: quanto essa interação é capaz de gerar para o negócio, em termos de receita?

Para informações sobre o

MERCADO
FINANCEIRO

faça a leitura do
QR Code com seu celular



A Mente do Cliente

O maior amor de todos



Neiva Mendes

Leia na página 5

A Outra Sala

A Empresa Contratou a Diversidade. Ela Teve a Audácia de Aparecer.

Ana Luisa Winckler

Leia na página 4

OPINIÃO

Cinco sinais de que seu fornecedor de serviços de TI já não acompanha o ritmo do negócio

Omar Tabach (*)

Trocar um fornecedor de tecnologia é uma decisão que envolve riscos, custos e impacto direto na operação.

Por isso, uma falha pontual não deve, por si só, determinar o fim de uma parceria. No mundo da computação em nuvem, o modelo de *full outsourcing* se tornou antiquado e até arriscado, as empresas precisam recuperar a soberania de dados, processos e capital intelectual, caso contrário podem ficar reféns do fornecedor perdendo até a capacidade de avaliar se o serviço está adequado à demanda do negócio.

Alguns sinais de alerta aparecem quando os problemas deixam de ser exceções e passam a comprometer a eficiência. A questão é, mais do que identificar falhas, entender quando a relação deixou de gerar valor.

Abaixo do radar dos SLAs: o fornecedor não acompanha a evolução da empresa

As prioridades mudam. Estabilidade operacional pode parecer comodismo com o avanço de inteligência artificial, automação, dados ou modernização de aplicações. Por exemplo, a demora na criação de ambientes de projeto sinaliza ineficiência abaixo do radar do SLA, mas prejudica o time to market do negócio. A rigidez ao escopo acordado há alguns anos não pode ser empecilho para apoiar em uma nova agenda - é aí que a parceria perde aderência estratégica. Cumprir contrato não é o mesmo que gerar valor.

Não compartilhar ganhos de produtividade

Um modelo de parceria mais maduro e atual pressupõe o compartilhamento dos ganhos de produtividade. Negociar valores é, sim, parte elementar de um contrato, mas uma parceria madura, nos tempos de IA, não pode sobreviver restrita a discussão de horas e custos.

O fornecedor tem de ser capaz de traduzir sua atuação em ganhos de produtividade, eficiência operacional, redução de riscos e melhorias. Se esses elementos não estão presentes nas conversas, a relação tende a se tornar apenas transacional.

A inovação é sempre demandada apenas pelo cliente

Um parceiro estratégico entende do seu segmento, acompanha seu mercado e transforma tendências em soluções aplicáveis à realidade da empresa.

Se o cliente é sempre quem identifica as oportunidades e propõe novas soluções, a par-

ceria deixa de ser estratégica e passa a ser essencialmente operacional.

Lock in: A empresa se torna altamente dependente do fornecedor

Dependência em excesso é um fator de risco relevante em contratos de tecnologia, e não se traduz em parcerias produtivas.

Quando somente o fornecedor domina as integrações, as configurações e o histórico do ambiente, qualquer transição torna-se cara, lenta e operacionalmente complexa. Documentação, transferência de conhecimento e governança são essenciais para evitar que a empresa fique refém de um único parceiro.

Os custos ocultos da permanência começam a superar os custos da transição

A análise não deve considerar apenas o investimento necessário para trocar de fornecedor.

Todos os contratamentos geram custos, às vezes ocultos: retrabalho, atrasos, indisponibilidade, baixa produtividade e oportunidades perdidas. Da mesma forma, a transição exige planejamento para acelerar a curva de aprendizagem em treinamento e integração de sistemas. A decisão deve comparar, de forma objetiva, os impactos dos dois cenários.

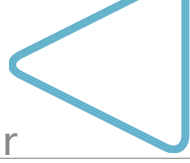
Antes da troca, um diagnóstico meticuloso

Muitas vezes o problema não é o fornecedor, mas sim o modelo de contrato defasado. Nem todo problema demanda uma nova contratação. Vale revisar e atualizar indicadores, SLAs, modelo de governança, responsabilidades e a capacidade técnica do fornecedor para atender ao próximo ciclo da empresa.

Se os gargalos estiverem na gestão da parceria, ajustes contratuais podem resolver a situação. Mas, quando faltam competências estratégicas ou há pouca capacidade de evolução, a relação já se tornou um problema estrutural.

O mercado de serviços de tecnologia no Brasil mudou drasticamente, estrelas do passado perderam o brilho e novas empresas se estabeleceram com ofertas extremamente atraentes. A melhor gestão de fornecedores é reconhecer o momento em que uma parceria deixa de contribuir para a estratégia do negócio. A pergunta decisiva, mais do que o custo pela mudança, é o quanto a empresa perde ao permanecer como está.

(*) Sócio-diretor da TGT ISG, empresa de pesquisa e consultoria responsável pelos estudos no Brasil e México.



Bill Gates diz que IA pode causar um bilhão de mortes

O cofundador da Microsoft Bill Gates defendeu que legisladores e autoridades federais dos Estados Unidos assumam um papel ativo na regulação da inteligência artificial (IA).

IA_CANVA

Vivaldo José Breternitz (*)

Em entrevista à *NBC*, Gates alertou que, sem controle adequado, a tecnologia pode provocar “um bilhão de mortes” e afirmou que ninguém acredita que o estabelecimento de regras pelas grandes empresas de IA seja suficiente para deixar essa tecnologia segura.

Segundo Gates, é essencial que políticos e forças de segurança participem da discussão sobre mecanismos de monitoramento e salvaguardas. “Isso precisa ser obrigatório”, disse. Ele reconheceu que a medida representaria um “custo operacional” para o setor, mas que não comprometeria de forma significativa o ritmo de inovação.

Em tom dramático, Gates advertiu que a IA, nas mãos erradas, seria “poderosa o bastante para causar eventos que levem a um bilhão de mortes”. Ele destacou que nunca houve “uma arma tão potente quanto a combinação de pessoas mal-intencionadas com as ferramentas mais avançadas de IA”.

O empresário também descartou a ideia de um “botão de desligar” como solução eficaz. “Não basta ter um kill switch”, afirmou, acrescentando que esse debate revela “como muitas pessoas não têm conhecimento técnico acerca do assunto”.

A entrevista ocorre após Gates publicar, em agosto, um texto de quase 6 mil



palavras sobre os riscos da IA. Outros líderes do setor, como Sam Altman e Elon Musk, também têm defendido a desaceleração do desenvolvimento da tecnologia, diante de temores de que ela possa ser usada em armas biológicas ou nucleares.

Enquanto isso, a própria Microsoft enfrenta críticas por contratos com forças militares, incluindo o uso de ferramentas de IA em operações em Gaza e no Irã. Ativistas e funcionários da empresa lançaram a campanha No Azure for Apartheid, denunciando também o uso da plataforma Azure pelo Departa-

mento de Segurança Interna dos EUA para monitorar e deportar imigrantes.

Apesar das preocupações, Gates mantém uma visão otimista sobre o futuro da humanidade. Em tom mais leve, brincou durante a entrevista dizendo que não recorre à IA em sua vida pessoal: “Não uso para meus relacionamentos. Não pergunto: ‘Ei, você gosta de mim?’”.

Gates é uma voz a ser ouvida!

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



News @ TI

ricardosouza@netjen.com.br

Opera adiciona eSIM à sua versão para Android, com 3 GB de dados móveis gratuitos para viagens

@ A Opera adicionou um eSIM de viagem à sua versão de navegador para Android com 3 GB de dados gratuitos para que as pessoas possam experimentá-lo antes de pagar qualquer valor. A empresa é a primeira a integrar o recurso, disponível em 47 destinos, diretamente a um software. Além disso, a novidade fornece acesso à internet para todo o celular, não apenas para o navegador, o que permite que os internautas usem seus aplicativos sem pagar tarifas caras de roaming. A Opera oferece 3 GB de dados gratuitos, válidos por três dias, sem a exigência de compromisso por parte dos usuários, o que significa que eles não precisam comprar um eSIM para recebê-los. Não é necessário fornecer dados de pagamento nem um endereço de e-mail. As pessoas podem utilizar os dados móveis de forma independente ou escolher um plano pago quando precisarem de mais internet.

Programa Trainee CBC 2027

@ A CBC apresenta seu novo Programa Trainee 2027, uma jornada de desenvolvimento que reúne Engenharia, Tecnologia e Negócios e busca talentos com capacidade de aprender, conectar diferentes conhecimentos, resolver problemas e transformar oportunidades em inovação. A iniciativa foi desenhada para aproximar novos profissionais da realidade do negócio e proporcionar uma visão ampla em um mercado estratégico, com presença internacional e forte conhecimento tecnológico e industrial. São mais de 20 vagas ao todo para as áreas de Engenharia, Relações internacionais, Administração, Marketing, Tecnologia da Informação, Economia, entre outros cursos. As inscrições podem ser feitas até 20 de outubro (https://vempracbc.gupy.io/jobs/11942276?jobBoardSource=gupy_public_page).

Brasil Tecpar é reconhecida pela Huawei como referência global em transformações de redes

@ A Brasil TecPar foi reconhecida pela Huawei como referência global em transformação de redes para provedores de serviços de Internet (ISPs). A companhia foi apresentada como um dos dois global showcases anunciados durante o ISP Summit do HUAWEI CONNECT 2026, realizado em Shanghai, na China. Ao lado da FiberStar, da Indonésia, a Brasil TecPar foi destacada pela evolução de sua infraestrutura e pelo processo de integração de redes que acompanha a expansão de suas operações no Brasil. Segundo a Huawei, a adoção de uma arquitetura convergente contribuiu para unificar a infraestrutura, acelerar a consolidação de diferentes redes e ampliar a eficiência operacional. O case apresentado no evento também destacou a utilização de tecnologias que vão da infraestrutura de backbone DWDM às redes de acesso GPON e XG-PON, além de soluções de firewall e SD-WAN aplicadas a projetos corporativos e governamentais.

Seed Digital amplia atuação global com solução de Edge AI desenvolvida em parceria com a Intel

@ A Seed Digital, empresa brasileira de tecnologia especializada em inteligência de dados para o varejo físico, acaba de dar um novo passo em sua estratégia de expansão internacional. A companhia passou a integrar a Intel Partner Alliance e teve sua solução People Counter Edge AI, desenvolvida em conjunto com tecnologias

da Intel, validada e destacada pela própria empresa em seu catálogo global de soluções. O reconhecimento marca uma nova etapa para a Seed, que passa a contar com uma solução preparada para comercialização em outros mercados da América Latina, ampliando o alcance internacional de uma tecnologia desenvolvida no Brasil. O People Counter utiliza Edge AI, conceito em que o processamento das informações acontece diretamente no local onde os dados são gerados, sem a necessidade de enviá-los continuamente para a nuvem. A solução da Seed utiliza processadores Intel Core de 13ª geração, gráficos Intel Iris Xe e o toolkit OpenVINO para realizar, em tempo real, tarefas como detecção, rastreamento, reidentificação e contagem de pessoas.

Data centers e IA ampliam demanda por profissionais especializados

@ A rápida adoção da inteligência artificial está ampliando a necessidade de processamento, armazenamento e distribuição de dados em todo o mundo. Nesse cenário, os data centers ganham importância como infraestrutura estratégica para a economia digital, abrindo oportunidades para os setores de tecnologia, engenharia, construção, energia e serviços especializados. Projeções indicam que os investimentos globais em data centers podem alcançar US\$ 6,7 trilhões até 2030, sendo aproximadamente 70% desse montante associado à demanda por infraestrutura dedicada à inteligência artificial. O avanço é impulsionado pela digitalização de setores tradicionais, pelo crescimento das aplicações em nuvem, pela multiplicação dos dispositivos conectados e pela adoção de IA por empresas de diferentes portes. No Brasil, o potencial econômico dessa expansão já começa a ser dimensionado. Estudo recente da Fundação Getúlio Vargas estima que um único data center de inteligência artificial, com capacidade de 100 MW, pode acrescentar R\$ 1,5 bilhão ao Produto Interno Bruto e gerar R\$ 590 milhões em renda do trabalho, com efeitos diretos e indiretos sobre construção civil, engenharia, comércio, transporte e serviços.

Dati conquista a competência AWS Managed Service Provider

@ Com consultoria estratégica e orientação prática do Cloud Competence Center (Centro de Competência em Nuvem) da TD SYNnex, a Dati IT Solutions conquistou a competência AWS Managed Service Provider (MSP), tornando-se a primeira empresa brasileira a conquistar essa distinção com suporte de um distribuidor. A conquista destaca tanto a maturidade operacional da Dati quanto o valor do Cloud Competence Center na aceleração do crescimento dos parceiros no ecossistema AWS. Com essa conquista, a Dati eleva seu status no ecossistema de nuvem da Amazon e no mercado, enquanto o Cloud Competence Center reforça seu papel como consultor estratégico para revendedores que buscam evoluir na parceria com a AWS. A competência Managed Service Provider da AWS é reconhecida globalmente como um selo de qualidade que valida a excelência na entrega de serviços gerenciados. Os parceiros devem demonstrar suas capacidades em arquitetura e implementação, operações, segurança e governança por meio de auditorias rigorosas. É um exame detalhado que verifica processos, metodologias, evidências operacionais e maturidade organizacional (<https://lac.tdsynnex.com/br/pt-br/>).

	José Hamilton Mancuso (1936/2017) Responsável: Lilian Mancuso	Laurinda Machado Lobato (1941-2021)	José Leonil Lobato (1939-2026)
Editórias <i>Economia:</i> Nelson Tucci (nelson.tucci@netjen.com.br) <i>Mercado/Negócios/Tecnologia/Agronegócios/ Espaço empresarial:</i> Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); <i>Livros:</i> Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br) <i>Comercial:</i> comercial@netjen.com.br <i>Publicidade Legal:</i> lilian@netjen.com.br	<i>Webmaster/TI:</i> Fabio Nader; <i>Editoração Eletrônica:</i> Ricardo Souza. <i>Revisão:</i> Maria Cecília Camargo; <i>Serviço informativo:</i> Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.	Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.	Jornal Empresas & Negócios Ltda Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP.: 04128-080 Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: netjen@netjen.com.br Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90 JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003) Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.
Colaboradores: Ana Luisa Winckler, Carol Olival, Claudia Lazzarotto, Denise Debiasi, Fabiana Monteiro, Geraldo Nunes, Heródoto Barbeiro e Neiva Mendes		ISSN 2595-8410	

Digitalização de mídia em rodovias começa com investimento de R\$ 70 Mi

Mercado global movimentou US\$ 54,2 bilhões em 2025

THE LED anuncia uma parceria estratégica com a VEX para acelerar a digitalização da mídia em rodovias no Brasil. A iniciativa prevê investimentos superiores a R\$ 70 milhões nos próximos anos e nasce de uma análise da THE LED sobre a transformação do mercado de Out of Home nos principais mercados mundiais e o potencial ainda pouco explorado das rodovias brasileiras.



JamesReilly/Wilson_CANVA

O mercado global de OOH movimentou US\$ 54,2 bilhões em 2025, segundo a World Out of Home Organization (WOO), sendo US\$ 25,5 bilhões em mídia digital, que já representa 47% de toda a receita do segmento. Nos Estados Unidos, o OOH alcançou US\$ 9,46 bilhões

no mesmo período, com o DOOH representando 36,3% do mercado e crescendo 10,5% no ano, segundo a OAAA (Out of Home Advertising Association of America).

É nesse cenário que a THE LED identifica uma oportunidade de acele-

rar a evolução da mídia em rodovias brasileira. A companhia passa a apoiar a expansão da VEX, referência e líder em mídia OOH e DOOH em rodovias, combinando sua experiência em tecnologia, grandes formatos e digitalização com a presença e o relacionamento da VEX junto às

principais concessionárias rodoviárias do país, como EcoRodovias, Motiva, Tamoiros, Arteris, EcoVias entre outras.

“Quando olhamos para mercados mais maduros, fica claro o tamanho da oportunidade que existe nas rodovias. O Brasil tem uma dimensão continental e uma enorme circulação de pessoas e mercadorias. A THE LED foi pioneira na digitalização de grandes formatos em praças de pedágios e realizou, na Ponte Rio-Niterói, um dos maiores projetos do mundo em mídia digital rodoviária. Agora, temos a oportunidade de acelerar essa transformação em escala nacional”, comenta Richard Albanesi, CEO da companhia.

Prazo para opção pelo Simples Nacional e escolha sobre IBS e CBS termina nesta quarta, 30

Termina nesta quarta-feira, 30, o prazo para que microempresas e empresas de pequeno porte formalizem algumas decisões importantes para 2027 relacionadas ao Simples Nacional e à Reforma Tributária do Consumidor. A data é especialmente relevante para bares e restaurantes que precisam solicitar ingresso ou reingresso no regime ou avaliar a forma de recolhimento do IBS e da CBS. Para as empresas que atualmente não estão no Simples Nacional e desejam ingressar no regime em 2027, a solicitação deve ser feita até 30 de setembro. A opção, se deferida, terá efeitos a partir de 1º de janeiro de 2027. O mesmo prazo vale para empresas que possuem registro de exclusão futura e pretendem solicitar nova opção pelo regime

Já as empresas que permanecem regularmente no Simples Nacional não precisam fazer uma nova opção apenas para continuar no regime. No entanto, aquelas que desejarem recolher o IBS e a CBS pelo regime regular, fora do documento único de arrecadação, precisam formalizar essa escolha também até hoje, quarta-feira.

A alternativa, conhecida como Simples Nacional híbrido, permite que a empresa permaneça no Simples para os demais tributos, enquanto o IBS e a CBS são apurados pelas regras do regime regular. A escolha feita agora passa a valer a partir de janeiro de 2027, mas não é definitiva para todo o ano. Haverá novas janelas de manifestação em março e setembro, com efeitos a partir de julho e dezembro, respectivamente.



Potência/E-commerce

O Brasil consolidou sua posição como uma das maiores potências do comércio eletrônico mundial. Segundo a 10ª edição do relatório global “The Future Shopper”, desenvolvido pela VML, o consumidor brasileiro já realiza 58% de seus gastos via plataformas digitais. O índice coloca o país em segundo lugar no ranking global, atrás apenas da China (59%) e bem acima da média mundial (51%). Com a busca por promoções, *cashbacks* e melhores preços em múltiplos canais, cresce também a atuação de fraudadores. De acordo com Rafael Garcia, especialista em fraude e Partner Success Advisor da FICO, o grande desafio das instituições financeiras e dos varejistas hoje não é apenas bloquear a fraude, mas fazer isso de forma inteligente e invisível, sem prejudicar a experiência de compra do cliente legítimo.

Drone/Sorocabana

A Motiva Sorocabana acaba de incorporar mais tecnologia às atividades de engenharia e monitoramento dos 460 quilômetros de rodovias sob sua administração no interior paulista. A concessionária passa a contar com uma plataforma aérea avançada, de alta performance capaz de realizar levantamentos aéreos de alta precisão e produzir informações detalhadas para apoiar as equipes técnicas na tomada de decisões. O equipamento amplia a capacidade da concessionária de analisar grandes extensões da malha e seu entorno, inclusive áreas de difícil acesso. Entre as aplicações estão o acompanhamento de obras, levantamentos topográficos, inspeções de pontes e viadutos, análise de taludes e encostas, mapeamento de faixas de domínio, inventário de ativos rodoviários e produção de modelos tridimensionais do terreno.

Projeto na Câmara propõe desoneração para MEIs e PMEs que adotarem a jornada de 40 horas

Tramita na Câmara dos Deputados o Projeto de Lei 3261/26 visando à criação de medidas temporárias para compensar o impacto da redução da jornada de 44 para 40 horas semanais, mudança prevista na PEC 221/19, que a Câmara aprovou em maio e que aguarda apreciação do Senado. Os benefícios são voltados a MEIs com empregados, microempresas, empresas de pequeno porte, produtores rurais e agricultores familiares empregadores.

O texto, de autoria do deputado Luiz Carlos Hauly (Pode-PR), prevê a desoneração da contribuição previdenciária patronal sobre a folha dos funcionários mantidos ou contratados durante a adaptação, por cinco anos, prorrogáveis por igual período mediante nova lei. Também autoriza linhas de crédito com juros equivalentes aos da poupança, para capital de giro e modernização das empresas, e determina que o governo federal envie ao Congresso, em até 180 dias após a eventual entrada em vigor da lei, propostas de redução temporária de pelo menos 50% do IRPJ e da CSLL para MEIs, micro e pequenas empresas afetadas.

O acesso não é automático, porém. De acordo com o texto proposto,

o empregador terá de comprovar a adoção da jornada de 40 horas sem redução salarial, que manteve ou ampliou os empregos formais e que sofreu impacto econômico relevante, além de estar em dia com as obrigações fiscais, previdenciárias e trabalhistas. O PL ainda passará por três comissões da Câmara, em caráter conclusivo. Aprovado na Câmara, será submetido ao Senado e, depois, à sanção presidencial.

O SIMPI/ASSIMPI, sindicato da Micro e Pequena Empresa, vê no projeto uma forma de fazer a discussão sobre a jornada levar em conta a realidade de quem tem poucos funcionários e pouca margem, e defende que a tramitação acompanhe o andamento da PEC 221/19 no Senado, para que a compensação esteja pronta antes da transição terminar. A entidade também pede atenção ao critério de regularidade fiscal, que pode deixar de fora justamente os empresários de micro e pequenas empresas com débitos em aberto, que são os que mais precisariam do apoio. Segundo Joseph Couri, presidente do SIMPI/ASSIMPI, o porte da empresa muda a conta da jornada de maneira que nem sempre aparece no debate.

O próximo passo da IA não é fazer previsões. É aprender a validá-las

Roy Shaham (*)

Nos últimos dois anos, empresas passaram a usar inteligência artificial para praticamente tudo: prever demanda, identificar tendências, avaliar riscos e apoiar decisões estratégicas. Mas, à medida que a IA ganha espaço nos negócios, surge uma pergunta menos discutida: como saber em qual previsão confiar?

Modelos diferentes frequentemente chegam a respostas distintas para a mesma pergunta. Todos parecem convincentes e utilizam grandes volumes de dados. Mas confiança não é sinônimo de precisão.

O próximo desafio da IA talvez não seja produzir respostas melhores, mas criar mecanismos capazes de validar previsões de forma contínua e transparente. É nesse contexto que os mercados preditivos começam a ganhar relevância.

Mais do que prever eventos, eles criam um ambiente onde pessoas, especialistas, algoritmos e, no futuro, agentes autônomos de IA podem expressar expectativas sobre acontecimentos futuros. Conforme novas informações surgem, as probabilidades são atualizadas em tempo real, tornando visível como o conhecimento coletivo evolui.

Em vez de oferecer uma resposta única, os mercados preditivos permitem comparar hipóteses, incorporar evidências e acompanhar como a percepção sobre determinado cenário muda.

Imagine uma empresa prestes a lançar um produto. Executivos, equipes comerciais e modelos de IA possuem expectativas distintas sobre vendas, adoção e riscos. Em vez de escolher uma única previsão, um mercado preditivo permite que essas hipóteses coexistam e sejam atualizadas conforme novas informações aparecem.

O objetivo deixa de ser descobrir quem estava certo desde o início e passa a ser entender como a probabilidade de cada cenário evolui.

À medida que agentes de IA executam tarefas mais complexas, precisarão não apenas gerar previsões, mas avaliar

diferentes cenários antes de tomar decisões. Mercados preditivos podem funcionar como uma camada de inteligência compartilhada, agregando informações distribuídas e transformando incerteza em sinais atualizados.

Foi justamente essa experiência que milhões de pessoas tiveram durante a Copa do Mundo de 2026. Na Rain Trade, usuários acompanharam probabilidades mudando em tempo real conforme cada lance, lesão ou resultado alterava as expectativas do mercado. Mais do que acompanhar partidas, visualizaram como novas informações modificavam a percepção coletiva sobre eventos futuros.

Embora o esporte seja uma aplicação natural, seu potencial vai muito além. A mesma tecnologia pode apoiar decisões sobre lançamentos de produtos, investimentos, logística, cadeias de suprimentos, indicadores econômicos e planejamento estratégico. O valor não está apenas na previsão, mas em acompanhar como ela evolui diante de novas informações.

Por trás da Rain Trade está a Rain Protocol, infraestrutura descentralizada que permite aos desenvolvedores criar aplicações de mercados preditivos sem depender de operadores centralizados. A arquitetura separa a tecnologia da experiência do usuário, permitindo que diferentes aplicações sejam construídas sobre a mesma base.

À medida que empresas investem bilhões em inteligência artificial, talvez esteja ficando claro que modelos cada vez maiores não serão suficientes. Será preciso criar sistemas capazes de medir incertezas, comparar previsões e aprender continuamente.

Talvez o próximo grande avanço da IA não seja um modelo que afirme conhecer o futuro, mas plataformas capazes de mostrar, em tempo real, como o futuro está sendo precificado pela inteligência coletiva.

(*) Roy Shaham é CEO da Rain Protocol, infraestrutura descentralizada para mercados preditivos.



nelson.tucci@netjen.com.br

Prêmio/Recorde

De soluções de inteligência artificial capazes de prever complicações na gravidez com meses de antecedência a robôs que percorrem redes de abastecimento de água, passando por novas tecnologias para recuperar solos degradados e corais resistentes ao calor que ajudam a reconstruir recifes, o Prêmio Zayed de Sustentabilidade anunciou seus finalistas de 2027 após o ciclo mais competitivo de sua história. Foram recebidas 10.233 inscrições de 177 países para o ciclo de 2027, um aumento de 32% em relação ao ano anterior, refletindo o alcance global cada vez maior do prêmio pioneiro dos Emirados Árabes Unidos, que reconhece soluções inovadoras para desafios globais. Os vencedores serão anunciados durante a Cerimônia de Premiação, no dia 12 de janeiro de 2027, como parte da Semana de Sustentabilidade de Abu Dhabi.

Saúde/Menopausa

A NE'ST Natural Care criou um portfólio reunindo cuidados para rosto e corpo e fragrâncias aromaterápicas, com fórmulas veganas, livres de parabenos, petrolatos e silicones. Focada na saúde da mulher, relativamente aos períodos da perimenopausa, menopausa e pós-menopausa, fase em que mudanças hormonais podem alterar as necessidades da pele, todo o processo de criação e desenvolvimento contou com a presença da bióloga e pós-graduada em neurociência aplicada ao consumo, Gisele Nogueira, CEO da marca, que colocou suas próprias experiências no trabalho.

Eventos Climáticos

A Defesa Civil de Santos realizou, na segunda, 28, uma capacitação voltada a supervisores de ensino da rede

municipal, com o objetivo de ampliar a disseminação de informações sobre prevenção e segurança diante de eventos climáticos. A iniciativa busca transformar os profissionais da educação em multiplicadores de orientações junto às escolas, estudantes e famílias. A atividade segue o modelo de capacitações já realizadas pela Defesa Civil com profissionais da Saúde, como agentes comunitários e equipes de combate a endemias. Desta vez, a ação foi direcionada ao setor educacional, considerando a presença das unidades escolares em diferentes regiões do Município (www.santos.sp.gov.br/climasantos).

Viagens Sustentáveis

A Abav-SP realizará no dia 7 próximo, das 10h30 às 11h30, a live “Descomplicando o ESG: um caminho real para agências de viagem”. O encontro virtual, em parceria com a ESG Pulse, tem como objetivo desmistificar o tema, quebrar paradigmas e mostrar aos agentes de viagens que é viável implementar práticas sustentáveis na rotina dos negócios. Todas as agências associadas que acompanharem a live receberão diagnóstico para entender o estágio atual de suas próprias empresas em relação aos critérios ambientais, sociais e de governança. A programação também contará com uma dinâmica interativa, que premiará a agência vencedora com um processo completo de Certificação ESG, dando a oportunidade de transformar o diagnóstico em uma jornada prática de evolução e amadurecimento ESG. “O nosso objetivo é incentivar práticas sustentáveis para as agências de viagens”, diz Bruno Waltrick, presidente da Abav-SP. A transmissão será gratuita e aberta pelo link www.youtube.com/@AbavSPAviesp.

Cinco sinais no comportamento digital do colaborador que o RH não pode ignorar

Especialista explica como mudanças nos padrões de interação digital dos colaboradores podem revelar sinais de desengajamento, queda de produtividade e riscos que ainda não aparecem nos indicadores tradicionais

Se o desengajamento dos funcionários é um problema crescente, o RH precisa acompanhar os indicadores certos em tempo real. Em 2025, apenas 20% dos trabalhadores no mundo estavam engajados, segundo a Gallup. Ao mesmo tempo, a digitalização do trabalho criou uma nova camada de informação: acessos, interações e jornadas digitais passaram a gerar sinais capazes de revelar mudanças no comportamento dos colaboradores.

Para Hugo Godinho, CEO da Dialog, HRTech especializada em Comunicação Interna, inteligência preditiva e experiência do colaborador, o desafio está em transformar esses sinais em estratégia sem confundi-los com diagnósticos. “Uma mudança de comportamento, isoladamente, não explica o que está acontecendo, mas pode sugerir que existe uma pergunta que o RH precisa fazer. O importante é entender o que mudou e cruzar esse sinal com outros dados”, afirma.

A seguir, Godinho aponta comportamentos que podem funcionar como sinais de alerta para o RH.

1. O colaborador deixa de fazer algo que fazia com frequência

Uma queda persistente em um comportamento recorrente pode indicar uma mudança na relação com a empresa. Se uma pessoa ou grupo deixa de acessar uma funcionalidade, conteúdo ou serviço que costumava fazer parte da rotina digital, por exemplo, isso revela uma alteração que merece ser compreendida.

“Não se trata de olhar para uma ausência de ação e concluir que existe um problema. O valor está em perceber que houve uma mudança de padrão. A partir daí, o RH pode investigar o contexto e entender se aquele comportamento está relacionado a alguma questão maior”, explica.

2. Um grupo começa a se comportar de maneira diferente

Em organizações com milhares de colaboradores, mudanças coletivas podem ser ainda mais relevantes do que comportamentos individuais. Quando uma determinada área, função ou unidade passa a apresentar um padrão diferente do restante da empresa, o dado pode revelar uma questão localizada.

“O valor está menos em olhar para um comportamento isolado e mais em identificar padrões. Quando pessoas que costumavam ser engajadas começam a se comportar de maneira diferente, as áreas de CI e RH precisam acender um alerta”, afirma Hugo.

3. A comunicação continua chegando, mas deixa de gerar ação

Visualização não é um sinônimo de efetividade. Uma

mensagem pode alcançar toda a organização e, ainda assim, não provocar a ação esperada. Quando isso acontece de forma recorrente, pode haver um problema de relevância, experiência ou conexão com o público.

“Comunicação não pode ser medida apenas pela quantidade de pessoas que receberam ou visualizaram uma mensagem. É preciso entender o que acontece depois. Se aquela comunicação deveria levar a uma ação e essa ação deixa de acontecer, temos um comportamento que precisa ser analisado”, explica.

4. A jornada digital começa a apresentar sinais de fricção

Quando tarefas que deveriam ser simples passam a exigir mais etapas ou determinados recursos começam a ser abandonados, o comportamento digital pode revelar pontos de atrito na experiência do colaborador. Em grandes empresas, pequenas dificuldades podem representar perda de produtividade quando multiplicadas por milhares de pessoas.

“Quando você olha para a jornada do colaborador, é fundamental identificar onde existe atrito. E isso deixa de ser apenas uma questão de experiência: se milhares de pessoas enfrentam a mesma dificuldade, estamos falando também de danos a uma estrutura de produtividade e eficiência”, diz.

5. O comportamento muda antes dos indicadores tradicionais

Esse talvez seja o sinal mais estratégico. Pesquisas de clima, turnover e outros indicadores continuam fundamentais, mas normalmente mostram uma fotografia da situação. A análise comportamental preditiva acrescenta uma dimensão temporal, permitindo perceber mudanças de padrão antes que elas apareçam nos indicadores tradicionais.

“O comportamento digital não substitui a pesquisa de clima ou o indicador de turnover. Ele adiciona uma camada de inteligência. A experiência do colaborador gera dados continuamente, e esses dados podem ajudar o RH a identificar movimentos, formular hipóteses e tomar decisões antes que o problema apareça de forma mais evidente”, afirma Hugo.

Do engajamento para a inteligência

O avanço da tecnologia nos canais digitais de Comunicação Interna, como a Dialog, permite que a experiência do colaborador produza informações continuamente. O desafio passa a ser interpretar esses dados com responsabilidade, sem transformar esse mecanismo em vigilância.

“O futuro do RH não está em saber tudo sobre o comportamento das pessoas, mas em conseguir transformar comportamento em inteligência. O dado sozinho não resolve nada. O valor aparece quando conseguimos entender uma mudança, relacioná-la a uma dor do negócio e transformar essa leitura em uma decisão melhor”, conclui Hugo.

portthead1_CANVA

A Outra Sala

A empresa contratou a diversidade. Ela teve a audácia de aparecer

Existe uma profissional muito desejada pelas empresas: a pessoa com deficiência sem nenhuma necessidade decorrente da deficiência.

Ela entra pela cota, melhora o indicador, sorri para a foto e não pede adaptação. Aprende no mesmo ritmo, trabalha no mesmo ambiente, participa das mesmas reuniões e reage exatamente como todos os outros.

Uma espécie de diversidade cenográfica: diferente o suficiente para o relatório, semelhante o bastante para não perturbar a operação. O problema é que essa pessoa raramente aparece para a entrevista. Quem aparece é gente de verdade.

A vaga dizia: “Valorizamos a diversidade.”

A candidata autista foi contratada pela cota destinada às pessoas com deficiência e recebeu o kit completo da inclusão corporativa: crachá, caneca, camiseta e um texto emocionante sobre a importância de ser quem você é.

Funcionou perfeitamente. Até ela começar a ser quem era. Quando precisou de instruções mais claras, previsibilidade e treinamento adequado, a diversidade deixou de enriquecer o ambiente e começou a “não aderir à cultura”.

É impressionante como algumas empresas amam a diferença até o momento em que ela faz alguma coisa diferente.

Um caso recente chegou à Justiça do Trabalho. Uma indústria farmacêutica foi condenada após dispensar, antes do fim do contrato de experiência, uma auxiliar de produção com Transtorno do Espec-

tro Autista. Não apresentou justificativa técnica, econômica ou disciplinar e não ofereceu treinamento individualizado.

Em sua defesa, afirmou que ela recebeu o mesmo tratamento dado aos demais funcionários. A empresa provavelmente achou que estava demonstrando igualdade. Acabou produzindo uma confissão.

Se a inclusão corporativa precisasse escolher um epitáfio, “tratamos todos da mesma forma” seria bastante competitivo.

Tratar todas as pessoas exatamente da mesma maneira só é justo quando todas encontram as mesmas barreiras, têm as mesmas necessidades e partem das mesmas condições. Fora disso, o tratamento idêntico pode ser apenas negligência usando crachá de neutralidade.

A pessoa diversa ideal para algumas organizações é aquela que entra pela cota, melhora o indicador, aparece na foto e nunca exige que processo algum seja revisto. Uma diversidade funcional, silenciosa e de baixa manutenção. De preferência, disponível em PowerPoint.

Mas a Lei Brasileira de Inclusão não garante apenas o direito de atravessar a catraca. Garante trabalho em ambiente acessível e inclusivo, com igualdade de oportunidades.

Contratação é porta. Inclusão é arquitetura.

Para saber se uma empresa inclui de verdade, não basta contar quem entrou. É preciso observar quem consegue trabalhar, permanecer e se desenvolver. Muitas comemoram a entrada, improvisam as condições, responsabilizam a pessoa pela

permanência e jamais chegam ao desenvolvimento.

Depois de muitos anos em RH, aprendi a desconfiar de certas expressões, e “fit cultural” está entre elas. Fit cultural, aliás, é uma expressão muito elegante. Pode significar alinhamento de valores. Mas também pode ser a forma educada de dizer: “Sua diferença começou a dar trabalho.”

A deficiência não está apenas nas características de uma pessoa. Também está no encontro entre essas características e as barreiras que a organização decidiu conservar.

Essa perspectiva muda a pergunta. Em vez de “por que ela não se adaptou?”, precisaríamos perguntar: **“o que fizemos para que ela pudesse trabalhar?”**

E essa pergunta custa mais do que uma campanha de diversidade. Exige preparo da liderança, adaptação razoável, escuta e revisão de processos supostamente neutros, quase sempre construídos para quem já corresponde ao padrão dominante.

A empresa queria cumprir a cota.

A profissional entrou.

O autismo veio junto.

E, aparentemente, não estava previsto na vaga.

(*) - Psicóloga por formação e inconformada por vocação. Há mais de 25 anos atua na transformação de culturas organizacionais, desenvolvimento de lideranças e reinvenção de modelos que aproximem empresas das pessoas — e não o contrário. Já esteve à frente de áreas estratégicas de RH em grandes corporações nacionais e multinacionais, do chão de fábrica ao boardroom, do Norte ao Sul do Brasil.



Crédito - a ideia e a ironia: Ana Luisa Winckler. A IA segurou o lápis. O Mundo forneceu o absurdo.

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

3º Subdistrito - Penha de França

Albert Broday Rodrigues - Oficial do Registro Civil

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **GABRIEL MUQUIM KLOSS**, profissão: analista de T.I., estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 30/03/1994, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Jair Kloss e de Sílvia Maria dos Santos Kloss. A pretendente: **ANDREZA DA SILVA PAULO**, profissão: empreendedora, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 06/07/1995, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Cícero Rodrigues Paulo e de Cícera Maria da Silva.

O pretendente: **ANDERSON PERES VILAS BOAS**, profissão: analista administrativo, estado civil: divorciado, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 05/11/1983, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Jose Peres Pierini e de Marli Guedes Peres. A pretendente: **LARA RANIELLEY EVANGELISTA SILVA**, profissão: assistente administrativa, estado civil: solteira, naturalidade: Várzea da Palma, MG, data-nascimento: 12/09/1995, residente e domiciliada em Guarulhos, SP, filha de Luiz Carlos Pereira da Silva e de Elane Evangelista da Silva.

O pretendente: **FERNANDO CAMARGO JÚNIOR**, profissão: autônomo, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 19/05/1987, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Fernando Camargo e de Edina Aiala Alonso Camargo. A pretendente: **CAMILA COSTA BARBOSA**, profissão: analista financeira, estado civil: divorciada, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 25/10/1985, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de José Roberto Barbosa e de Maria Aparecida Soares da Costa.

Opretendente: **GABRIEL RESENDE DOS SANTOS**, profissão: moderador de conteúdo, estado civil: solteiro, naturalidade: Capivari, SP, data-nascimento: 16/07/2001, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Flávio José dos Santos e de Luciana Miranda Resende dos Santos. A pretendente: **VICTORIA BARBOSA DA COSTA FELIZ**, profissão: escriturária administrativa, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 21/07/1998, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Humberto de Campos da Costa Feliz e de Claudia Barbosa Feliz.

O pretendente: **RONIVALDO CONCEIÇÃO SILVA**, profissão: coordenador de transporte, estado civil: divorciado, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 16/03/1986, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Florisvaldo Pereira da Silva e de Aparecida Alice da Conceição Silva. A pretendente: **LUCIMARA RODRIGUES**, profissão: técnica de enfermagem, estado civil: divorciada, naturalidade: Miracatu, SP, data-nascimento: 15/06/1969, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Pedro Rodrigues e de Alexandrina Ribeiro Rodrigues.

O pretendente: **MATEUS DA ROCHA BRITO**, profissão: bancário, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 03/05/1995, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Ruben da Silva Brito e de Elienai Moraes da Rocha Brito. A pretendente: **JULIANA ESTIMA SILVA**, profissão: psicóloga, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 17/11/1995, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Eduardo Silva e de Maria Zulene Silva.

Ferramentas digitais são aliadas no combate ao ‘juridiquês’

Consulta a processos públicos pode se tornar mais acessível quando informações dispersas são reunidas e apresentadas de forma compreensível; segundo Dalila Pinheiro, advogada, Coordenadora Jurídica e DPO do Escavador, simplificar a linguagem jurídica sem perder a precisão é um dos principais desafios para democratizar esse acesso

Celebrado em 28 de setembro, o Dia Internacional do Acesso Universal à Informação reforça a importância de tornar dados públicos mais acessíveis e compreensíveis para a população. No campo jurídico, esse desafio envolve não apenas encontrar informações sobre processos, mas também superar a linguagem técnica e a fragmentação dos dados em diferentes sistemas da Justiça.

Nesse cenário, ferramentas digitais podem facilitar a consulta e aproximar cidadãos e empresas de informações que ajudam na compreensão de situações jurídicas e na tomada de decisões. O desafio não está apenas em localizar um processo, mas em transformar a informação encontrada em conhecimento que possa ser compreendido por quem não é especialista. Para cidadãos, isso pode significar acompanhar com mais autonomia uma ação da qual fazem parte, entender em que etapa está um processo ou pesquisar informações antes de tomar determinadas decisões.

A advogada, Coordenadora Jurídica e Encarregada de Proteção de Dados (DPO) do Escavador, Dalila Pinheiro, explica que tornar a informação jurídica mais acessível pode mudar a relação das pessoas com situações que envolvem o Judiciário. Segundo ela, a dificuldade muitas vezes não está na ausência da informação, mas na distância entre o dado disponível e a ca-



pacidade de compreendê-lo.

“Hoje, boa parte da ansiedade que alguém sente com um processo não vem do processo em si, mas da sensação de dependência: não saber o que está acontecendo, precisar ligar pro advogado pra entender um andamento. Isso piora quando entra o ‘juridiquês’, uma linguagem complexa, confusa e difícil até pra quem lida com ela todos os dias, imagine pra quem não é da área. Quando essa informação fica acessível e, principalmente, é traduzida para uma linguagem simples, a pessoa leiga deixa de depender de um intermediário só pra entender o que está em jogo, e passa de espectador da própria situação jurídica para participante dela, com mais segurança, autonomia e confiança”, explica.

Um dos usos possíveis está no acompanhamento do próprio processo, permitindo que a pessoa tenha uma visão mais clara sobre o andamento de uma ação, decisões já tomadas e movimentações registradas. A consulta também pode ser utilizada de maneira preventiva, como antes de alugar um imóvel, contratar

um prestador de serviço ou estabelecer uma relação comercial. A existência de um processo, isoladamente, não determina a confiabilidade de uma pessoa ou empresa, mas o histórico pode oferecer elementos adicionais para contextualizar uma situação. No ambiente empresarial, essas informações também podem integrar processos de diligência e avaliação de parceiros, junto a outros dados relevantes.

“Existem três camadas de desafio. A primeira é de fragmentação: a informação jurídica no Brasil está espalhada em dezenas de sistemas de tribunais diferentes, cada um com sua própria estrutura, formato e forma de acesso. Antes de simplificar qualquer coisa, é preciso conseguir reunir essa informação, que por padrão nasce dispersa. A segunda é de linguagem: o juridiquês não é só um estilo de escrita, é uma barreira real de compreensão. Simplificar sem perder precisão técnica exige cuidado, errar pra ‘mais simples’ pode gerar uma informação incorreta ou incompleta, e errar pra ‘mais técnico’ devolve a pessoa pra estaca zero, sem resolver o problema

de acesso. A terceira é de atualização: informação jurídica muda constantemente, então não basta traduzir uma vez. É preciso manter esse conhecimento atualizado e confiável ao longo do tempo, o desafio não é só de tradução pontual, é de manutenção contínua, garantindo que a versão simplificada que a pessoa está lendo ainda reflete a realidade do processo”, afirma.

É nesse contexto que plataformas como o Escavador buscam facilitar o acesso a informações públicas. A ferramenta reúne dados provenientes de mais de 600 fontes oficiais, incluindo informações processuais, publicações em diários oficiais e dados do Currículo Lattes. A plataforma recebe, em média, meio milhão de consultas por dia.

“Ter acesso a processos judiciais ajuda alguém a se proteger antes mesmo de um problema virar processo: checar se a pessoa que vai te alugar um imóvel, contratar como prestador de serviço ou fechar negócio já responde a alguma ação, ou tem um histórico que muda a forma como você decide seguir ou não. É uma camada de segurança que evita que a pessoa só descubra o risco depois que já é tarde demais. O Escavador não compete com o advogado nessa relação, ele complementa. O advogado continua sendo quem orienta juridicamente e representa a pessoa, mas o cliente ganha autonomia para entender o próprio processo”, conclui Dalila.

A Mente do Cliente

Neiva Mendes (*)



O maior amor de todos

Há alguns dias, vi um vídeo de um jovem cantando “The Greatest Love of All”, creio que quase todo mundo já tenha visto. Um jovem simples, aparentemente com muito pouco, cantando com tudo o que tinha. Creio que muitos riram do inglês inventado, das palavras que ele criava para caber na música; eu não ri, chorei e chorei muito. Porque pouco importava se aquele inglês existia ou não; existia a música e, principalmente, a vontade imensa de cantar.

Ele cantava com paixão, força e orgulho, como se não houvesse pobreza ou falta de oportunidades, ou alguém ou algo capaz de lhe dizer que aquele lugar não lhe pertencia.

Aquilo me levou para muito longe; voltei aos meus 16 anos, quando ouvi pela primeira vez “The Greatest Love of All” na voz de George Benson. A gravação de Whitney Houston viria oito anos depois. Também chorei naquela primeira vez, em 1977.

Uma música nunca chega sozinha. Ela chega acompanhada de nossa vida, do lugar onde estamos, das esperanças, dos medos e de tudo o que acontece ao nosso redor. O Brasil vivia uma ditadura. Naquele ano, o general Ernesto Geisel fechou temporariamente o Congresso Nacional e impôs o chamado Pacote de Abril, adiando mais uma vez o retorno à democracia.

Mas 1977 também foi ano de resistência; Goffredo da Silva Telles Jr. leu, no Largo de São Francisco, a histórica Carta aos Brasileiros, em defesa da democracia. O movimento estudantil ressurgia e os trabalhadores voltavam a se mobilizar, e eu só tinha 16 anos.

Mal compreendia a dimensão histórica de tudo aquilo, mas algumas coisas a gente sente antes mesmo de poder explicá-las, e a emoção que “The Greatest Love of All” gerava era uma delas.

Ela foi escrita para o filme The Greatest, filme sobre a trajetória do atleta Muhammad Ali. Não poderia haver melhor personagem para aquela canção. Ali foi revolucionário no ringue; meu pai amava vê-lo lutar! Mas sua grandeza era muito

maior que o boxe. Homem negro, enfrentou o racismo e a opressão, recusou-se a servir na Guerra do Vietnã, pagando um preço enorme por suas convicções.

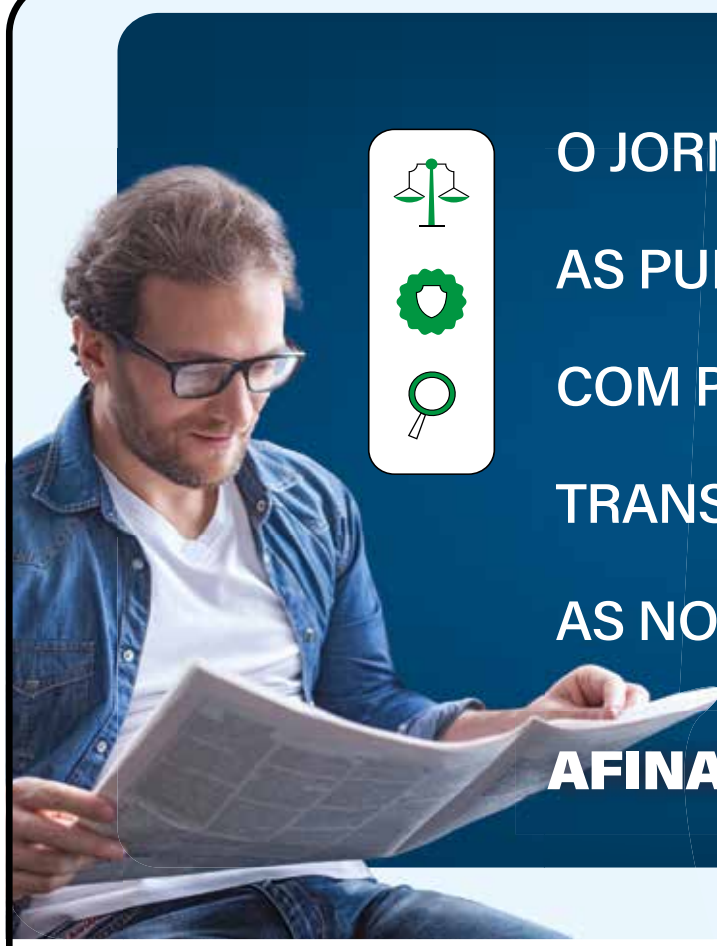
Quase cinquenta anos depois, vejo aquele jovem cantando uma música que talvez não consiga pronunciar em inglês, mas que parece compreender com a alma. E aí tudo se conecta: 1977 e hoje, Muhammad Ali e aquele jovem simples, os meus 16 anos e os meus olhos de agora e bate uma tristeza imensa! Em quase cinquenta anos, avançamos tanto. A tecnologia transformou o mundo; carregamos no bolso coisas que naquela época seriam possíveis só no desenho animado dos Jetsons. Inteligência artificial, medicina, comunicação, ciência, fizemos coisas extraordinárias! Mas, quando olho para aquele jovem, penso no quanto avançamos pouco naquilo que talvez fosse mais importante.

Continuamos convivendo com desigualdades imensas, lutando contra o racismo, precisando defender a democracia, encontrando pessoas a quem faltaram oportunidades tão básicas que aprender uma língua estrangeira parece coisa de outro mundo. E, mesmo assim, aquele jovem canta! Talvez tenha sido isso que me fez chorar tanto. Ele não esperou aprender inglês, não esperou ter a roupa certa, a pronúncia certa, o lugar certo ou a vida certa; ele só cantou.

Fez caber sua vida na música e colocou algo que conhecia muito bem: sentimento.

E possivelmente, sem saber exatamente o que dizia cada palavra, tenha compreendido profundamente a mensagem que aquela canção carrega há quase cinquenta anos: a luta continua! A luta pela democracia, contra o racismo, contra a opressão e para que talento e dignidade não dependam do lugar onde alguém nasceu. Mas existe também aquela que travamos dentro de nós para não permitir que o mundo determine o nosso valor.

(*) - É uma das principais vozes no Brasil em Governança, Inovação e Inteligência Artificial Aplicada aos Negócios. É Business Partnership Manager no Grupo Ag Capital, Referência em Taxtech.





O JORNAL CERTIFICA
AS PUBLICAÇÕES LEGAIS
COM PONTUALIDADE E
TRANSPARÊNCIA, CUMPRINDO
AS NORMAS JURÍDICAS.
AFINAL, O JORNAL É LEGAL.



Fórum da
Autorregulação
do Mercado
Publicitário



ASSOCIAÇÃO
NACIONAL
DE JORNAIS



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DAS AGÊNCIAS E VEÍCULOS
ESPECIALIZADOS EM
PUBLICIDADE LEGAL



JORNAIS DO INTERIOR



Cooperativa de Trabalho Rainha da Reciclagem
EDITAL DE CONVOCAÇÃO

Pelo presente, ficam convocados os Cooperados da Cooperativa de Trabalho Rainha da Reciclagem a participarem da Assembleia Geral Extraordinária que se realizará no dia 10/10/2026, nesta capital sito a Rua. Japichaua Nº 313- Cep:03813-310-Jd. Matarazzo- Capital-SP em 1º chamada às 15:00hs e em 2º chamada às 15:30hs, para deliberar a seguinte Pauta: 1º) – Vacância; 2º) – Remanejamento de Cargo; 3º) – Eleição e Posse dos Cargos Vagos; 4º) – Reforma do Estatuto.

São Paulo, 26 de setembro de 2.026

Maria Madeion Evangelista Conde
C.P.F 892.836.194-04

K-3009

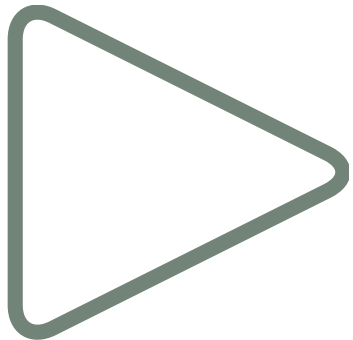
EDITAL DE CONVOCAÇÃO DE ASSEMBLEIA GERAL ORDINÁRIA
EDITAL DE CONVOCAÇÃO DE ASSEMBLEIA GERAL ORDINÁRIA para ELEIÇÃO DO CORPO DIRETIVO da
ESTIMAÇÃO SOCIEDADE DE PROTEÇÃO AOS ANIMAIS - CNPJ Nº 03.962.416/0001-89, com sede na Rua Caropá, 202
- V. Madalena, na Capital do Estado de S. Paulo, CEP 05447-000

A Presidente da ESTIMAÇÃO SOCIEDADE DE PROTEÇÃO AOS ANIMAIS, CNPJ 03.962.416/0001-89, sra. NORINA RIENZI NUNES, brasileira, viúva, assistente social, RG 3.028.807-1 SSP-SP, CPF 230.531.948-72, residente na Rua Candido Augusto B. Dorez, 75 Jd Alvorada, Capital, SP, CEP 05528-160, no uso das atribuições a que lhe confere o Estatuto Social, através do presente EDITAL, CONVOCA os ASSOCIADOS para comparecimento em ASSEMBLEIA GERAL ORDINÁRIA, a ser realizada na Rua Caropá, nº 202, V. Madalena, na Capital do Estado de S. Paulo, CEP 05447-000, no dia 09/10/2026 em 1ª chamada às 10 horas, com a presença de 2/3 dos Associados com direito a voto; e em 2ª chamada às 10 horas e 30 minutos, com qualquer número de Associados presentes, para: discutir e votar a respeito da seguinte ordem do dia:

1) ELEIÇÃO da NOVA DIRETORIA da ESTIMAÇÃO SOCIEDADE DE PROTEÇÃO AOS ANIMAIS, CNPJ 03.962.416/0001-89;
2) Outros assuntos de interesse social;
3) O não comparecimento dos Associados implicará na tática aceitação de todos os assuntos ventilados e aprovados na Assembleia. S. Paulo, 30 de setembro de 2026.

NORINA RIENZI NUNES
Presidente da ESTIMAÇÃO SOCIEDADE DE PROTEÇÃO AOS ANIMAIS

K-3009



Com o início da semeadura da Safra 2026/27 em regiões produtoras do Brasil, agricultores que cultivam terras arrendadas precisam acrescentar uma verificação ao planejamento: a situação jurídica do imóvel. Ao julgar, por unanimidade, o Recurso Especial 2.187.412/MT, a Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça (STJ) decidiu que a perda da propriedade rural pelo arrendador, por decisão judicial, implica a extinção automática do contrato de arrendamento.

Na prática, o entendimento do tribunal diferencia a venda voluntária do imóvel da perda judicial da propriedade. Isso significa que ter um contrato formal assinado e devidamente registrado com quem se apresentava como proprietário ou possuidor não garante, em todas as situações, a permanência na terra até o término do prazo pactuado.

A legislação agrária brasileira prevê proteção ao produtor quando o imóvel é vendido livremente pelo proprietário. Contudo, no caso analisado, a Terceira Turma do STJ entendeu que o cenário é diferente quando o arrendador perde a propriedade por decisão judicial. Nessa situação, não ocorre a transferência automática do contrato para o proprietário reconhecido pela Justiça. Uma das maiores dúvidas de quem já realizou o plantio ou comprou insumos para a Safra 2026/27 diz respeito à desocupação da área. A extinção do contrato não se traduz na interrupção imediata ou no abandono forçado de uma lavoura em andamento.



SAFRA 2026/27

DISPUTA PELA PROPRIEDADE PODE ENCERRAR ARRENDAMENTO ANTES DO PRAZO

São Paulo muda regra de corte de laranjeiras com greening

São Paulo adota novas regras para o corte de laranjas contaminadas pelo greening; trata-se de um controle de pragas que incide na plantação conforme a presença da doença em cada Município. Nos lugares mais afetados, a eliminação somente é obrigatória às plantas que estejam infectadas e com até três anos de idade. Em locais cuja enfermidade ainda é baixa, todas as árvores devem ser cortadas.

As áreas mais impactadas são Limeira (82,1%), Porto Ferreira (72,43%) e Avaré (69,5%). Diante do levantamento mais recente do Fundo de Defesa da Citricultura (Fundecitrus), a regulamentação tem ganhado cada vez mais relevância. Neste ano (2026), o greening atingiu 48% das plantações de laranja do cinturão formado por São Paulo e pelo Triângulo e Sudoeste de Minas Gerais. Em 2025, havia uma presença de 47,63% nas lavouras.

O crescimento (0,45) foi o menor da última década, o que significa que a disseminação do inseto se tornou morosa, permitindo ao agricultor a renovação dos pomares. A doença ainda está presente na maior parte das árvores, tornando-se mais severa nas plantas que estão no campo. Contudo, a severidade e a letalidade de tal ocorrência subiu de 22,7% para 27%, de um ano a outro (2025-2026). Nas áreas produtivas, passou de 25,9% para 31%.

Qualidade da água impacta produtividade na pecuária

Divulgação Connan



Tão importante quanto uma alimentação balanceada, a qualidade da água é um fator que pode influenciar diretamente os resultados das fazendas, afetando a saúde, o ganho de peso e o desempenho produtivo do rebanho. Por esse motivo, a oferta de água em quantidade e qualidade adequadas deve estar entre os pontos de atenção dos pecuaristas, tanto em sistemas a pasto quanto em confinamento.

Como a água representa entre 50% e 70% do peso corporal dos bovinos e participa de processos como digestão e absorção de nutrientes, sua disponibilidade é essencial para o organismo. De acordo com o zootecnista e diretor técnico industrial da Connan, Bruno Marson, um bovino pode sobreviver mesmo após perdas significativas de gordura corporal e tecido muscular, mas a redução de 10% a 12% da água corporal pode levar o animal à morte.

“Água limpa atrai os animais. Já a água suja, com lodo ou fezes, reduz a ingestão diária de água, o que também pode diminuir o consumo de alimentos e comprometer o desempenho do rebanho. O fornecimento de água limpa pode aumentar significativamente o ganho diário de peso, somando dezenas de quilos extras por boi ao fim de um ciclo”, explica Marson.

Além de prejudicar o consumo e o desempenho dos animais, a água contaminada pode transmitir doenças como verminoses, leptospirose e botulismo. Por isso, é preciso que o gado disponha de infraestrutura adequada para ter acesso ao recurso, com bebedouros limpos e boa vazão. Medidas relacionadas à qualidade, disponibilidade e manejo da água podem contribuir para melhorar os resultados da propriedade. Além disso, a oferta de água limpa ajuda a reduzir a ocorrência de doenças, os gastos com medicamentos e a mortalidade, além de favorecer o desenvolvimento dos animais.

Marson observa que, para tratar a água do rebanho de maneira eficiente e com baixo custo, o foco deve estar no isolamento das fontes nativas, na desinfecção química e no manejo físico dos reservatórios. Ele pontua que é preciso evitar que o gado tenha acesso direto a açudes, rios ou barreiros, já que a entrada dos animais nessas áreas favorece a contaminação por fezes e urina e revolve o lodo depositado no fundo. O recomendado é isolar açudes e córregos com cercas para proteger as margens e usar bombas para conduzir a água da superfície do açude para caixas d'água centrais, de onde ela pode seguir por gravidade para os bebedouros dos pastos.

Tirolez leva conhecimento sobre queijos ao consumidor com projeto Pilulas TEQ

A Tirolez apresenta o projeto Pilulas TEQ, uma série de vídeos da Tirolez Escola do Queijo criada para levar conhecimento sobre o universo dos queijos ao consumidor. Os conteúdos, publicados no Instagram, trazem informações sobre diferentes tipos de queijos, composição, tabela nutricional, derretimento e outros temas relacionados à categoria.

A proposta é tornar o conhecimento sobre queijos acessível, ajudando o consumidor a entender melhor os produtos e suas particularidades. A iniciativa reforça o compromisso da Tirolez em informar e gerar valor ao longo da jornada do consumidor, com conteúdos que contribuem para escolhas mais conscientes e ampliam a compreensão sobre os produtos. Além de apresentar informações, o projeto busca desmistificar alguns conceitos sobre os queijos e mostrar novas possibilidades de consumo, indo além das formas mais convencionais.

Com uma abordagem leve e didática, a TEQ (Tirolez Escola do Queijo) convida os consumidores a explorarem novos sabores e harmonizações. As Pilulas TEQ mostram a diversidade por trás de cada tipo de queijo. Assista em: <https://www.instagram.com/tirolezqueijos/>.

Destaque I

Divulgação GAFFFF



ABMRA leva ao GAFFFF debate sobre como a comunicação torna um negócio relevante no agro

Em um agronegócio que amplia sua complexidade, diversifica públicos e acelera a transformação dos negócios, marketing e comunicação passam a ocupar um espaço cada vez mais próximo das decisões estratégicas das empresas. É nesse contexto que a Associação Brasileira de Marketing Rural e Agro (ABMRA), uma das entidades realizadoras do GAFFFF São Paulo 2026, leva ao evento dois painéis dedicados a discutir como marcas - seja produto, serviço ou uma fazenda - podem construir relevância e como a comunicação pode transformar estratégia em relacionamento e valor. Realizado nos dias 1º e 2 de outubro, no Nubank Parque, em São Paulo (SP), o GAFFFF reúne diferentes agentes do agronegócio em torno de conteúdo, negócios, gastronomia e entretenimento. No dia 2, a ABMRA conduz os painéis “Propósito e Posicionamento de Marca: Como Construir Negócios Relevantes no Agro”, às 11h, e “Estratégia de Comunicação: Como Criar Conexões que Geram Valor”, às 12h.

Destaque II

Chico Cineasta



3 Corações reforça protagonismo e se destaca no Rock in Rio 2026

A 3 Corações movimentou o Rock in Rio 2026, levando uma série de ativações ao festival. Além do lançamento da sua nova linha de Cafés Gelados, a marca apostou na distribuição de brindes nostálgicos, como bichinhos virtuais, e no já tradicional Refil de Café Infinito. Para o público do festival, a 3 Corações contou com dois espaços de acesso: o estande principal e um segundo ponto de ativação. Ao todo, a operação da marca somou cerca de 300 pontos de café distribuídos por diferentes áreas da Cidade do Rock, incluindo espaços destinados ao público, área VIP, backstage e camarins. Durante o evento, mais de 90 mil pessoas passaram pelos espaços da marca. Ao todo, foram servidos mais de 70 mil litros de café, o suficiente para encher 6 caminhões-pipa. A marca vendeu mais de 84 mil copos, distribuiu cerca de 12 mil brindes e registrou aproximadamente 10 mil acessos ao rooftop (www.3coracoes.com.br).

O verão chegou mais cedo para a biossegurança animal

Ainda não é verão, mas boa parte do país já enfrenta a primeira onda de calor da primavera, com alerta vermelho do Inmet em oito estados e termômetros que podem passar dos 40 °C no Centro-Oeste. O episódio antecipa o que vem pela frente: o próximo verão deve repetir, e possivelmente ampliar, o padrão de calor extremo dos últimos anos. É um cenário que favorece a proliferação de vírus, bactérias e vetores de doenças que afetam diretamente a criação animal. A pressão climática representa um desafio crítico para o agronegócio brasileiro, especialmente quando o país depende de sua competitividade sanitária para sustentar as exportações agropecuárias. No primeiro semestre de 2026, o setor exportou o recorde de US\$ 87 bilhões, segundo o Ministério da Agricultura e Pecuária (Mapa), com destaque para as carnes bovina, de frango e suína. A combinação de estresse térmico nos animais, aumento da carga microbiana em ambientes de produção e o maior risco de contaminação durante transporte e manejo exige uma transição rápida para modelos mais robustos, preventivos e tecnológicos de controle sanitário.

54ª Festa das Rosas e Flores de Barbacena é confirmada para os dias 8 a 12 de outubro

Um dos eventos mais tradicionais de Minas Gerais, a Festa das Rosas e Flores chega à sua 54ª edição para celebrar a vocação que consagrou Barbacena, no Campo das Vertentes, como a Cidade das Rosas. De 8 a 12 de outubro, o Parque de Exposições Senador Bias Fortes se transforma no maior encontro de floricultura do interior mineiro, reunindo exposições, shows, gastronomia, oficinas e concursos em uma festa que atravessa quase seis décadas — tudo com entrada gratuita.

Grunner Day reúne setor sucroenergético e apresenta novas tecnologias

A Grunner promoveu, nos dias 23 e 24 de setembro, a terceira edição do Grunner Day, encontro dedicado à inovação, à troca de conhecimento e ao desenvolvimento da produtividade no campo. Realizado em Lençóis Paulista (SP), o evento reuniu mais de 300 produtores de cana-de-açúcar, representantes e gestores de usinas de diversas regiões do país (www.grunner.com.br).

Inscrições para a 2ª Seleção de Vinhos de BRS Lorena são prorrogadas até 2 de outubro

As vinícolas interessadas em participar da 2ª Seleção de Vinhos de BRS Lorena ganharam mais alguns dias para realizar suas inscrições. O prazo, inicialmente previsto para a última sexta-feira (25), foi prorrogado até 2 de outubro. A ampliação do período busca possibilitar a participação de um número ainda maior de vinícolas de diferentes regiões do país, fortalecendo a representatividade da Seleção e a valorização dos produtos elaborados com a BRS Lorena, cultivar desenvolvida pela Embrapa (www.embrapa.br/uva-e-vinho/selecao-brs-lorena).



Conseville-RE, Divulgação

OPINIÃO

A revolução da rastreabilidade: PNIB, IoT e o futuro da pecuária brasileira

Werter Padilha (*)

A pecuária brasileira vive um momento que representa um divisor de águas.

De um lado, o Brasil alcançou no primeiro semestre de 2026 o maior volume de exportações de carne bovina de sua história: 1,705 milhão de toneladas, crescimento de 15,5% em relação ao primeiro semestre de 2025, segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior compilados pela Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (ABIEC). De outro, aumentam as exigências internacionais por evidências sanitárias, ambientais e de origem da proteína bovina brasileira.

O episódio mais recente evidência a dimensão desse desafio. Em 3 de setembro de 2026, entraram em vigor restrições da União Europeia ao ingresso de produtos brasileiros de proteína animal, decorrentes das regras europeias para o uso de antimicrobianos. O Ministério da Agricultura e Pecuária e o Ministério das Relações Exteriores confirmaram oficialmente o início das restrições, enquanto a ABIEC registrou a interrupção das exportações brasileiras de carne bovina para o bloco. O episódio demonstra que declarações de conformidade até então prestadas já não são suficientes: cada vez mais, será necessário apresentar evidências verificáveis e auditáveis.

Outra transformação de enorme impacto será a aplicação do Regulamento Europeu sobre Produtos Livres de Desmatamento (EUDR), inicialmente aprovado em 2023 e cuja entrada foi postergada mais de uma vez. Segundo o cronograma divulgado pela Comissão Europeia, a regra passa a ser aplicada a operadores médios e grandes em 30 de dezembro de 2026 e à maioria dos micros e pequenos operadores em 30 de junho de 2027. Os bovinos integram as commodities abrangidas. Para a pecuária brasileira, urge a necessidade de demonstrar a origem dos animais, a geolocalização das propriedades envolvidas e a conformidade socioambiental e sanitária ao longo da cadeia.

Nesse cenário, o avanço do Plano Nacional de Identificação Individual de Bovinos e Búfalos (PNIB) torna-se fundamental. Mas existe uma distinção que precisamos compreender: identificar um animal não significa monitorá-lo. A identificação estabelece sua identidade. O monitoramento automatizado permite acompanhar sua movimentação e produzir registros que contribuem para a construção de um histórico de evidências. É essa combinação que transforma dados em informações úteis para a defesa sanitária, a gestão da propriedade e a comprovação de origem.

Na pecuária, em que os ciclos produtivos podem durar anos e envolver diferentes fases — cria, recria e engorda — em propriedades distintas, a rastreabilidade de ponta a ponta permite construir evidências sobre a trajetória do animal, seu histórico sanitário e as propriedades pelas quais passou, fortalecendo a comprovação

de conformidade exigida pelos mercados compradores. Trata-se de uma infraestrutura que deveria estar mais avançada no Brasil, porque sua ausência não representa apenas um problema tecnológico: representa risco sanitário, comercial e socioeconômico para toda a cadeia produtiva.

A identificação individual associada ao monitoramento da movimentação dos animais também fortalece a defesa sanitária. Diante de eventual foco de enfermidade, reconstruir a trajetória de um bovino e identificar por quais locais na própria fazenda ou propriedades passou permite direcionar investigações e medidas de contenção com maior precisão.

Para o pecuarista, essa transição exige investimentos, integração com sistemas de gestão e capacitação da mão de obra. Mas esse custo precisa ser confrontado com riscos potencialmente maiores, como a perda de mercados compradores. Cabe contabilizar ainda os possíveis ganhos de produtividade e valorização da produção proporcionados pela rastreabilidade.

O Brasil já desenvolve tecnologias capazes de contribuir para essa transformação. A parceria entre a Taggen e a Embrapa Pecuária Sudeste desenvolve soluções já operacionais baseadas em Internet das Coisas (IoT), Bluetooth Low Energy (BLE) e computação em nuvem, com identificação individual, monitoramento da movimentação e geolocalização dos animais. A tecnologia também avança na automação da coleta e integração de dados e na construção de históricos digitais auditáveis, criando uma infraestrutura capaz de apoiar verificações de origem e conformidade socioambiental.

E os ganhos não se restringem ao atendimento das exigências internacionais. A mesma infraestrutura abre oportunidades porteira adentro, com aplicações em desenvolvimento para aprimorar a gestão do rebanho, a localização dos animais, a otimização de processos produtivos e, progressivamente, o bem-estar animal e a pecuária de precisão. A tecnologia deixa, assim, de ser apenas um instrumento de conformidade e passa a representar uma oportunidade de geração de valor. Isso atende a uma demanda crescente do próprio consumidor brasileiro, que também exige transparência, bem-estar animal e procedência comprovada da proteína animal que chega à mesa.

O futuro da pecuária brasileira dependerá cada vez mais da nossa capacidade de transformar inovação tecnológica em evidências confiáveis. Identificar é necessário, mas identificar já não basta. Precisamos monitorar, registrar, integrar e comprovar. É assim que podemos proteger mercados, aprimorar nossa defesa sanitária, aumentar a eficiência das propriedades e demonstrar, com dados e responsabilidade, a qualidade e a sustentabilidade da produção pecuária brasileira.

(*) CEO da Taggen Industries & Services e da Sawluz Tecnologia e Serviços. Conselheiro da ABES - Associação Brasileira das Empresas de Software.

China adia novas compras de soja e mantém disputa entre Brasil e EUA em aberto

Sem novos volumes anunciados após encontro entre Trump e Xi Jinping, mercado chinês chega aos próximos meses com 39,4% da demanda já contratada e deve voltar a ganhar força nas compras a partir de dezembro

A reunião entre Donald Trump e Xi Jinping não trouxe novos volumes de soja nem mudanças nas condições comerciais para o produto americano, mantendo praticamente inalterado o cenário de disputa pela demanda chinesa. Com 13,73 milhões de toneladas de soja dos Estados Unidos já contratadas e outras 11,3 milhões ainda necessárias para completar o compromisso anual de 25 milhões de toneladas, a atenção do mercado se volta agora para o momento em que a China voltará às compras e para qual origem será escolhida.

Ao mesmo tempo, o Brasil chega aos próximos meses com uma posição relevante. A China já contratou cerca de 28 milhões de toneladas brasileiras, contra 13,73 milhões dos Estados Unidos e 1,65 milhão de Argentina e Uruguai. A diferença tarifária também permanece: a soja americana está sujeita a uma tarifa total de 13% para entrar no mercado chinês, enquanto a brasileira enfrenta 3%.

Para Isabella Pliego, analista de inteligência e estratégia da Biond Agro, o comportamento da China nos próximos meses será determinante para entender como a demanda será distribuída entre as duas principais origens.

“A China entra nos próximos meses com uma parcela importante da sua necessidade já coberta e, por isso, pode esperar para avaliar preços, disponibilidade e as condições comerciais antes de ampliar as compras. O ponto de atenção passa a ser dezembro e o início de 2027, quando essa cobertura diminui e a nova safra brasileira começa a ganhar espaço”, destaca.

Mais da metade do compromisso americano já foi contratado

Dos 25 milhões de toneladas que a China se comprometeu a comprar anualmente dos Estados Unidos entre 2026 e 2028, aproximadamente 13,73 milhões já estão contratadas. O volume representa cerca de 55% do compromisso, deixando aproximadamente 11,3 milhões de toneladas para completar a programação de 2026.

Antes do encontro entre Trump e Xi, o mercado trabalhava com possibilidades de ampliação desse compromisso para algo próximo de 27 milhões a 28 milhões de toneladas, enquanto cenários mais otimistas consideravam 30 milhões. Até o momento, porém, nenhum aumento foi anunciado.

A entrada da nova safra americana aumenta a disponibilidade de soja justamente no período em que a China costuma ampliar sua presença nos Estados Unidos. Por isso, o comportamento das toneladas ainda não contratadas ganha importância para a formação da demanda e



Isabella Pliego, analista de inteligência e estratégia da Biond Agro.

O ponto central não está apenas no cumprimento do acordo já existente, mas em como a China irá distribuir suas compras entre as origens.

para a percepção do mercado sobre o balanço americano.

Segundo Isabella, o ponto central não está apenas no cumprimento do acordo já existente, mas em como a China irá distribuir suas compras entre as origens.

“Completar as 25 milhões de toneladas previstas mantém uma demanda que já está no cenário. O que pode mudar a percepção do mercado é a existência de compras acima desse volume e, principalmente, o ritmo dessas compras. Para o Brasil, será importante acompanhar se a China vai antecipar parte das necessidades ou esperar pela chegada da nova safra”, complementa a analista.

China já tem 39,4% da necessidade contratada

A China chega a esta temporada com aproximadamente 111 milhões de toneladas de necessidade considerada, das quais 43,37 milhões já estão contratadas. A cobertura de 39,4% é superior aos 31,3% registrados no mesmo período do ano anterior.

Embora a necessidade total tenha aumentado cerca de 3%, o volume contratado cresceu apro-

ximadamente 28,8%. Na prática, isso significa que os chineses precisam de mais soja nesta temporada, mas começaram o ciclo com uma parcela maior da demanda já protegida.

A situação é especialmente confortável no curto prazo. Outubro está praticamente resolvido, com 10,49 milhões de toneladas contratadas para uma necessidade estimada de 10,5 milhões. Em novembro, a cobertura chega a 69%, com 5,54 milhões de toneladas compradas para uma necessidade de 8 milhões.

A abertura aumenta a partir de dezembro. A cobertura cai para 40% naquele mês e para apenas 17% em janeiro. Em fevereiro, fica em 26%; em março, sobe para 56%; e em abril, chega a 44%.

Disputa entre Brasil e EUA ganha força no fim do ano

A distribuição das compras chinesas também acompanha a sazonalidade da oferta. Os Estados Unidos aparecem à frente nos embarques contratados para outubro e novembro, período de maior disponibilidade da nova safra americana. Em outubro, são aproximadamente 6,40 milhões de toneladas dos EUA, contra 3,30 milhões do Brasil. Em novembro, são 2,90 milhões americanas e 2,11 milhões brasileiras.

A partir dos meses seguintes, porém, o cenário começa a mudar. Com a aproximação da nova safra brasileira, o Brasil volta a ganhar participação nas compras chinesas. Para fevereiro, já são cerca de 2,11 milhões de toneladas brasileiras contratadas; em março, 6,73 milhões; e, em abril, 5,48 milhões.

A combinação entre menor cobertura chinesa e maior disponibilidade brasileira deve colocar as duas origens em uma disputa mais direta a partir de dezembro e, principalmente, no início de 2027.

“É nesse intervalo que a disputa entre Brasil e Estados Unidos tende a ficar mais evidente. A China terá de decidir entre avançar nas compras durante a janela americana ou deixar parte da demanda para um momento em que a soja brasileira estará mais disponível. A tarifa também continua sendo uma variável importante nessa decisão”, afirma Isabella.

Tarifa mantém vantagem para a soja brasileira

A soja dos Estados Unidos continua enfrentando tarifa total de 13% para entrar na China, enquanto o produto brasileiro está sujeito a 3%. A diferença permanece como um fator que limita a competitividade americana, especialmente nas compras realizadas por agentes privados chineses.

Com milhares de ataques cibernéticos por ano, cooperativas do agro entram no radar da LGPD

O agronegócio brasileiro registrou 39.034 ataques cibernéticos em 2025, uma média de 3,2 mil tentativas de invasão por mês, segundo levantamento da empresa brasileira de cibersegurança ISH Tecnologia. O setor é o terceiro mais visado por cibercriminosos no Brasil, atrás apenas da indústria e do governo. Do total de ataques de ransomware registrados no país, modalidade em que criminosos bloqueiam sistemas e dados da vítima e exigem pagamento para liberar o acesso, 10% tiveram empresas do agro como alvo.

Um dos fatores que ampliaram essa exposição é a digitalização acelerada do campo. Sensores inteligentes, drones, sistemas de irrigação conectados, plataformas de rastreabilidade e ERPs integrados tornaram as operações mais eficientes, mas também aumentaram os pontos de entrada para ataques. As cooperativas agropecuárias, que faturaram R\$ 487,3 bilhões em 2025 segundo o Anuário do Cooperativismo Brasileiro, concentram dados cadastrais, financeiros e fiscais de centenas ou milhares de produtores cooperados, e estão no centro dessa fragilidade. Na prática, muitas ainda utilizam sistemas que não oferecem recursos suficientes para rastrear quem acessa as informações, quais dados são consultados e em que momento.

"A cooperativa acumula dados que vão do CPF do cooperado até o histórico de produção, crédito e tributação. Quando esse volume circula por sistemas sem controle de acesso auditável, qualquer incidente pode se transformar em um problema regulatório antes mesmo de se transformar em prejuízo financeiro", aponta Luis Carlos Crema, presidente da SOLTERRA SOLUÇÕES INTELIGENTES, desenvolvedora do ST7 COOP, o primeiro ERP do mundo construído para cooperativas do



agronegócio, com painéis de monitoramento de segurança em ambiente local e em nuvem, operação em conformidade com a LGPD e registros auditáveis do ato cooperativo.

LGPD no cooperativismo: o que a lei exige e o que ainda falta?

Em junho de 2026, a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) abriu 19 novos processos administrativos sancionadores, a maior leva da história da agência, e passou a tratar dados financeiros e de crédito de cooperativas como prioridade no Mapa Temático e de Prioridades 2026-2027, ao lado de bancos, fintechs e seguradoras. As infrações mais autuadas incluem ausência de base legal para o tratamento de dados, vazamentos, falta de transparência com titulares e segurança da informação deficiente, com multas que podem chegar a 2% do faturamento, limitadas a R\$ 50 milhões por infração.

Entre as obrigações previstas na legislação

estão a manutenção de registros das operações de tratamento de dados, a elaboração de Relatório de Impacto à Proteção de Dados Pessoais, quando aplicável, e a indicação de um encarregado pelo tratamento de dados pessoais. O cumprimento dessas exigências faz parte das medidas de adequação às regras de proteção de dados, independentemente da ocorrência de um vazamento.

Para cooperativas que operam com sistemas genéricos, sem mecanismos nativos de rastreamento de acessos e monitoramento de segurança, a adequação à LGPD exige atenção também aos recursos tecnológicos utilizados na gestão dos dados. "Os dados do produtor rural não ficam só na fazenda. Eles circulam pela cooperativa, pelo sistema fiscal, pelo módulo de crédito. Sem controle sobre quem acessa o quê e quando, não há como demonstrar de forma adequada como esses dados estão sendo tratados", alerta Crema.



(30/09) DIA INTERNACIONAL
DA COMUNICAÇÃO INTERNA

FALHAS NA COMUNICAÇÃO AINDA GERAM RETRABALHO E DESCONEXÃO ENTRE TRABALHADORES

De avisos que não chegam a mensagens perdidas no grupo: especialista da Humand analisa os principais desafios da comunicação interna que afetam principalmente profissionais operacionais

Entre mensagens rotineiras, um simples “avisamos no grupo” pode significar que uma informação importante ficou perdida entre memes, parabéns de aniversário e dezenas de comunicados no dia. O Dia Internacional da Comunicação Interna, comemorado em 30 de Setembro, chama atenção para essas situações cotidianas que podem resultar em erros, retrabalho, dúvidas recorrentes e desconexão entre colaboradores. E as próprias empresas reconhecem a lacuna. Segundo a 4ª edição da pesquisa Comunicação Interna Trends, realizada pela Indicafix e pela Progic com 289 empresas brasileiras, 53,9% admitem que sua comunicação não chega a todos os públicos. Além disso, quase 40% não medem a efetividade da sua comunicação interna.

Para Nicolás Benenzon, CEO e cofundador da Humand, plataforma que está transformando a forma como profissionais que não trabalham em frente a um computador se conectam à cultura, o desafio é especialmente relevante entre profissionais operacionais que trabalham longe das mesas de escritório e que, muitas vezes, não têm acesso a e-mail corporativo ou computador durante a jornada. No varejo, na logística, na indústria, na saúde e na hotelaria, por exemplo, mudanças de turno, comunicados, políticas internas e informações sobre benefícios precisam chegar a equipes distribuídas em diferentes unidades e horários.

“Durante muito tempo, a comunicação foi tão interna que quase não chegou a ninguém. Os mal-entendidos não são falta de vontade, e sim o sintoma de canais que não alcançam todo mundo. Porém, uma empresa só vai longe quando chega a todos os seus colaboradores”, afirma Benenzon. Pensando nisso, ele cita cinco comportamentos comuns no dia a dia das empresas e como aperfeiçoá-los. Confira:

1 “Já foi comunicado”

Publicar uma mensagem não é o mesmo que comunicá-la. Segundo o executivo, vale pensar para quem cada aviso



“Durante muito tempo, a comunicação foi tão interna que quase não chegou a ninguém. Os mal-entendidos não são falta de vontade, e sim o sintoma de canais que não alcançam todo mundo.

serve, enviá-lo pelo canal que essa pessoa realmente usa e confirmar que ele chegou.

“Uma comunicação efetiva começa antes do envio da mensagem. É preciso entender quem precisa daquela informação, como essa pessoa acessa os conteúdos no dia a dia e o que acontece depois que o comunicado é publicado. Quando essas etapas são consideradas, o conteúdo deixa de ser apenas um disparo e passa a apoiar de fato a rotina dos colaboradores”, defende o CEO da Humand.

2 “Avisamos no grupo”

Quando o mais importante divide espaço com memes e parabéns, é comum que a informação se perca. “Um grupo de conversa não deveria funcionar como mural de avisos. Quando uma mudança de turno, uma atualização de processo ou uma informação sobre benefícios compete pela atenção com dezenas de outras mensagens, encontrar aquele conteúdo depois pode se tornar um desafio”, explica Benenzon.

Por isso, a dica do especialista é separar os canais informativos dos de conversa para evitar que uma mudança de turno, por exemplo, não seja localizada por quem precisa.

3 “Com quem eu falo sobre isso?”

“Se a resposta depende de achar a pessoa certa, a informação está no lugar errado”, brinca o executivo. Para ele, ter políticas, benefícios e processos à mão e fáceis de buscar, economiza horas de todo mundo.

A inteligência artificial é uma aliada nesse processo. “Chatbots ou agentes de IA capazes de responder a dúvidas sobre políticas internas, benefícios, processos e procedimentos dão mais autonomia ao colaborador e liberam as equipes para se concentrarem em demandas que realmente precisam de interação humana”, destaca o CEO.

4 “Fala com o RH”

Muitas dúvidas que chegam ao RH se repetem. Resolvê-las com autoatendimento libera a equipe para as conversas que realmente precisam dela.

Segundo Benenzon, novamente a IA entra aqui como um apoio: em vez do colaborador precisar saber onde está o documento ou quem procurar, ele pode fazer uma pergunta em linguagem natural e encontrar a resposta de forma simples.

5 “Você sabe se minhas férias foram aprovadas?”

A incerteza também é um mal-entendido comum. Processos com status claros e avisos automáticos evitam que alguém precise correr atrás de uma resposta.

“Para a empresa, o desafio da comunicação interna vai além de escolher um canal para distribuir mensagens. A efetividade depende de garantir que a informação esteja disponível para as pessoas certas, no momento adequado e em um formato compatível com sua rotina de trabalho”, conclui o executivo.

