

Cobrança de pedágio nas rodovias

A partir do dia 1º de janeiro, o Vale-Pedágio Obrigatório deixará de ser emitido em formatos físicos, como cupons ou cartões, e passará a ser disponibilizado por meio de tags eletrônicas. A mudança, determinada pela ANTT, objetiva padronizar o sistema de cobrança de pedágio em todas as rodovias do país.

CUIDADO COM A PROTEÇÃO



TENDÊNCIAS EM FRAUDES PARA 2025 E O FUTURO DOS GOLPES DIGITAIS

▶▶▶ [Leia na página 8](#)

O que é um score de crédito e para que ele serve?

O score tradicional de crédito é uma pontuação atribuída às pessoas ou empresas que reflete a probabilidade delas pagarem suas dívidas em dia.

Essa pontuação pode variar a depender da empresa de score, como o SPC e a Serasa. Alguns aspectos principais sobre o score de crédito são o conceito de pontuação e os fatores que influenciam o score:

Pontuação – O score de crédito normalmente varia de 0 a 1.000 (ou de 0 a 850, dependendo do país e da metodologia). Quanto maior o score, menor o risco que a pessoa ou empresa apresenta para o credor.

Fatores que influenciam o score:

- **Histórico de pagamento:** Pagar suas contas (como cartão de crédito, conta de telefone, energia, financiamentos, etc.) em dia aumenta o score.
- **Dívidas pendentes:** Ter muitas dívidas abertas pode reduzir a pontuação. Por mais que você esteja pagando as dívidas em dia, ter muitas dívidas pode ser visto como um sinal de falta de controle financeiro.
- **Tempo de uso do crédito:** Quanto mais tempo você tem crédito no mercado e cumpre com os pagamentos, mais confiável você pode ser considerado.
- **Consulta de crédito:** Muitas consultas ao seu histórico de crédito em um curto período podem diminuir sua pontuação. Isso acontece porque cria-se um alerta que talvez a pessoa ou empresa esteja em má situação financeira no momento e saiba que o histórico vai sofrer mudanças.

Mas você pode se perguntar, pra que serve essa pontuação? Eu nunca vou pedir um empréstimo, preciso de um score de crédito bom? Se eu quase não uso bancos, e não tenho nenhum tipo de financiamento, eu tenho um score de crédito? A pontuação



do score de crédito serve como guia para uma empresa oferecer um serviço.

Seu score de crédito pode ser visto por essas empresas quando você vai fazer matrícula na escola de seu filho, quando você assina um novo plano de saúde ou telefone, quando vai pedir um cartão de crédito do supermercado, ou até na sua conta bancária digital que você usa apenas para fazer pix. No dia a dia, o score de crédito está sendo utilizado.

Baseado em sua pontuação, a empresa vai decidir se oferece o serviço ou não e a que custo. Por isso, é muito importante ter um bom score de crédito. Mesmo que você não tenha interesse em um empréstimo hoje, amanhã você pode querer comprar uma moto, alugar uma casa, fazer matrícula em um curso, mudar de operadora de telefone. A última coisa que você quer no seu caminho te atrapalhando é ter um baixo score de crédito.

Por outro lado, se você quase não usa bancos e não tem contas em seu nome, provavelmente você tem um score tradicional de crédito baixo, não porque você é

um mau pagador, mas porque não há dados suficientes para criar uma pontuação de crédito boa. Por este motivo há também o score alternativo de crédito, que vai além de dados financeiros.

Estes scores alternativos conseguem assim ser mais inclusivos, pois olham igualmente para todas as pessoas independentemente de renda. Em resumo, o score de crédito é uma ferramenta essencial para medir a confiabilidade financeira de indivíduos e empresas, impactando diversas áreas do dia a dia, mesmo para quem não utiliza ativamente serviços bancários ou de crédito.

Manter uma boa pontuação pode abrir portas para melhores condições em serviços como planos de saúde, financiamentos e até inscrições escolares, além de evitar complicações futuras ao acessar esses recursos. Por isso, é importante cuidar do seu score de crédito, não apenas pensando em empréstimos, mas também em todas as interações financeiras que possam surgir no futuro.

(Fonte: Rafa Cavalcanti é cofundadora e CEO da CioQ - <https://cioq.com.br/>).

2025 um ano promissor para empresas bem preparadas

O ano de 2025 se aproxima, e os empresários começam a buscar formas de acelerar o crescimento de seus negócios em meio a rápidas mudanças de mercado. ▶▶▶

Executivos: como encerrar o ano em alta performance e se preparar para 2025

O fim do ano é um momento no qual muitos executivos desaceleram o passo - as decisões mais importantes ficam para o próximo ano, o planejamento estratégico já está estruturado e a equação entre erros e acertos do período está perto de ser solucionada. ▶▶▶

Os desafios e perspectivas para a Previdência Social em 2025

A Previdência Social brasileira tem desempenhado, ao longo das décadas, um papel vital na sustentação econômica e social do país. ▶▶▶

Natal e Ano Novo: marcados pelas fraudes e crimes financeiros

A busca por presentes e a época de convenções comemorativas transformam as festas de fim de ano em datas extremamente comerciais. Conforme o Instituto para o Desenvolvimento do Varejo, o segundo semestre do ano pode ter um aumento de 7% nas vendas. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Foto: TCP/Divulgação



TCP recebe primeiro navio a utilizar novo calado máximo de 12,60 metros

A TCP, empresa que administra o Terminal de Contêineres de Paranaguá, recebeu em seu cais o navio San Marco Maersk. Com 333 metros de comprimento (LOA), 48 metros de largura (boca) e capacidade para transportar 9.669 TEUs (contêiner de 20 pés), esta é a primeira embarcação a utilizar o novo calado operacional máximo de 12,60 metros. A ampliação do calado (profundidade entre o ponto mais baixo da quilha de uma embarcação e a linha da água), de 12,10 metros para 12,60 metros, traz benefícios diretos para a navegação. Estima-se que, com 50 centímetros a mais de calado, aproximadamente 400 TEUs adicionais de contêineres cheios podem ser transportados por navio. ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Imagem: Divulgação



UFSCar aposta na inovação e na aproximação com o setor industrial

@ O Programa de Mestrado e Doutorado Acadêmico para Inovação (MAI/DAI), financiado pelo CNPq, tem sido bem-sucedido na missão de promover a aproximação entre a Universidade e o setor industrial, na avaliação de gestores e ex-bolsistas da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Contemplada com 169 bolsas nos últimos anos, a UFSCar contou com 32 empresas parceiras no desenvolvimento de 51 projetos. Uma avaliação do Programa realizada pela Agência de Inovação (AIn) da Universidade foi o principal tema da edição especial do "Ain Conecta 15 Anos da Agência de Inovação da UFSCar", que aconteceu dia 29 de novembro, no Centro de Pesquisas em Materiais Avançados e Energia (CPQMAE) da Instituição. O evento contou com a apresentação do balanço dos resultados da participação da UFSCar em quatro chamadas do Programa (<https://www.ufscar.br/>). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Literatura

Livros em Revista

Por Ralph Peter



▶▶▶ [Leia na página 4](#)

OPINIÃO

2025 será o ano da consolidação do 5G no Brasil

Thiago Priess Valiati (*)

Estamos chegando ao fim de 2024, ano em que o 5G completou dois anos no Brasil.

Hoje, o 5G está presente em quase 600 municípios, sendo que a infraestrutura necessária já se estendeu a mais de 800 cidades, contemplando mais de 60% da população. As projeções do governo federal são de que o 5G deve adicionar aproximadamente 0,5% ao PIB do país ao ano, considerando o aumento de produtividade e as novas oportunidades de negócio em setores variados como indústria, saúde, educação, agricultura e logística. A partir de 2025, assistiremos uma aceleração dos benefícios gerados pelo 5G, que após o período de implantação, vai se consolidar no país.

Em média, a velocidade do 5G no país está em torno de 450 Mbps, o que coloca o Brasil em destaque em rankings sobre a eficiência das conexões. Mais do que a infraestrutura existente, a consistência do serviço dados entre si a todo o momento. Isso requer uma velocidade de conexão elevada e ininterrupta para garantir que as informações sejam atualizadas em tempo real. É isso que setores como indústria, agronegócio, logística e outros segmentos esperam obter do 5G. Mais do que o aumento por si do volume de acessos de máquinas, é preciso garantir a sua qualidade.

A necessidade de constância se deve, sobretudo, à troca de informações entre máquinas, por meio da Internet das Coisas (IoT). Estamos falando de equipamentos enviando dados entre si a todo o momento. Isso requer uma velocidade de conexão elevada e ininterrupta para garantir que as informações sejam atualizadas em tempo real. É isso que setores como indústria, agronegócio, logística e outros segmentos esperam obter do 5G. Mais do que o aumento por si do volume de acessos de máquinas, é preciso garantir a sua qualidade.

O combo de alta velocidade e baixa latência visa oferecer uma velocidade muito elevada, que seria equivalente às de conexões físicas. É a partir da implementação progressiva do 5G no país que muitas tecnologias que são faladas atualmente podem se consolidar, como a Inteligência Artificial, além da Internet das Coisas, que permitem mais automação, eficiência e avaliação de grandes volumes de dados para empresas de diversos segmentos econômicos.

A necessidade de investimento em infraestrutura

O investimento em infraestrutura por parte das operadoras de telefonia móvel será determinante para garantir que a expansão do 5G cumpra os seus cronogramas e atinja os resultados esperados tanto pelas empresas quanto pelas pessoas físicas. Nesse contexto, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) segue uma agenda para os próximos anos:

- Até julho de 2025, o foco está no atendimento dos municípios com população igual ou superior a 500 mil habitantes. Espera-se uma antena a cada 10 mil habitantes;
- Até julho de 2026, o objetivo se volta às cidades com mais de 200 mil habitantes: uma antena para cada 15 mil pessoas;
- Até julho de 2027, o atendimento será destinado a municípios com mais de 100 mil habitantes, seguindo a proporção de uma antena a cada 15 mil pessoas;
- Até julho de 2029, 100% da população localizada em cidades com mais de 30 mil habitantes, mantendo o padrão de uma antena a cada 15 mil pessoas.

Nesse contexto, o 5G, de forma gradativa, deve se estender para as cidades de maior para o menor porte – além, é claro, de regiões mais afastadas, caso de propriedades rurais. Para sentir este benefício, os smartphones e outros dispositivos conectados também devem contar com uma tecnologia condizente. Quanto mais desenvolvida a infraestrutura de um país, como um serviço de 5G de alta velocidade e qualidade, mais desenvolvimento socioeconômico isso gera para o Brasil. Um financiamento mais elevado em infraestrutura é capaz de proporcionar, por exemplo, crescimento no número de empregos e significar uma melhoria na qualidade de vida dos cidadãos.

Além disso, o investimento na infraestrutura, como o serviço de telecomunicações, gera um ciclo virtuoso, pois um baixo estoque de infra consiste em um impeditivo para o próprio crescimento do ambiente negócios. Quanto mais desenvolvida a infraestrutura, mais capital será investido. Assim, a importância da implantação do 5G é indiscutível para a economia brasileira.

(*) Advogado e sócio do escritório Razuk Barreto Valiati.

Os hábitos dos brasileiros nas compras pelo celular: nova pesquisa

Veio a público a edição 2024 da pesquisa Panorama Mobile Time/Opinion Box sobre comércio e pagamentos móveis no Brasil.

Vivaldo José Breternitz (*)

Já se sabia que fazer compras através de apps ou sites acessados por celular, o chamado m-commerce, era comum para os brasileiros, independentemente da idade ou da classe social, mas a pesquisa mostra o aumento expressivo desse tipo de comércio.

Dentre os que já experimentaram o m-commerce, 91% realizaram compras pelo smartphone nos últimos 30 dias, um aumento de 3 pontos percentuais em relação a um ano atrás. A recorrência de uso desse canal está aumentando: em um ano, passou de 6% para 8% os que compram por apps e sites móveis quase todo dia, e de 15% para 20% os que fazem isso algumas vezes por semana.

Livros, cosméticos e acessórios de moda estão entre as categorias de produtos que o brasileiro prefere comprar pelo smartphone, em vez de ir a uma loja física ou usar o computador. No caso de roupas e calçados há praticamente um empate técnico entre celular e loja física.

Curiosamente, a compra em uma loja física é preferida pelo brasileiro quando se trata de itens recorrentes, como alimentos, produtos de limpeza, itens de higiene pessoal, remédios e ração para pets.

Das categorias listadas na pesquisa, em nenhuma delas o computador é o meio preferido para compras, o que reflete a relativamente baixa presença desse equipamento nas residências do país.

O preço é o melhor atributo na experiência de compra em apps e sites móveis, como dizem 35% dos consumidores móveis brasileiros. Isso decorre, provavelmente, das inúmeras promoções e descontos oferecidos em apps de marketplaces.



Porém, recortes por classe social e idade revelam realidades diferentes. Entre pessoas das classes A e B, por exemplo, a característica mais importante na experiência do m-commerce é a conveniência, dizem 29% delas, ante apenas 13% dos brasileiros das classes D e E.

A conveniência também é mais apreciada entre as pessoas mais velhas: 19% dos brasileiros com 50 anos ou mais indicam essa característica como a que mais gostam na experiência do m-commerce, ante 12% dos jovens entre 16 e 29 anos.

Quanto ao preço, 37% dos entrevistados que pertencem às classes C, D e E o indicam como aquilo que mais gostam nas compras em apps e sites móveis, contra 28% dos consumidores das classes A e B.

Por sua vez, o custo do frete é o maior vilão do comércio móvel brasileiro. Ele é apontado por 41% dos consumidores móveis nacionais como aquilo que menos gostam na experiência de compra em apps e sites móveis. É o campeão em todos os recortes sociodemográficos, seja

por gênero, faixa etária ou classe social.

Quem mais se incomoda com a demora na entrega do m-commerce são os jovens de 16 a 29 anos: 23% deles reclamam que isso é o que menos gostam quando compram por apps ou sites móveis. O percentual cai para 15% na faixa entre 30 e 49 anos, e diminui para 11% no grupo com 50 anos ou mais.

Os consumidores com maior poder aquisitivo (classes A e B) são os que mais se incomodam com a impossibilidade de tocar ou testar produtos no m-commerce: 33% deles dizem que isso é o que menos gostam na experiência de compra por apps ou sites, atrás apenas do custo do frete (38%). Entre consumidores da classe C, 26% reclamam de não poder tocar ou testar, e o percentual cai para 18% nas classes D e E.

A Shopee e o Mercado Livre continuam sendo os apps favoritos dos brasileiros para compras via smartphone. Ambos cresceram na preferência do consumidor nacional ao longo do último ano: a Shopee passou de 21% para 25%, e o Mercado Livre, de 16% para 19%. Mas o maior crescimento foi da Amazon, que passou de 12% para 17%, e agora está na terceira posição. WhatsApp e Americanas, que figuravam no ranking de 2023, não alcançaram o mínimo de 3% de citações nesta edição da pesquisa para serem incluídos.

Foram entrevistados 2.259 brasileiros com 16 anos ou mais, que acessam a Internet e possuem smartphone, entre os dias 8 e 27 de novembro. A margem de erro é de 2,1 pontos percentuais.

O mundo do comércio realmente mudou muito nos últimos tempos.

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

Os benefícios do intercâmbio além do aprendizado acadêmico

Não é novidade que as empresas estão cada vez mais exigentes quanto às habilidades dos seus colaboradores. Embora o conhecimento técnico seja fundamental, as chamadas *soft skills*, ou habilidades interpessoais, estão se tornando um diferencial no mercado de trabalho. Essas competências, que incluem comunicação, empatia, liderança, capacidade de trabalhar em equipe e resolução de conflitos, são frequentemente apontadas como escassas entre os profissionais. Outro aspecto que merece destaque é o domínio de uma segunda língua. Ser fluente em inglês pode abrir portas visando uma carreira internacional, além de facilitar a comunicação com colegas de diferentes países e permitir o acesso a conteúdos especializados, como artigos, cursos e webinars, que muitas vezes estão disponíveis somente em uma linguagem universal. A fluência também contribui para o desenvolvimento de uma rede de contatos global, essencial em muitas indústrias, especialmente em setores como tecnologia, comércio exterior e finanças.

No Brasil, apenas 5% das pessoas falam inglês. Desse número, só 1% são fluentes, de acordo com pesquisa do British Council e do Instituto de Pesquisa Data Popular. No mesmo estudo também foi levantado que 91% dos entrevistados consideram o idioma como a principal língua dos negócios. No entanto, pesquisas mostram que 50% da alta liderança brasileira não domina o idioma.

Para solucionar o problema, algumas empresas com a **EF Intercâmbios** com mais de 60 anos de experiência são especializadas no ensino de uma nova língua, além de contribuir para o desenvolvimento de habilidades acadêmicas, culturais e emocionais que podem transformar a vida dos alunos. O aprendizado costuma ir além do conteúdo acadêmico, já



que o intercâmbio é capaz de melhorar a baixa capacidade de *soft skills*, habilidades comportamentais e socioemocionais fundamentais para a diferenciação no mercado de trabalho e nas relações interpessoais.

Ainda de acordo com uma pesquisa da Fundação Wadhvani, realizada com mais de 200 empresas de diferentes países, em outubro deste ano, as *soft skills* têm um peso de 45% no processo de contratação, enquanto as habilidades técnicas correspondem a 55%. No Brasil, a comunicação é vista por 84% dos empregadores como a competência mais importante em um candidato, seguida por resiliência (44%), trabalho em equipe (40%), qualidade no atendimento ao cliente (32%) e liderança e responsabilidade (24%).

O depoimento do aluno Victor Michels evidencia tudo o que foi dito até aqui. Ele chegou perto de conquistar uma vaga em um projeto especial internacional, mas os planos foram abortados, porque ele não preenchia o quesito fundamental: o co-

nhecimento do inglês. A partir desse momento, o jovem começou a guardar uma reserva financeira dedicada ao sonho de estudar e conseguiu. "Com disciplina você consegue qualquer coisa; se você for dedicado, você consegue. Quando uma pessoa se disciplina, ela consegue executar. É uma questão de foco", explica.

O jovem optou em viajar com a EF para a Nova Zelândia, na Oceania. A imersão na língua foi intensa. Ele se hospedou na casa de moradores locais, e as aulas na escola de idiomas eram de segunda a sexta-feira. A prática do idioma continuava na interação com os amigos de várias partes do mundo. Entre eles, alemães e sul-coreanos.

Ao retornar ao Brasil, o desejo de Vitor era voltar aos estudos. As notas no Enem ajudaram a garantir bolsa de 50% no curso de administração em uma universidade particular. Apesar do desconto, o valor pesava no orçamento da família. O adolescente se inscreveu, então, em processos de seleção de estágio. A familiaridade com o inglês foi fator decisivo para o bom desempenho nos testes seletivos. E no primeiro período de faculdade, ele foi selecionado.

O estágio virou trabalho. Vitor foi contratado pela empresa. O jovem não parou mais de evoluir na fluência do inglês e na carreira profissional. O menino barrado nas viagens internacionais da escola por causa da dificuldade com o inglês se transformou em gerente comercial regional de uma marca francesa famosa de cosméticos. E, hoje, aos 33 anos, viaja pelo mundo administrando os negócios da multinacional em aeroportos e por conta dos compromissos com a empresa. "O que sempre foi um sonho se transformou em uma carreira", finaliza Vitor.

ricardosouza@netjen.com.br

News @TI

Skeelo se consolida como um dos maiores players do mercado

@Segundo o primeiro "Mapa da Indústria de Áudio em Língua Portuguesa", da Dosdoce.com, o Brasil é o responsável por mais de 95% das vendas de audiobooks nos países de língua portuguesa. Esse número se deve, principalmente, à diversificação das fontes de receitas da indústria de áudio por meio de parcerias estratégicas e novos modelos de negócio, como o B2B2C. Dentro desse âmbito, o

Skeelo, plataforma e comunidade de leitura, vem se destacando ao registrar, só em 2024, 78 milhões de minutos consumidos no formato em seu aplicativo apenas em 2024 (<https://skeelo.com/pt/>).

Advogado brasileiro se aproxima dos 420 mil inscritos em nicho pouco explorado no YouTube

@Alcançar 420 mil inscritos no YouTube é um feito impressionante para qualquer criador de conteúdo. Para Daniel Toledo, advogado

especializado em Direito Internacional e imigração, essa marca é ainda mais significativa por se tratar de um nicho pouco explorado. Com mais de 34 milhões de visualizações e 2 milhões de horas assistidas, o canal se tornou uma referência ao transformar temas complexos, como imigração e vistos, em informações acessíveis e úteis. Com 1.700 vídeos publicados, o canal cresceu de forma consistente ao longo dos anos. Toledo conseguiu captar uma audiência fiel ao trazer clareza para processos que costumam gerar dúvidas e incertezas (<https://www.youtube.com/danieltoledoassociados>).

Editores

Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br);

Comercial: comercial@netjen.com.br

Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; Edição Eletrônica: Ricardo Souza.

Revisão: Maria Cecília Camargo; Serviço Informativo: Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

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.

CMN autoriza equalização do Proex no pré-embarque de exportações

A equalização de juros do Programa de Financiamento às Exportações (Proex) poderá beneficiar as exportações antes do embarque das mercadorias, decidiu na quinta-feira (19) o Conselho Monetário Nacional (CMN)

Até agora, o exportador só recebia o benefício depois do embarque dos bens ou do faturamento dos serviços.

Por meio da equalização, o Tesouro Nacional cobre a diferença entre os juros de mercado e os juros subsidiados oferecidos nas linhas de crédito subsidiado, como o Proex. Segundo o Ministério da Fazenda, a extensão da medida beneficiará os exportadores de pequeno e médio porte, que têm acesso restrito a outras fontes de financiamento antes do embarque das mercadorias vendidas ao exterior.

“Com a nova medida aprovada pelo CMN, os períodos de equalização alinham-se à possibilidade de equalização prévia à exportação. A instituição desse tipo de financiamento é um importante instrumento para exportadores com acesso restrito a outras fontes de financiamento na fase pré-embarque”, destacou o Ministério da Fazenda em nota.



A extensão da medida beneficiará os exportadores de pequeno e médio porte.

Caso a exportação não ocorra até a data prevista, o exportador deverá reembolsar à União os valores recebidos referentes à equalização pré-embarque corrigidos. Se o atraso superar 15% da operação, o exportador ficará impedido de contratar operações do Proex por cinco anos.

Criado em 2001, o Proex apoia as exportações brasileiras de bens e serviços por meio de financiamentos em condições equivalentes às do mercado internacional. Por igualar as condições das linhas de crédito ao exterior, esse tipo de programa não viola as regras da OMC (ABR).

Brain Rot: sintoma da falência social na educação moderna

Celso Hartmann (*)

O termo “brain rot”, eleito pelo Dicionário de Oxford como a palavra do ano de 2024, reflete uma preocupação social que deve ser tratada como um problema de saúde pública

cumbem às mesmas distrações digitais, como esperamos que as crianças e jovens desenvolvam resistência? A solução não está apenas nas iniciativas escolares, mas na responsabilidade coletiva em criar um ambiente que valorize a atenção plena e a aprendizagem significativa.

As implicações são vastas: o futuro da aprendizagem, a capacidade de pensar criticamente e a formação de cidadãos inteiros e engajados estão em jogo. As escolas, que deveriam ser santuários de aprendizado, frequentemente se transformam em ambientes sobrecarregados de informações superficiais e estímulos incessantes.

Essa realidade resulta em uma geração que, mais do que nunca, se sente incapaz de se concentrar em tarefas significativas. A educação deve cultivar uma mentalidade crítica que permita reflexão e interpretação, formando indivíduos integralmente preparados para a vida.

Se considerarmos o brain rot como um reflexo da fraqueza da estrutura social, a questão se amplifica: estamos dando o exemplo? Se adultos e educadores su-

Iniciativas como projetos de mindfulness ou áreas livres de tecnologia, embora necessárias, não são suficientes sem uma mudança cultural mais ampla. Precisamos repensar o consumo de informação e valorizar o tempo e a atenção. Campanhas efetivas que incentivem o uso responsável da tecnologia e promovam a saúde mental devem ser prioridade em todas as esferas da sociedade. O desafio é imenso e a responsabilidade é coletiva.

Formar cidadãos conscientes e proativos não é apenas a função da escola, mas de todos. A reflexão crítica é crucial: estaremos fazendo o suficiente para dar o exemplo? Somente assim poderemos iniciar a transformação necessária e evitar uma geração submissa ao consumismo acelerado e refém da tecnologia.

(*) - É diretor executivo dos colégios da Rede Positivo.

Maioria dos jovens quer ter o próprio negócio

Três em cada dez jovens brasileiros entre 18 e 27 anos têm como maior desejo profissional ter o seu próprio negócio ou a sua própria empresa. Isso é o que mostrou uma pesquisa realizada pelo Centro Estudos Sociedade, Universidade e Ciência (Sou_Ciência) da Unifesp, em parceria com o Instituto de Pesquisa IDEIA. O nível de escolaridade influencia no interesse em empreender.

Quanto maior a escolaridade, maior o interesse em ter a própria empresa. “A pesquisa surpreende pelo fato de que temos um número expressivo de jovens empregados com CLT - cerca de 42% de jovens nessa condição - mas que não querem permanecer como empregados celetistas. Há um movimento em direção a outras formas

de trabalho”, explicou Pedro Arantes, professor da Unifesp.

Outros jovens entrevistados também revelaram o desejo de trabalhar como funcionário público (18%), viver de renda ou de investimentos (18%), exercer sua profissão como autônomo (12%) e trabalhar como empregado com carteira assinada (11%). E cerca de 8% deles ainda revelou o desejo de não trabalhar.

O levantamento revela que a juventude não quer ser classe trabalhadora. A carteira de trabalho não é objeto de desejo. E entre autônomos e empresários, há uma vontade clara de que eles toquem seu próprio negócio ou sua própria vida sejam como indivíduos-pessoas jurídicas ou pessoas jurídicas-empresariais (ABR).

Três em cada dez domicílios não contam com rede de esgoto

Segundo a Pnad Contínua: Características Gerais dos Domicílios e dos Moradores 2023, do IBGE, divulgada na sexta-feira (20), 69,9% das casas e apartamentos contam com esse serviço de saneamento básico. Aos demais domicílios, ele ainda não chegou. A pesquisa mostra que entre 2019 e 2023, o percentual de domicílios com esgoto aumentou 1,8 pontos percentuais, passando de 68,1% para os atuais 69,9%.

Os maiores crescimentos no atendimento foram nas regiões Norte e Nordeste, que seguem, contudo, sendo as regiões com os menores percentuais de atendimento. A Região Norte passou de 27,3%, em 2019, para 32,7%, em 2023, dos domicílios conectados à rede de esgoto. Já o Nordeste passou de um atendimento de 47% para 50,8%. Na outra ponta, a Região Sudeste é a mais atendida, com 89,9% dos domicílios com esgoto.

O saneamento básico, que compreende também serviços como coleta de lixo e acesso a água potável, é considerado um direito humano fundamental pela ONU. No Brasil, é assegurado pelo direito à dignidade da pessoa humana, previsto na Constituição. Pelo Novo Marco Legal do Saneamento esses serviços devem ser universalizados. Em 2033, 99% dos brasileiros deverão contar com água tratada em suas torneiras, enquanto 90% deles deverão ter acesso à coleta e ao tratamento de esgotamento sanitário.

Os dados da Pnad mostram ainda que, em 2023, 98,1% dos domicílios do Brasil tinham banheiro de uso exclusivo. Em áreas urbanas, 99,4% dos domicílios contavam com banheiro e 78% tinham acesso à rede geral de esgotos. Entre os domicílios em situação rural, 88,4% tinham banheiro e, em apenas 9,6%, o escoamento do esgoto era feito pela rede geral ou fossa séptica ligada a essa rede (ABR).



NEGÓCIOS em PAUTA

lobato@netjen.com.br

A - Movimento nas Estradas

Durante a celebração do Natal, a Agência de Transporte do Estado de São Paulo (Artesp) estima que mais de 4,1 milhões de veículos deverão passar pelas rodovias concedidas em direção ao litoral e ao interior paulista. A contagem de saída da capital e da Grande São Paulo começa a partir desta segunda-feira (23). As concessionárias que fazem parte do Programa de Concessões Rodoviárias do Estado de São Paulo, sob a regulação da Agência, reforçarão suas equipes operacionais para que todos possam viajar com conforto e segurança.

B - Investimento na Educação

A Secretaria da Educação do Estado de São Paulo receberá um investimento recorde em 2025. De acordo com a Lei Orçamentária Anual, aprovada para o próximo ano, o governo estadual destinará R\$ 32,8 bilhões para aplicação em despesas correntes, programas de pasta e despesas pessoais - incluindo salários para professores. O valor é 2,8% maior do que o repassado para este ano e 10,8% superior em relação ao montante de 2023. O aumento dos recursos para a rede estadual de ensino abrange um contingente de mais de 5 mil escolas, 3 milhões de estudantes e 253 mil servidores ativos.

C - Imóvel como Garantia

O Conselho Monetário Nacional regulamentou a utilização de imóvel como garantia em mais de uma operação de crédito imobiliário. O consumidor poderá dar um imóvel em garantia em várias operações de crédito simultâneas. Isso vale se o tomador tiver uma moradia extra, sendo proibida a inclusão do imóvel único como garantia de um empréstimo. Segundo o governo, essa vedação impede que uma família fique sem moradia e tenha o imóvel tomado se deixar de pagar uma dívida.

D - Combustíveis Sustentáveis

A Itaipu Binacional e a Petrobras assinaram um protocolo de intenções para iniciar discussões sobre oportunidades de colaboração no desenvolvimento de tecnologias em áreas como energias renováveis, robótica e cibersegurança. O Itaipu Parquetec e o CIBiogás, instituições ligadas a Itaipu e que promovem o desenvolvimento sustentável das cadeias de biogás, biometano, hidrogênio de baixo carbono e combustível sintético para aviação (SAF, na sigla em inglês) também fazem parte da parceria.

E - Aviação Civil

Com uma frota de 20.886 aeronaves, a aviação civil brasileira, que reúne a aviação comercial, aviação geral e a aviação experimental, deve fechar 2024 com 145 milhões de passageiros transportados, o que representaria a superação do recorde registrado em 2019, quando 142 milhões de pessoas voaram dentro do país ou em voos internacionais que partiram do Brasil. O dado consta da mais recente edição do Relatório de Demanda e Oferta da Agência Nacional de Aviação Civil.

F - Setor de Franchising

A melhora de indicadores econômicos, como a alta do índice de confiança dos consumidores, do emprego e da massa salarial recorde, e a desaceleração da inflação (FGV) contribuíram para que o sistema de franquias registrasse um crescimento de 12,1% em sua receita no terceiro trimestre comparado a igual período do ano passado. É o que indica a pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Franchising. O faturamento passou de R\$ 62,676 bilhões no período. Em 12 meses, a variação foi de 14,4%, passando de R\$ 231,584 bilhões para R\$ 264,874 bilhões.

G - Seguros de Pessoas

Ao longo dos dez primeiros meses de 2024, os seguros de pessoas arrecadaram R\$ 60,3 bilhões em prêmios, um crescimento de 17,6% na comparação com o mesmo intervalo do ano passado. É o que destaca estudo elaborado pela Fenaprevi, com base nas informações da SUSEP. O estudo demonstrou que 28% do total arrecadado foi em seguro Prestamista, seguido por 24% no seguro de Vida Individual e 22% no Vida em grupo. Os ramos com as maiores altas foram o Vida individual (22,9%) e o Prestamista (22,5%), seguidas de perto pelo de Acidentes Pessoais (20,5%).

H - Mercado Financeiro

Nos dias 13 e 14 de fevereiro de 2025, o Expo Mag recebe a 8ª edição do Smart Summit, a maior feira de investimentos e negócios do Rio de Janeiro. Objetiva discutir as tendências do mercado financeiro, além de criar oportunidades de conexão e aprendizado. Deve contar com o patrocínio de mais de 100 empresas, e reunir mais de 10.000 participantes. Abordará temas como investimentos alternativos, inovação, tecnologia, startups, criptoativos, mercado de luxo e as diferentes estratégias de alocação de acordo com a faixa etária dos investidores (<https://www.sympia.com.br/evento/smart-summit-2025/2431164>).

I - Programa de Estágio

A Cielo, referência em soluções de pagamentos no país, está com inscrições abertas até o dia 05 de janeiro para o 1º ciclo do Programa de Estágio 2025. O programa tem como foco atrair estudantes de nível superior que possuam pelo menos um ano de curso em andamento e formação prevista para julho de 2026. Serão oferecidas mais de 40 vagas em áreas como Marketing, Financeiro, Tecnologia, Logística e Comercial, disponíveis para estudantes de formações acadêmicas variadas. As inscrições podem ser realizadas pelo site (<https://programadeestagiocielo.gupy.io/>).

J - Responsabilidade Social

A Fundação Getúlio Vargas (FGV), com apoio da Globo e da Aegea, lança a segunda edição do Prêmio FGV de Responsabilidade Social. A iniciativa busca selecionar boas práticas voltadas para a melhoria da qualidade de vida de pessoas e populações em vulnerabilidade social. Novos eixos temáticos foram adicionados para qualificação das práticas, são eles: educação; arte e cultura; esporte comunitário; saúde; meio ambiente e saneamento; e cultura e paz. Para consultar o edital e preencher o formulário de inscrição acesse: (<https://premioreponsabilidadesocial.fgv.br/>).

Empresas & Negócios



www.netjen.com.br

TEL: 3043-4171



Livros em Revista

Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



Um Horizonte Distante

Heitor de Moraes – Matéria Livre - O Mestre Heitor sempre agracia seus leitores com histórias lindas, de uma "realidade" que mescla-se com o cotidiano, causando boas e ternas reflexões. Essa obra inicia-se com um abandono. Sim, um tema romântico, que de cara derruba sentimento amoroso, muito forte por sinal. O que poderia levar uma mulher apaixonada, muito bem amada, num verdadeiro conto de fadas, desaparecer por completo da vida do seu amado, deixando-o completamente alucinado? Uma incógnita destruidora! As páginas dessa obra refletem momentos muito bem urdidos, numa trama sensacional. Um verdadeiro cipoal de enlevos satisfatórios, culminando com cenas de puro deleite. Um excelente presente que levará prazer e boa cultura!



Guia Prático de Imigração para os Estados Unidos

Ricardo Molina – Vollare – O Ricardo por si é um indiscutível cartão de visitas. Brasileiro, reside nos USA desde 2010, tornando-se um empresário de sucesso. Profundo conhecedor dos meandros burocráticos migratórios, tendo atendido milhares de interessados, ensina nesse manual, como realizar o sonho de conhecer, morar e permanecer legalmente, nos Estados Unidos. Obra imprescindível para aspirantes ao tão desejável Green Card. Pelo visto, nada lhe escapa. Ensinações em leitura acessível, sem rodeios. Dicas perfeitamente factíveis, oferecidas por quem conhece o assunto com maestria. Muito útil!

www.bcctelevision.com.br

Assista ao programa Livros em Revista. Um canal repleto de novidades do universo literário. Entretenimento garantido!



Com apresentação de Ralph Peter.



Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL
33º Subdistrito - Alto da Mooca
ILZETE VERDERAMO MARQUES - Oficial

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

O pretendente: **ALEX HORTÊNCIO LIMA DE JESUS**, estado civil solteiro, filho de José Carlos de Jesus e de Angela Hortência Lima, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **GEOVANA DE JESUS SANTOS**, estado civil solteira, filha de Valmir Pereira dos Santos e de Joesne Maria de Jesus, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **MARCO ANTONIO FELIZIANI JUNIOR**, estado civil solteiro, filho de Marco Antonio Feliziani e de Marisa Carreira Savoia Feliziani, residente e domiciliado em São Paulo - SP. A pretendente: **TATIANA PINHEIRO ARAUJO**, estado civil solteira, filha de Valdir Araujo e de Sonia Cabral Pinheiro Araujo, residente e domiciliada em São Paulo - SP.

O pretendente: **ROBERTO MARQUES DE LIMA COSTA**, estado civil solteiro, filho de Roberto de Lima Vieira Costa e de Adriene Marques Costa, residente e domiciliado em Lauzane Paulista, nesta Capital - São Paulo - SP. A pretendente: **CAROLINA PUCCI DE OLIVEIRA**, estado civil solteira, filha de Marco Antonio de Oliveira e de Rita de Cassia Pucci, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL
3º Subdistrito - Penha de França
Dr. Mario Luiz Migotto - Oficial Interino

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

A pretendente: **LUZIELENN EVANGELISTA DOS SANTOS DA SILVA**, profissão: consultora plena, estado civil: solteira, naturalidade: em Rio Real, BA, data-nascimento: 13/12/1997, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Edvando da Silva e de Edivânia Evangelista dos Santos da Silva. A pretendente: **ARLETE DE ANDRADE REIS**, profissão: consultora de tecnologia, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Parelheiros, SP, data-nascimento: 08/06/1998, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Jose dos Reis Filho e de Eliete Correia de Andrade Reis.

O pretendente: **LUÍS FERNANDO SILVEIRA DOS SANTOS**, profissão: psicopedagogo, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Belenzinho, SP, data-nascimento: 03/06/1989, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de João Luís Silveira dos Santos e de Silvana Silveira dos Santos. O pretendente: **JOSÉ BATISTA DE ARAUJO**, profissão: estagiário, estado civil: solteiro, naturalidade: em Acopiara, CE, data-nascimento: 19/04/1992, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Antonio Batista da Cunha e de Laura Maria de Araújo Cunha.

O pretendente: **THIAGO LUCAS AMA**, profissão: eletricitista, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 04/12/2003, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Carlos Alberto Ama e de Simone Lucas Ama. A pretendente: **JULIA HELENA MERIGUE PRAGANA**, profissão: autônoma, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Liberdade, SP, data-nascimento: 16/08/2003, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de David Osiris Nunes Pragana e de Sílvia Helena Merigue Pragana.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

O que devo considerar ao fazer um planejamento para 2025?

Estamos em dezembro, o que representa oficialmente o final do ano, isso não há dúvida. E mesmo se você tiver conseguido salvar 2024 ou não, tópico que eu já debati antes, você deve ter começado a pensar no planejamento para 2025

Pedro Signorelli (*)

O ideal é que já tenha iniciado, mas independente de onde estiver neste processo, irei te ajudar com alguns pontos que você deveria considerar.

A primeira coisa que te recomendo fazer pode parecer simples a princípio, mas pouca gente faz este exercício da forma correta: aprender com o que aconteceu ao longo do ano que passou para conseguir entender de verdade o que de fato funcionou e principalmente o que deu errado. Meio óbvio, não é mesmo? Porém, o que mais vejo são empresas se recusando a fazer isso.

O fato é que quando as pessoas não se recusam a olhar para trás, fazem essa avaliação de forma rápida e mal feita. Afinal, pensam que é mais fácil deixar correr o barco. Mesmo o que deu certo acaba não sendo aproveitado para consolidar alguma dessas boas práticas, só celebramos e pronto. Ou seja, perdemos a oportunidade de aprender tanto com o que funcionou quanto com o que definitivamente não funciona.



shironoso_CAVIA

Para sabermos onde estão os erros, precisamos conhecer os detalhes das execuções, mas sabemos que um gestor, diante de tantas tarefas, muitas vezes não consegue estar ciente de absolutamente tudo, então nada melhor do que ouvir a opinião dos colaboradores sobre o que foi feito durante o ano, pois estão na linha de frente. O time precisa estar jogando junto na construção das ideias, caso contrário, esse já é um ponto a ser arrumado.

O grande problema é que quando não percebemos ou pior, não aceitamos que deu errado, acabamos persistindo em algo que não vai para

frente e provavelmente não tem futuro. É como se estivessemos dando murro em ponta de faca. E começar um novo ano com essa mentalidade não é algo bom para você e muito menos para o seu negócio, que precisa de um planejamento consistente.

Por essa razão, caso a sua empresa ainda não utilize os OKRs - Objectives and Key Results (Objetivos e Resultados Chaves) -, talvez tenha chegado a hora perfeita para implementar. Porém, tenha bastante cuidado, os OKRs não são apenas uma planilha de Excel que você vai seguindo e dando um check no que completou. A ferramenta

exige uma implementação certa para que realmente funcione.

Olhe com atenção para os dados que estão disponíveis: o que te dizem as métricas? Por que certas ações não atingiram o resultado esperado? Será que faltou planejamento? As hipóteses não foram validadas? A equipe tentou, tentou, mas foi na direção errada? São muitas perguntas que podem surgir nesse momento, mas olhar os OKRs bem construídos facilita este trabalho de gerar aprendizado.

Portanto, quando for fazer o planejamento para 2025, ao invés de pensar em um único ciclo anual, tenha em mente repetir este processo a cada trimestre, pois uma das premissas da ferramenta são ciclos curtos, que permitem recalcular a rota mais rapidamente, sem perder de vista o médio e longo prazo.

Desta forma, você vai acelerar o processo de aprendizado da sua organização e criar um plano mais estruturado para o próximo ano.

(*) - É especialista em gestão, com ênfase em OKRs (<http://www.gestaopratica.com.br/>).

OKRs bem definidos podem apoiar no direcionamento das empresas

Grande parte dos gestores de empresas de todos os portes estão focados em traçar estratégias para o próximo período. Afinal é hora de desenhar as melhores rotas para atingir os objetivos traçados para a companhia.

Estratégia e planejamento bem elaborados existem para a organização aumentar suas chances de sucesso, direcionando a jornada entre o ponto A (onde a empresa está hoje) e um ponto B (onde a organização quer chegar no futuro).

Para facilitar o percurso e impulsionar bons resultados é preciso desenhar estratégias que direcionem as equipes e todos os profissionais envolvidos, desde áreas consideradas linha de frente, que efetivamente trazem o resultado e aumentam o faturamento, até áreas consideradas como apoio e sustentação para o negócio. Afinal, uma completa a outra e todas juntas é que fazem a roda do negócio girar.

Colocar todas em sintonia absoluta nem sempre é fácil, mas como CEO é preciso usar a visão 360º para alinhar a direção de todas, além de potencializar e extrair o melhor de todas as áreas. E

vale ressaltar que acompanhar métricas e analisar dados não significa, de forma alguma, deixar o lado humano da organização de lado.

Muito pelo contrário, é preciso olhar com atenção para os resultados, pois toda empresa depende disso. Além disso, agir com base em dados possibilita a tomada de decisões mais justas e a criação de um ambiente mais agradável e colaborativo. Aqui sempre falamos que os melhores resultados são conquistados por meio de pessoas felizes.

Mas qual a melhor estratégia para montar a estratégia do período que está prestes a iniciar? O primeiro passo é saber onde a companhia quer chegar. A partir disso, com os objetivos traçados, as metas desenhadas e toda a liderança alinhada em relação a isso é possível desenhar as iniciativas que serão abordadas para o atingimento do resultado esperado.

Estes são os famosos OKRs (Objectives and Key Results/ou, em português: Objetivos e Resultados-chave). A metodologia OKR é conhecida por ser simples e ágil e tem como principais

características: a construção colaborativa, a promoção da transparência na gestão das metas e a garantia que todos fiquem alinhados e preparados para enfrentar os desafios que podem surgir no percurso de atingimento das metas.

E é nisso que nos baseamos. Apostamos na metodologia ágil, organizamos os times em squads e discutimos formas de alcançarmos os resultados esperados. Com o alinhamento de todas as equipes podemos garantir que todos estarão, de fato, em busca dos mesmos resultados.

Mesmo com ações diferentes, ligadas diretamente a cada área, todos os colaboradores trabalham em prol de resultados que vão refletir diretamente no ponto. Quando trabalhamos dessa forma, juntos, conseguimos manter as expectativas alinhadas e todos sentem que são parte essencial do negócio.

E é assim que podemos afirmar que quando a empresa conta com pessoas felizes consegue atingir os melhores resultados.

(*) - É CEO da Accesstage, especializada em tecnologia para gestão financeira e Open Finance (<https://site.accesstage.com.br/>).

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL
DE PESSOAS NATURAIS
15º Subdistrito - Bom Retiro
Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - Oficial

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

O pretendente: **PETERSON FERREIRA OLIVEIRA MILANDA**, nascido nesta Capital, Cerqueira César, SP, no dia 12/10/1992, profissão auxiliar de escritório, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Aparecido Jorge Milanda e de Sandra Ferreira Oliveira. A pretendente: **SHARON SUGHEY BUTRON RONDON**, nascida no Peru, no dia 05/05/1998, profissão autônoma, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Marcos Enrique Butron De La Cruz e de Durlly Sughey Rondon Zegarra.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios



www.netjen.com.br

Para veiculação de seus Balanços, Atas, Editais e Leilões neste jornal, consulte sua agência de confiança, ou ligue para

TEL: 3043-4171

Qualificação profissional: o desafio do setor de energia solar

Gilberto Camargos (*)

O ano era 2017. Um momento de 'boom' do mercado brasileiro de energia solar, com taxas de crescimento que variavam de 200 a 300% ao ano!

Essa curva de crescimento teve seu ápice em 2022 – foi um ano em que este setor vendeu mais do que nunca, muito em função da pressão provocada pela Lei 14.300, que instituiu o marco legal da microgeração e minigeração distribuída, o Sistema de Compensação de Energia Elétrica (SCEE) e o Programa de Energia Renovável Social (PERS), assim como o início da cobrança do Fio B – tarifa regulamentada pela Aneel destinada a cobrir os custos de infraestrutura da concessionária.

Porém, o cenário mudou: um mercado que, até então só apresentava crescimento exponencial, teve uma queda brusca e com efeitos devastadores – caiu em torno de 80% no 1º semestre de 2023. Mas a retomada já começou no 2º semestre daquele ano e, em seis meses, o mercado praticamente quase repetiu o ano de 2022.

Diante disso, obviamente que 2023 causou muitos impactos e, um dos principais, foi a queda em torno de 50% no preço dos módulos fotovoltaicos e isso impactou o negócio de todos, principalmente de distribuidores e integradores. Os distribuidores foram os que mais sentiram, porque tinham uma estrutura operacional que foi construída para funcionar no cenário em que o produto tinha um custo.

Mas, com a queda dos preços dos módulos, o faturamento dos distribuidores caiu pela metade e, por isso, todos passaram por um processo de reestruturação e, infelizmente, alguns acabaram paralisando suas atividades. Então, 2024 foi um ano de ajustes, em que o setor precisou 'organizar a casa' e se preparar para as

novidades que começaram a chegar ao Brasil e serão as principais impulsionadoras da retomada de crescimento desse setor.

Nesse cenário, estão os sistemas híbridos de energia solar, com a capacidade de produção energia e também de armazená-la, por meio dos inversores híbridos e baterias. E, com a expansão da inversão de fluxo para outros estados e a maior incidência de apagões, este mercado deve ter um crescimento exponencial a partir de 2025.

Acredito que, já no próximo ano, o crescimento do setor de inversores híbridos e baterias fique em torno de 30 a 40%. Mas será que o setor como um todo está preparado para receber essa oportunidade de expansão dos negócios? Esse o X da questão: o principal desafio do setor para 2025 e para os próximos anos será o da qualificação profissional.

Com a chegada dos sistemas de baterias e armazenamento, novamente vem à tona a necessidade de qualificação dos profissionais - os integradores. São eles que atendem o varejo e não é tão simples vender as baterias. Por isso, a qualificação será uma necessidade vital, caso contrário, veremos uma enxurrada de empresas e profissionais saindo do mercado.

Quem não se preparar, não buscar a qualificação, quem não entender as novas dinâmicas do mercado, serão 'colocados para fora'. Contudo, isso não quer dizer que o mercado ficará ruim, muito pelo contrário, o mercado é extremamente promissor.

Mais do que nunca, o mercado de energia solar (energia renovável) está se consolidando, passando por um processo de amadurecimento e, com isso, todos precisarão se preparar.

(*) - É diretor-executivo da SolaX Power (<https://br.solaxpower.com/>).

Três tendências para o mercado de tecnologia para 2025

A Suse, líder global em soluções empresariais open source inovadoras, analisou os movimentos do setor e identificou três tendências que devem transformar o mercado de tecnologia em 2025

Com foco em inovação através de soluções de código aberto, resiliência digital e sustentabilidade, essas previsões refletem as necessidades crescentes das organizações em um cenário de transformação digital acelerada e altas demandas operacionais. Confira:

1) OpenTelemetry ganhará mais espaço

- Se consolidará como o padrão para a coleta de dados de telemetria, sendo adotado não apenas por colaboradores de projetos de código aberto, mas também por grandes players comerciais.

"O código aberto proporciona uma abordagem unificada e padronizada para coletar e exportar dados de telemetria, eliminando a dependência de ferramentas proprietárias", explica Marcos Lacerda, Latin America General Manager da Suse.

O OpenTelemetry é um dos projetos mais ativos da Cloud Native Computing Foundation (CNCF), a mesma organização responsável por Kubernetes (tecnologia para containers que oti-



miza a gestão de espaço de dados) e Prometheus (aplicação de software livre utilizada para monitoramento de eventos e envio de alertas).

2) Fortalecimento da Resiliência Digital

- Em 2024, testemunhamos grandes interrupções tecnológicas no mundo, como a paralisação global de serviços no mês de julho ocasionada por uma empresa de segurança. Esse padrão de interrupções deve continuar, levando as empresas a implementarem estratégias de TI para resistir, se adaptar e se recuperar de tais eventos.

"Eventos como as grandes interrupções que vimos em 2024 ressaltam

a importância de estratégias robustas de TI. As empresas precisam investir em resiliência digital para garantir a continuidade dos negócios, mesmo diante de incidentes inesperados.

Reduzir a dependência de uma única solução, implementar stacks alternativos, adotar práticas de monitoramento, além de utilizar uma abordagem multivendor para oferecer opções em software crítico, como sistemas operacionais e Kubernetes são passos essenciais para minimizar riscos e proteger operações críticas", reforça Lacerda.

3) Ambiente operacional para a Inteligência Artificial

existem várias opções para executar GenAI e outros tipos de cargas de trabalho de IA. Com o tempo, espera-se que a maioria das empresas adote um ambiente operacional padrão para casos de uso de IA. Esse ambiente incluirá uma plataforma comum de IA, altamente escalável, que fornece módulos e serviços necessários.

Um ambiente operacional padrão garante governança consistente, fluxos de trabalho simplificados e uso otimizado de recursos, contribuindo também para a redução das emissões de CO2. "Ele também ajuda a enfrentar desafios como a falta de infraestrutura uniforme entre países, criando condições para uma implementação consistente e escalável de IA em toda a região da América Latina.

Essa abordagem não apenas acelera o desenvolvimento de soluções locais, mas também fortalece a competitividade global das empresas locais", conclui Lacerda. - Fonte e mais informações: (www.suse.com).

Mídia Out of Home: vale a pena investir no marketing?

Renan Cardarelli (*)

Em um mercado altamente digitalizado, pode soar estranho uma empresa investir em estratégias de marketing fora deste contexto. Mas, apesar de estarmos constantemente conectados, estas ações offline, conhecidas como Mídia OOH (Out of Home), podem trazer inúmeros benefícios às marcas em termos de custo-benefício e alcance. Isso, desde que sejam devidamente planejadas, a fim de que atinjam o público esperado com êxito.

Um dos pontos mais favoráveis do marketing digital defendido pelos profissionais do ramo é a possibilidade de segmentar as ações estabelecidas, visando uma maior assertividade em atingir o público desejado. Isso, junto a outros benefícios em termos de agilidade, alcance e praticidade, contribuem para que, segundo dados da plataforma Statista, estes investimentos devam chegar ao valor de US\$ 910 bilhões até 2027, globalmente.

As mídias offline, contudo, também podem oferecer a mesma assertividade em termos de alcance. Estas estratégias são capazes de delimitar o público a ser atingido, uma vez que cada tipo de mídia irá conversar com pessoas específicas e que possuem um comportamento similar devido à sua localização e hábitos regionais.

Isso faz com que, através do meio escolhido e seu local de disposição, seja possível delimitar um grupo a ser conversado, mesmo que esse "filtro" seja menos eficaz que o digital. Na prática, alguns dos aparatos que podem ser utilizados dentro desta Mídia OOH estão os outdoors, painéis LED, adesivos, telas interativas, panfletos, cartazes, projeções, publicidade alternativa (street art), totens etc. A partir de um único meio, é viável e possível aplicá-lo em diferentes tipos de locais, sendo bem prático e eficaz na mensagem a ser passada.

Caso o objetivo seja impactar indivíduos sobre um evento que ocorrerá em um shopping, como exemplo, trabalhar com adesivos, intervenções e painéis de LED no espaço físico interno, externo e nas proximidades, pode trazer resultados excelentes à marca.

Deve ser lembrado, também, que a Mídia OOH participa do processo de compra, sendo mais uma das etapas com



as quais as pessoas podem ter contato e serem impactadas em sua jornada até a conversão. Até mesmo, para pessoas mais idosas que, ao contrário do que muitos imaginam, não estão mais completamente desconectadas. Afinal, segundo dados do IBGE, como prova disso, em 2024, 86,5% dessas pessoas informaram usar a internet todos os dias.

Ao estabelecer estratégias voltadas a esse público, contudo, é importante ressaltar a necessidade de planejamento de ações a serem tomadas conforme suas demandas e histórico. É dever das empresas analisarem o comportamento destas pessoas no ambiente virtual, quais plataformas costumam utilizar, e se faz sentido atingi-las nestes meios. Afinal, muitos ainda podem preferir mídias offline, os quais precisam ser levados em consideração nesta escolha.

Não há dúvidas acerca dos benefícios que o marketing digital pode trazer para as marcas. Porém, até hoje, a Mídia OOH também se mostra altamente vantajosa para atingir, impactar e converter uma série de públicos-alvo, devendo, da mesma forma, ser considerada no planejamento estratégico deste setor a favor de uma comunicação mais integrada para seus clientes.

Quando unidas, essas ações terão maior chance de elevar a retenção de compradores e expandir, cada vez mais, o alcance da empresa em canais diversos e complementares

(*) - É CEO da IOBEE - Assessoria de Marketing Digital e Tecnologia (Mídia) (<https://iobee.com.br>).



www.netjen.com.br

Para veiculação de seus Balanços, Atas, Editais e Leilões neste jornal, consulte sua agência de confiança, ou ligue para

TEL: 3043-4171

Mais do que um gestor de números: como deve ser o contador de 2025

A facilidade com números e o gosto pelos cálculos faz com que todos os anos centenas de estudantes ingressem no curso de Ciências Contábeis no Brasil

Dados divulgados em 2019 pelo Inep mostravam que o curso era o 4º mais procurado do país, com cerca de 362 mil matriculados. Além disso, em 2015, por exemplo, 42.483 pessoas se formaram em Ciências Contábeis.

Com uma taxa de empregabilidade de 60,5%, segundo o Ipea, o setor é considerado promissor e sempre relevante. Entretanto, o papel do contador evoluiu muito além do registro e acompanhamento das movimentações financeiras. Nos dias de hoje, principalmente com a evolução das tecnologias e da Inteligência Artificial, o contador completo é aquele que alia conhecimentos multidisciplinares, visão consultiva e proatividade para contribuir com a saúde financeira e estratégica das empresas.

O especialista em Governança Corporativa e CEO da Digiwork Inteligência Contábil, Rafael Mafra, afirma que a função de apenas “olhar para trás” e registrar os dados deixou de ser suficiente. “O contador precisa olhar para frente, analisar cenários e antecipar desafios e oportunidades”, destaca.



O novo perfil do contador - O contador moderno é mais do que um gestor de números; ele é um estrategista. Além de registrar os dados financeiros, deve ser capaz de criar cenários e orçamentos empresariais, identificar discrepâncias entre números contábeis e operacionais, como vendas por setor ou devoluções por produto, analisar inconformidades e sugerir melhorias nos processos internos.

“Isso significa compreender que a contabilidade é reflexo do passado, mas pode ser usada para prever e moldar o futuro da organização”, assegura, ao destacar que o principal desafio para um contador é a formação multidisciplinar. “Como muitos

contadores vêm de áreas específicas, como auditoria ou consultoria, integrar diferentes saberes pode ser complexo. Além disso, habilidades como retórica, argumentação e liderança de equipes especializadas são indispensáveis”, afirma Mafra,

Para ele, outro ponto desafiador é entender profundamente os impactos que erros operacionais, como falhas em compras, vendas ou logística, podem causar no balanço patrimonial. Sem esse conhecimento, o contador torna-se um mero espectador, incapaz de justificar ou corrigir variações nos resultados. Por isso, dominar os processos internos da empresa permite ao contador atuar de forma preventiva e consultiva.

Por exemplo, ao identificar altos custos e prejuízos recorrentes, ele pode investigar políticas de compras, critérios de estoque e autorizações de despesas. Essas análises podem evitar a repetição de padrões financeiros prejudiciais e sugerir mudanças que aumentem a competitividade da empresa.

Já a visão consultiva, outra habilidade indispensável, é construída com experiência prática, estudo constante e vivência em diferentes mercados, afirma o CEO da Digiwork. Para ele, o contador que transita por negócios de diferentes portes e segmentos adquire um repertório que lhe permite antecipar problemas e sugerir soluções adequadas à realidade da empresa.

“Para ser considerado completo, o contador deve dominar conceitos de direito empresarial, leis de sociedades anônimas, falências, direito trabalhista e tributário. Como a contabilidade se baseia em legislações específicas, ignorá-las compromete a análise e a entrega de soluções eficazes”, finaliza Mafra. - Fonte: (<https://www.digiworkcontabil.com.br/>).

Quatro tendências do mercado financeiro para 2025

Jorge Iglesias (*)

O mercado financeiro segue em evolução, impulsionado por avanços tecnológicos, mudanças regulatórias e novas demandas dos clientes

Para 2025, espera-se que o setor continue sua trajetória de transformação, moldado por quatro tendências principais:

1) Expansão da inteligência artificial e machine learning - A inteligência artificial (IA) e o machine learning continuarão a revolucionar o mercado financeiro. Essas tecnologias já são amplamente utilizadas em análises preditivas, detecção de fraudes e personalização de serviços, mas em 2025 veremos uma integração ainda maior.

Soluções de IA serão capazes de oferecer insights financeiros em tempo real, ajudando investidores a tomar decisões mais rápidas e assertivas. No varejo bancário, assistentes virtuais evoluídos personalizarão a experiência do cliente, aumentando a retenção e a satisfação.

2) Crescimento das fintechs e embedded finance - O número de fintechs não para de crescer, e a integração de serviços financeiros em plataformas não financeiras – o chamado embedded finance – será uma das maiores forças do setor. Com APIs abertas e regulamentações como o Open Finance, empresas de diferentes segmentos, como varejo e saúde, poderão oferecer serviços financeiros diretamente em suas plataformas.

Isso trará conveniência para os consumidores e desafios para os bancos tradicionais, que precisarão se adaptar para competir com soluções mais ágeis e centradas no cliente.

3) Uso de blockchain e criptoativos - O blockchain está deixando de ser visto apenas como a base das criptomoedas para se tornar uma tecnologia central em processos financeiros. Em 2025, espera-se uma maior adoção para operações de pagamentos, contratos inteligentes e até emissão de títulos.

Ao mesmo tempo, os criptoativos ganharão maior destaque, com governos e instituições financeiras desenvolvendo suas próprias moedas digitais e estabelecendo regulações claras para proteger consumidores e atrair investidores institucionais.

4) Inclusão financeira por meio da digitalização - A digitalização continuará a promover a inclusão financeira, especialmente em mercados emergentes. O uso crescente de smartphones e a redução de custos tecnológicos permitirão que mais pessoas tenham acesso a serviços bancários e de crédito.

Empresas do setor financeiro investirão em ferramentas acessíveis para atender populações anteriormente excluídas, ampliando a base de clientes e contribuindo para a redução das desigualdades. As tendências para 2025 apontam para um mercado financeiro cada vez mais tecnológico e centrado no cliente.

A inovação será essencial para empresas que desejam se manter competitivas, e a colaboração entre bancos, fintechs e reguladores será fundamental para moldar um futuro mais inclusivo e dinâmico. Organizações que abraçarem essas mudanças e liderarem em áreas como IA, estarão mais bem posicionadas para prosperar nesse novo cenário.

(*) - É CEO da Topaz (<https://www.topazsystems.com/>).

A jornada da descarbonização da indústria têxtil e de confecção

Fernando Valente Pimentel (*) e Camila Zelezoglo (**)

O recente lançamento da Liga de Descarbonização pela Abit (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção) marca um passo significativo no percurso do setor em sua jornada, cada vez mais enfática, rumo à produção e consumo sustentáveis. Tal movimento apresenta um cenário promissor para o futuro da moda e alinha a atividade às exigências globais de redução de emissões de gases de efeito estufa.

Também contribui para o posicionamento do Brasil como líder emergente na agenda das mudanças climáticas. Diferentes estimativas apontam que a cadeia de valor da moda responde globalmente por 2% a 8% das emissões totais. No entanto, sabemos que a China – maior produtor têxtil e de confecção no ranking mundial – é responsável por grande parte dessas emissões, porque sua matriz energética é baseada em combustíveis fósseis, em particular o carvão.

O Brasil apresenta condições únicas, que o colocam em posição privilegiada quanto às emissões globais. Com matriz energética predominantemente renovável, composta majoritariamente por hidrelétricas, e com avanços notáveis em geração eólica e solar, tem um ativo ambiental incomparável.

Atualmente, de acordo com o Balanço Energético Nacional, 74% das energias consumidas pela indústria têxtil e de confecção brasileira são de origem renovável, sendo 67% provenientes da eletricidade e 7%, de biomassa. O gás natural representa 21% do consumo do setor. É neste último item que se faz necessária avaliação de possibilidades de substituição para redução de emissões.

A legislação nacional, aliada à nossa matriz energética limpa, proporciona um diferencial competitivo crucial para a indústria têxtil e de confecção, que deve aproveitar essas vantagens para se consolidar no mercado global, o qual demanda de maneira crescente responsabilidade socioambiental dos produtos consumidos.

Nesse sentido, também cabe mencionar que o setor conta com cerca de quatro mil empresas certificadas, que garantem práticas socialmente justas e responsáveis. Ademais, o Brasil também é detentor da maior safra de algodão certificado do mundo.

Para se destacar no mercado nacional e global, as empresas precisam investir em inovação e tecnologia e garantir



uma governança eficaz e um engajamento real na agenda de sustentabilidade. A pressão por transparência e o combate ao greenwashing são pontos críticos que exigem atenção contínua.

A Liga de Descarbonização é um passo nessa direção, já que incentiva as empresas do setor têxtil e de confecção a publicarem seus Inventários de Gases de Efeito Estufa. Estas são importantes ferramentas de identificação de possibilidades de redução das emissões, seja por meio da adoção de novas tecnologias ou aumentando a eficiência no uso de recursos para produção.

No horizonte, a 30ª Conferência das Partes das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (COP 30), que ocorrerá em Belém do Pará, em novembro de 2025, representa uma oportunidade ímpar para demonstrar o comprometimento do país com a redução das emissões de gases de efeito estufa. Será um importante espaço para evidenciar os diferenciais da indústria têxtil e de confecção brasileira.

A jornada rumo à sustentabilidade é oportunidade única para o setor. Com um histórico de compromisso ambiental, arcabouço regulatório adequado e uma posição estratégica, o Brasil tem tudo para liderar globalmente essa agenda, mostrando ao mundo que a combinação de tradição e inovação pode resultar em uma indústria têxtil e de confecção cada vez mais responsável e alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e aos princípios da governança ambiental, social e corporativa (ESG).

(*) - É diretor-superintendente e presidente emérito da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit).

(**) - É coordenadora de Sustentabilidade e Inovação da Abit.





Melpomenem_CANVA

CUIDADO COM A PROTEÇÃO

TENDÊNCIAS EM FRAUDES PARA 2025 E O FUTURO DOS GOLPES DIGITAIS

De acordo com um recente relatório da Kaspersky, o Brasil lidera a lista de países que mais sofrem ataques cibernéticos. Em 2025, espera-se que as empresas enfrentem um cenário no qual as ameaças cibernéticas se diversifiquem ainda mais, exigindo estratégias robustas e inovadoras para proteção de seus negócios e clientes.

Thiago Bertacchini (*)

Segundo a Juniper Research, as perdas globais devido a fraudes online devem chegar perto dos \$400 bilhões em 2025, impulsionadas por novos métodos de ataque e pela crescente digitalização de serviços. Esse cenário demanda uma postura mais proativa das empresas, que precisam investir em tecnologias avançadas de prevenção, bem como na conscientização de colaboradores e consumidores.

A abordagem reativa, focada apenas em responder a incidentes após sua ocorrência, já não é suficiente. A integração de ferramentas baseadas em inteligência artificial, aprendizado de máquina e sistemas de análise de comportamento em tempo real é fundamental para antecipar movimentos fraudulentos antes que eles causem prejuízos significativos.

A relação entre tecnologia e segurança – O avanço da tecnologia está no centro das tendências de fraude, mas também é a base das soluções para mitigá-las. Por exemplo, a implementação de IA generativa por criminosos está criando novos desafios: fraudes envolvendo deepfakes, como a manipulação de voz e vídeo para enganar sistemas de autenticação ou para aplicar golpes financeiros, são cada vez mais comuns.

Entretanto, essas mesmas tecnologias podem ser usadas para combater ataques. Modelos avançados de IA são capazes de detectar padrões irregulares em dados, como acessos suspeitos ou transações incompatíveis com o perfil do cliente, bloqueando ações fraudulentas em tempo real. Além disso, a segurança baseada em biometria comportamental, combinada com autenticação multifator (MFA), continuará sendo um pilar central da proteção digital.



Lerbank-bk22_CANVA

Outro ponto crucial é a necessidade de equilibrar segurança com experiência do usuário. Estudos mostram que consumidores estão cada vez mais dispostos a adotar soluções de segurança robustas, desde que estas não prejudiquem a praticidade e a rapidez dos serviços digitais. Com base em relatórios de especialistas e tendências observadas, destacam-se os seguintes tipos de fraudes e ataques cibernéticos que devem ganhar relevância em 2025:

Fraudes baseadas em IA Generativa – O uso de ferramentas como ChatGPT - ou até o FraudGPT, para criminosos mais sofisticados - para criar comunicações fraudulentamente convincentes, além de deepfakes usados em fraudes financeiras e de identidade.

Ataques a carteiras digitais e sistemas de pagamento – Com o crescimento das carteiras digitais, estas se tornam alvos preferenciais. Técnicas como phishing e engenharia social sofisticada continuarão explorando falhas no comportamento humano para obtenção de credenciais de acesso e efetivação de golpes.

Ransomware mais avançado – Ataques com foco em extorsão, bloqueando sistemas e dados críticos das empresas, se tornarão mais direcionados e personalizados.

Golpes no comércio eletrônico e marketplaces – Fraudadores utilizarão técnicas como compras simuladas e manipulação de avaliações para enganar consumidores e empresas.

Exposição de APIs vulneráveis – Com a expansão do uso de APIs, os criminosos irão explorar brechas para obter acesso não autorizado a dados sensíveis.

Pagamentos Pix ou Conta a Conta – Com a popularidade do tipo de pagamento, os fraudadores continuam desenvolvendo malware (como o Pixirate, por exemplo) e utilizam grandes campanhas de phishing e keylogging.

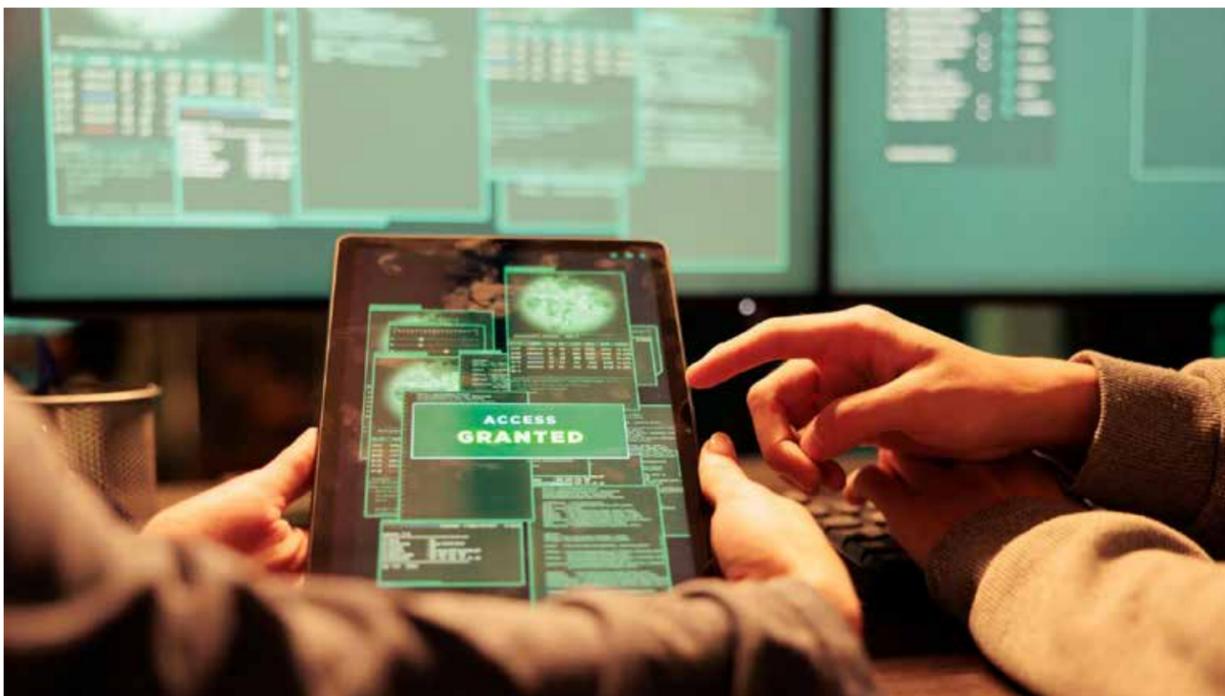
Para enfrentar essas ameaças, algumas estratégias tecnológicas são fundamentais: Implementação de modelos de IA preditiva, para antecipar padrões de comportamento anômalos; Tokenização e criptografia avançada, para proteger dados em trânsito e armazenados; Segurança centrada em APIs, garantindo o monitoramento e teste contínuo para evitar vulnerabilidades, e Zero Trust Architecture (ZTA), um modelo que assume a inexistência de confiança dentro e fora da rede, exigindo verificação rigorosa de cada solicitação de acesso.

Atendendo à demanda do consumidor – Os consumidores exigem transações seguras, mas também fluidas. Uma pesquisa da Deloitte mostrou que 75% dos usuários abandonam plataformas que exigem processos de segurança excessivamente complicados. Assim, o futuro da prevenção à fraude deve garantir um equilíbrio entre eficiência operacional e experiência do cliente.

Empresas líderes estão investindo em soluções invisíveis para o consumidor, como monitoramento passivo e autenticação biométrica contínua, que elevam a segurança sem prejudicar a jornada do usuário. O cenário de fraudes para 2025 exige que empresas adotem uma mentalidade de segurança proativa, integrando tecnologia de ponta a processos e estratégias de proteção. A inovação tecnológica será tanto a origem dos novos desafios quanto a solução indispensável para superá-los.

Organizações que investirem em sistemas avançados de IA, automação e segurança, além de priorizarem a experiência do cliente, estarão mais preparadas para enfrentar os golpes digitais do futuro, protegendo não apenas seus negócios, mas também a confiança de seus clientes.

(*) - É Head de Vendas da Mangopay (<https://mangopay.com/>).



Dragos_Condrea_CANVA