

## MONETIZAÇÃO DE DADOS E NOVOS FORMATOS

## O CAMINHO PARA O VAREJO DO FUTURO

▶▶ Leia na página 8

## Empresas que inovam no ramo de pesquisa e comportamento

Para analisar o comportamento do público-alvo, marcas buscam antecipar tendências por meio da neurociência e de dados comportamentais

Pouco se fala da análise constante que deve ser feita do comportamento do consumidor para ser cada vez mais assertivo nas estratégias de negócio. De acordo com a Accenture, 61% das empresas consideram a antecipação de tendências como uma prioridade estratégica. Outra pesquisa, desta vez realizada pela Forrester Research, revelou que companhias que conseguem antecipar tendências têm uma probabilidade 33% maior de superar seus concorrentes em termos de lucratividade.

Pensando nisso, empresas de pesquisa trazem formas inovadoras de compreender e analisar o comportamento do público-alvo de clientes, veja abaixo.

### 1. Uso da neurociência atrelada à tecnologia:

O grande objetivo da Neura, consultoria de estudos comportamentais e porquês, é justamente antecipar tendências e garantir um amanhã menos resistente a mudanças. Fundada por Andre Cruz, Expert em Neurociência e Comportamento e pioneiro em aplicar a tecnologia da neurociência na estratégia e na pesquisa comportamental, a organização mapeia dinâmicas culturais, decodifica informação em conhecimento e traduz tudo isso em estratégias de negócio.

“Ao investir no ramo de pesquisas, é possível fazer análises comportamentais de públicos específicos com o intuito de aumentar a satisfação do cliente final e a produtividade da equipe. Por isso, defendo que a neurociência possui um papel essencial para o desenvolvimento do mundo empresarial. Entretanto, muito mais do que isso, ela nos ajuda a compre-

Aranyan\_CANVA



ender as decisões emocionais - os códigos não ditos - que estão no inconsciente das pessoas, conjunto de processos cerebrais que ocorrem sem a percepção consciente do indivíduo”, completa Andre Cruz.

### 2. Foco em dados competitivos e comportamentais:

Com a missão de transformar dados em decisões inteligentes, conectando o mercado ao seu público-alvo de forma inovadora, o PiniOn é uma empresa de pesquisa de mercado especializada em dados competitivos e comportamentais. Por meio de um aplicativo mobile próprio, a empresa engaja uma base de mais de 3 milhões de usuários inscritos para realizar missões com coleta de dados, desde formulários virtuais até pesquisas localizadas em pontos de venda, gerando informações valiosas para empresas de diferentes segmentos, como Unilever, Heineken e Coca-Cola.

Em 2024, a empresa bateu a marca de mais de 5 milhões de missões disparadas para seus usuários, para enriquecer a inte-

ligência competitiva de seus clientes. Utilizando metodologia única, suas soluções são baseadas em tecnologia e engajamento, tornando a experiência de pesquisa uma jornada dinâmica e interativa, com tarefas gamificadas e adaptadas às necessidades de cada empresa cliente.

“O PiniOn é o primeiro aplicativo do Brasil que une uma comunidade de pessoas que executam missões para ajudar as marcas a entender seu posicionamento. Realizamos desde pesquisas de Comportamento, Concorrência, Publicidade, até Pesquisas de Marca e Produto. Ou seja, qualquer empresa que queira conhecer melhor e engajar-se com seu público-alvo pode se beneficiar das nossas soluções ao otimizar suas análises com acesso a dados perfilados, geolocalizados e comportamentais. Essas informações são coletadas de forma rápida e recorrente, oferecendo uma visão estratégica sobre consumidores e concorrentes, permitindo decisões bem fundamentadas”, destaca Talita Castro, CEO do PiniOn.

### CLT ou mercado? Flexibilidade ou rigidez? Desvendando mitos da jornada de trabalho

Embora possa parecer novidade, o fim da jornada 6x1, que voltou ao centro das discussões nos últimos dias no país, não é algo novo, uma vez que já foi objeto de proposituras legislativas no passado. ▶▶

### IA que "imita" pensamento e visão humana, identifica imperfeições na indústria

Indústria 4.0 aposta no uso de soluções cada vez mais focadas no diagnóstico precoce de falhas na esteira de produção. ▶▶

### Mercado de facilities no Brasil movimenta R\$ 60 bilhões ao ano

A terceirização de serviços de facilities tem se consolidado como uma estratégia essencial para empresas de diversos setores no Brasil. ▶▶

### Como a gamificação está transformando as pesquisas de mercado

Tendência consolidada em diversos setores, a gamificação também tem seu lugar ao sol quando falamos de pesquisa. Integrar elementos de jogos em pesquisas digitais não só torna a experiência mais intuitiva para o respondente, mas também traz uma revolução na qualidade dos dados coletados para as empresas, por conta do alto engajamento. ▶▶

Para informações sobre o

**MERCADO FINANCEIRO**

faça a leitura do QR Code com seu celular



### Negócios em Pauta

Divulgação AUTOCOM



### 2º AUTOCOM Summit levará para debate a tecnologia do novo século para o varejo

A 2ª edição do AUTOCOM Summit será realizada nos dias 1º e 2 de abril, no Expo Center Norte, em São Paulo. O evento ocorrerá em paralelo à AUTOCOM, principal feira de tecnologia voltada ao varejo e à automação comercial na América Latina, que celebrará 25 anos de história em sua maior edição. O encontro terá como tema principal “Tecnologia expandindo o varejo”. Para as apresentações foram convidados especialistas do mercado, que serão mediados por executivos da Associação Brasileira de Tecnologia para o Comércio e Serviços - AFRAC. O AUTOCOM Summit contará com a participação dos presidentes das entidades que representam o setor de Comércio e Serviços, responsáveis por cerca de 62% do PIB nacional. Os ingressos para o evento estão disponíveis pelo site, por meio do link Summit 2025 As vagas são limitadas (<https://euvo.events/autocomsummit2025>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

### News@TI

SergeyNivens\_CANVA



### Evento em SP debate impacto real da inovação liderada por mulheres

“O SAS, líder global em dados e IA, abre as inscrições para o SAS Women Empowerment Day, que nesta edição irá celebrar inovações lideradas por mulheres. O evento é gratuito e exclusivo para o público feminino, e neste ano volta a ser realizado de forma presencial, no dia 18 de março, a partir das 8h30, na Casa Pompeia (Avenida Pompeia, 681 - São Paulo). “Sentimos falta do networking que esse tipo de evento proporciona, não apenas para organizadoras e palestrantes, mas também para o público”, afirma Thais Cerioni, head de marketing e comunicação do SAS Brasil e uma das palestrantes do evento. Com os olhares voltados para inovações lideradas por mulheres, o encontro pretende ir além do empoderamento feminino e busca abordar o impacto real que elas têm causado em empresas e na sociedade por meio de projetos inovadores ([https://www.sas.com/pt\\_br/events/women-empowerment-day-2025.html?utm\\_source=other&utm\\_campaign=non-non-americas](https://www.sas.com/pt_br/events/women-empowerment-day-2025.html?utm_source=other&utm_campaign=non-non-americas)). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

### Política

#### Em foco, o final da guerra

Heródoto Barbeiro



▶▶ Leia na página 2

### Economia da Criatividade

O Papel dos Ex-Alunos no Marketing Educacional: Transformando Alumni em Embaixadores da Marca

Carol Olival



▶▶ Leia na página 6

## Em foco, o final da guerra



Heródoto Barbeiro (\*)

O foco da reunião é colocar um fim à guerra.

O presidente norte-americano e o líder russo têm visões semelhantes. Milhões de pessoas morreram no conflito e a maior parte dos mortos são russos, ucranianos e outros povos da Europa Oriental.

Há desconfiança de parte a parte das delegações americana e russa sobre o que vai acontecer com os países que fazem fronteira com a Rússia. Se prevalecer o ponto de vista do líder russo, vastas regiões deverão se tornar estados-tampão para proteger o seu país contra um avanço de forças europeias.

Para isso, precisa da anuência dos Estados Unidos para manter tropas de ocupação no território que foi conquistado durante o conflito. A princípio, os analistas concordam que haverá uma solução negociada e sem maiores ameaças à paz.

O mundo acompanha com interesse o que vai ser decidido pelas duas potências – e aos demais países não resta alternativa senão aceitar as decisões, ainda que isso signifique a repartição de países, mudanças de fronteiras e o deslocamento de milhões de pessoas. O idioma é o mote do líder russo. As fronteiras devem respeitar as populações que falam russo, ainda que estejam fora das atuais fronteiras do país. Ou seja, se tem povo russo na Ucrânia, ela deve gravitar em torno da Rússia.

Os Estados Unidos reagem com a lembrança de que essa política já foi conhecida como o lebensraum, o espaço vital, bandeira que os nazistas has-

tearam ao anexar a Áustria, parte da Tchecoslováquia e ao invadirem a Polônia, que levou o mundo à Segunda Guerra Mundial. Há mesmo quem acredite que o que se propõe é um renascimento do movimento pan-eslavista, acalentado pelo antigo Império Russo no final do século 19 e início do 20.

Será uma volta ao passado??? A reunião tem como cenário a cidade destruída pelos bombardeios russos. O subúrbio onde se realiza o encontro tem um caráter simbólico, mostrar ao mundo o que restou do III Reich. Tropas aliadas ocupam a capital Berlim onde se encontram o presidente americano democrata, Harry Truman, e o ditador da União Soviética, Josef Stálin.

Sobre a mesa, o mapa da Europa Oriental com as pretensões soviéticas de implantar a ditadura do proletariado, com a ajuda dos partidos comunistas locais, nos países que fazem fronteira com a União Soviética. O terceiro participante da reunião em Potsdam é o primeiro-ministro britânico Winston Churchill. Aparentemente, são dois a um a favor do Ocidente. Contudo, os territórios orientais estão ocupados por tropas soviéticas e até mesmo Berlim está totalmente imersa nas conquistas dos vencedores da guerra. Consolida-se o que Churchill chama de Cortina de Ferro.

Abrem-se as cortinas e inicia-se a Guerra Fria em 1945, parodiando o locutor esportivo.

(\*) - É âncora do Jornal Nova Brasil e colunista do R7. Mestre em História pela USP e inscrito na OAB. Palestras e mídia training (www.herodoto.com.br)

## A HP não respeita seus clientes

De acordo com o portal The Register, a HP definiu que os clientes que acessassem sua central de atendimento por telefone, deveriam aguardar pelo menos 15 minutos até serem atendidos.

Vivaldo José Breternitz (\*)

O objetivo era forçar os clientes a procurar atendimento por canais digitais, evidentemente com o objetivo de reduzir custos.

Quando o cliente ligava, uma gravação lhe dizia algo como “Estamos com tempos de espera mais longos e pedimos desculpas pelo inconveniente. O próximo atendente disponível estará com você em cerca de 15 minutos”. Isso acontecia mesmo quando havia atendentes disponíveis.

A política de espera de 15 minutos foi implantada recentemente nas centrais de atendimento da HP no Reino Unido, Irlanda, França, Alemanha e Itália, mas foi cancelada apenas um dia após o The Register tornar o assunto público, em função da má repercussão junto ao público e aos próprios funcionários da empresa.

Um desses funcionários chegou a dizer ao The Register que “Muitos dentro da HP estão bastante descontentes com as medidas que estão sendo tomadas e com o fato de que aqueles que tomam as decisões não precisam lidar com os clientes que suas decisões impactam.”

De maneira cínica, a HP justificou a política de espera dizendo que “Estamos sempre procurando maneiras de melhorar nossa experiência de atendimento ao cliente. Esta oferta de suporte tinha como



Einur\_CANVA

objetivo fornecer mais opções digitais com o objetivo de reduzir o tempo para resolver as dúvidas.”

A empresa disse também que “Descobrimos que muitos de nossos clientes não conheciam as opções de suporte digital que oferecemos. Com base no feedback inicial, sabemos que a importância de falar com agentes de atendimento ao cliente ao vivo de maneira oportuna é fundamental. Como resultado, continuaremos a priorizar o acesso oportuno ao suporte telefônico ao vivo para garantir que estamos oferecendo uma experiência excepcional ao cliente.”

Levando-se em conta que muitos dos clientes da empresa são pessoas físicas com poucos conhecimentos de tecnologia, adicionar um tempo de espera de 15 minutos foi como a HP dar um tiro no próprio pé.

É notório que muitas centrais de atendimento adotam políticas similares, sendo importante que casos como esses venham a público, visando combater a ganância dessas empresas e defender seus clientes.

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

## Adobe lança Photoshop para Iphone e mira nas novas gerações

O Photoshop, maior aplicativo do mundo para edição de imagens, acaba de ganhar uma versão para Iphone. Agora, os criativos experientes e novatos poderão desenvolver suas artes a qualquer hora e de qualquer lugar, com acesso a recursos essenciais do aplicativo como camadas, máscaras e até preenchimento generativo via Firefly.

Segundo Vitor Gomes, Gerente Sênior de Marketing de Produtos na Adobe, o Photoshop para Iphone foi pensado principalmente para as novas gerações. “A geração Z, que cresceu com o celular, tem total domínio de aplicativos e realiza muitas tarefas por meio deles. Uma das estratégias para o lançamento do Photoshop mobile é ampliar as possibilidades de dispositivos para atender também as preferências dos profissionais mais jovens”, conta.

Além disso, Gomes enfatiza que o aplicativo pode conectar o Photoshop a novas pessoas dessa geração que tiveram o seu primeiro contato com a criação pelo celular, mas por meio de outros apps. “Agora eles têm a chance de experimentar e criar com o Photoshop, tendo acesso a recursos exclusivos como imagens do Adobe Stock e preenchimento generativo do Firefly”.

Entre as características do app estão a interface simples e fácil de usar, edições rápidas, acesso a projetos em qualquer lugar e captura de ideias diretamente do smartphone.

Conheça as ferramentas gratuitas disponíveis no Photoshop para Iphone:



• Combinação, composição e fusão de imagens usando ferramentas essenciais do Photoshop, incluindo seleções, camadas e máscaras.

- Remoção, recoloração ou substituição de partes de uma imagem com a ferramenta Tap Select.
- Ferramentas avançadas de remoção, como o Pincel de Recuperação para eliminar distrações rapidamente.
- Acesso à IA generativa da Adobe Firefly, incluindo Preenchimento Generativo e Expansão Generativa, para adicionar elementos e editar fotos com facilidade.
- Integração direta com outros aplicativos criativos, como Adobe Express, Adobe Fresco e Lightroom.
- Acesso à biblioteca Adobe Stock.

Para quem necessita de recursos mais avançados, há um plano premium disponível para o aplicativo. Confira os recursos adicionais:

- Ferramentas para seleções precisas, ajustes direcionados e correções de cor avançadas.
- Acesso expandido à IA generativa segura para uso comercial com Adobe Firefly.
- Suporte completo para abrir e editar qualquer documento do Photoshop.
- Integração fluida entre as versões para dispositivos móveis e web, permitindo que os usuários trabalhem no mesmo projeto em diferentes plataformas.
- Atualizações na versão web, incluindo uma interface aprimorada para facilitar a transição entre web e mobile, integração direta com a biblioteca Adobe Stock e compatibilidade expandida com os navegadores Safari, Chrome, Firefox e Edge.

## Kodak Alaris certifica 22 parceiros

A Kodak Alaris, empresa especializada em scanners de documentos, captura avançada, processamento inteligente de documentos e informações essenciais nos processos de negócios, entende seus canais como parceiros estratégicos para manter uma conexão sólida com os clientes, atendendo às necessidades do mercado e dos usuários finais. A empresa

lançou seu primeiro treinamento focado em Processamento Inteligente de Documentos (IDP). Durante esse treinamento virtual, participantes de 10 países assistiram a sessões de treinamento focadas em venda consultiva, compreensão da necessidade de IDP, desafios, recursos da solução, oportunidades em vários setores e conceitos-chave. Os treinamentos fo-

ram oferecidos em espanhol, inglês e português, facilitando o acesso à informação. O objetivo é equipar os parceiros com as ferramentas necessárias para identificar oportunidades tecnológicas e oferecer o melhor serviço aos usuários finais (https://www.kodakalaris.com/es?utm\_source=pr&utm\_medium=pressrelease&utm\_campaign=boilerplate).

## News @TI

## 25 vagas abertas em formato remoto e presenciais

@A Envolti está acelerada em direção à meta ousada que tem para o ano: crescer 40% em resultado. O objetivo da empresa, que atua no desenvolvimento de projetos customizados, alocação de mão-de-obra especializada, AMS, RPA e qualidade de software em clientes de diversos segmentos, é ampliar a carteira de clientes mantendo o alto nível de entrega. Para isso, um aumento significativo na equipe está previsto. A expectativa é de que cerca de 80 oportunidades de trabalho sejam abertas. Atualmente, 25 já estão recebendo candidatos. Mais informações sobre as oportunidades estão na aba Trabalhe Conosco no site (www.envolti.com.br).

## AI Agent de prevenção à lavagem de dinheiro e combate a fraudes

@O Agibank, banco que transforma o sistema financeiro ao conectar a população brasileira muitas vezes deixada de lado pelos grandes bancos que fecham agências e pelas fintechs exclusivamente digitais, apresenta seu primeiro AI Agent, um sistema avançado de inteligência artificial desenvolvido internamente para prevenção à lavagem de dinheiro (PLD) e ao combate a fraudes. A solução marca um avanço significativo ao permitir que a IA não apenas identifique padrões suspeitos em tempo real, mas também atue automaticamente para bloquear transações potencialmente ilícitas, elevando o nível de segurança e eficiência operacional do setor financeiro. Projetado integralmente pelo Agibank, o novo AI Agent elimina processos manuais que antes levavam 34 dias, reduzindo esse tempo para apenas 5 minutos. Além da velocidade de análise, a tecnologia é capaz de processar grandes volumes de dados, detectar anomalias com maior precisão e se adaptar continuamente a novos padrões de comportamento financeiro. O processo garante uma abordagem dinâmica e responsiva na mitigação de riscos.

# Contas externas têm saldo negativo de US\$ 8,7 bilhões em janeiro

As contas externas do país tiveram saldo negativo em janeiro de US\$ 8,655 bilhões, informou no Banco Central (BC)

No mesmo mês de 2024, o déficit foi de US\$ 4,407 bilhões nas transações correntes, que são as compras e vendas de mercadorias e serviços e transferências de renda com outros países.

A piora na comparação interanual é resultado da queda de US\$ 4,3 bilhões no superávit comercial, em razão, principalmente, do aumento das importações. Também contribuiu para o resultado negativo nas transações correntes, o déficit em serviços, que aumentou em US\$ 1 bilhão. Em contrapartida, o déficit em renda primária (pagamento de juros e lucros e dividendos de empresas) recuou em US\$ 1,1 bilhão.

Em 12 meses encerrados em janeiro, o déficit em transações correntes somou US\$ 65,442 bilhões, 3,02% do Produto Interno Bruto (PIB, a soma dos bens e serviços produzidos no país), ante o saldo negativo de



Investimentos diretos no país somaram US\$ 6,5 bilhões.

US\$ 61,194 bilhões (2,79% do PIB) no mês anterior. Já em relação ao período equivalente terminado em janeiro de 2024, o aumento no déficit foi maior, com o resultado em 12 meses negativo em US\$ 24,490 bilhões (1,11% do PIB).

De acordo com o BC, as transações correntes têm cenário bastante robusto e vinham com tendência de redução nos déficits em 12 meses, que se inverteu a partir de março de 2024. Ainda assim, o déficit externo está

financiado por capitais de longo prazo, principalmente pelos investimentos diretos no país, que têm fluxos e estoques de boa qualidade.

As exportações de bens totalizaram US\$ 25,371 bilhões em janeiro, uma redução de 5,9% em relação a igual mês de 2024. Enquanto isso, as importações atingiram US\$ 24,148 bilhões, o maior valor para meses de janeiro da série histórica iniciada em 1995, com elevação de 12,8% na comparação com janeiro do ano passado.

Com os resultados de exportações e importações, a balança comercial fechou com superávit de US\$ 1,223 bilhão no mês passado, ante o saldo positivo de US\$ 5,563 bilhões em janeiro de 2024. A redução é de 78%.

De acordo com o chefe do Departamento de Estatísticas do BC, Fernando Rocha, a queda nas exportações se deu em razão da redução dos preços internacionais dos bens exportados pelo Brasil, enquanto as quantidades estão estáveis. No caso das importações, o valor recede se deve ao aumento nas quantidades importadas pelos brasileiros.

“O volume de bens importados aumentou 19,5% em janeiro. Se você separa as importações entre quantidade e preços, a demanda interna por bens importados cresceu ainda mais que o aumento expresso em valor”, explicou Rocha (ABR).

## Juros: oportunidade para proteger e rentabilizar o patrimônio

Juan Schiavo de Magalhães (\*)

Em um cenário de incerteza fiscal e inflação persistente, proteger o patrimônio tornou-se uma prioridade para investidores brasileiros. O país enfrenta desafios no equilíbrio das contas públicas, e a necessidade de financiamento do governo tem mantido as taxas de juros reais em patamares historicamente elevados. Esse ambiente cria uma oportunidade única para aqueles que buscam investimentos seguros e com potencial de retorno atrativo.

Os títulos públicos indexados ao IPCA, como as Notas do Tesouro Nacional – Série B (NTN-Bs), oferecem proteção contra a inflação e uma taxa de juro real elevada, garantindo ao investidor um ganho acima da inflação e maior previsibilidade na rentabilidade de longo prazo. A NTN-B2035, em particular, apresenta um retorno real de 7,5% ao ano, o que reforça seu apelo como uma alternativa robusta para preservação e crescimento do capital.

As NTN-Bs são títulos públicos emitidos pelo governo federal, indexados ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), a principal referência da inflação no Brasil. Esses ativos oferecem uma rentabilidade composta por uma taxa de juros real prefixada acrescida da variação do IPCA. Dessa forma, o investidor garante um ganho acima da inflação, protegendo-se da perda do poder de compra ao longo do tempo.

Entre as principais vantagens do investimento em NTN-Bs, destaca-se a proteção contra a inflação, já que sua remuneração está atrelada ao IPCA, garantindo que o investidor preserve o valor real do seu dinheiro. Além disso, proporcionam previsibilidade de retorno, uma vez que a remuneração real é conhecida no momento da compra, ao contrário de ativos de renda variável. Esses títulos também atraem investidores institucionais, como fundos de pensão e seguradoras, que buscam alinhar seus passivos de longo prazo a ativos com rentabilidade ajustada pela inflação. Para investidores pessoa física, a lógica é semelhante, permitindo o alinhamento entre ativos e possíveis passivos de longo prazo, como a construção de patrimônio para a aposentadoria.

Outro fator relevante é a liquidez e segurança. Como são emitidos

pelos Tesouros Nacionais, apresentam um dos menores riscos de crédito do mercado e podem ser negociados no mercado secundário. Além disso, em momentos de taxas elevadas, como o atual, as NTN-Bs tornam-se ainda mais atraentes. Atualmente, a NTN-B 2035 oferece um retorno acima da inflação de 7,5% ao ano, um patamar que remonta a períodos de elevada crise econômica e se destaca em comparação à média histórica.

Com uma expectativa de IPCA de 5,8% para 2025 e 4,4% para 2026, segundo o Boletim Focus do Banco Central, as NTN-Bs oferecem um carregamento atrativo para o longo prazo. Mesmo sem fechamento da curva de juros, a combinação entre juros reais e inflação pode dobrar o capital investido em seis anos. Caso o cenário doméstico melhore e ocorra uma queda de 50 pontos-base na taxa de juros real, o retorno projetado para a NTN-B 2035 sobe de 13,9% para 15,9% ao ano. Em um cenário de compressão mais significativa da curva, retornos acima de 20% são possíveis.

Ao longo dos próximos anos, o retorno acumulado da NTN-B 2035 pode atingir 99,1% até 2030 e 147,2% até 2032, caso o título seja mantido até o vencimento. Esses números evidenciam a relevância e a oportunidade única desse investimento, especialmente em um momento em que o mercado oferece taxas historicamente elevadas.

Investir em NTN-Bs representa uma decisão fundamentada para quem deseja segurança, previsibilidade e rentabilidade real. Em um Brasil onde o histórico inflacionário já impôs desafios ao poder de compra dos cidadãos, a alocação em ativos atrelados ao IPCA continua sendo uma das formas mais eficazes de proteção financeira. Com a manutenção de juros elevados no curto prazo e a possibilidade de ajustes graduais nos próximos anos, a estratégia de aquisição desses títulos pode garantir retornos expressivos para quem souber aproveitar o momento de entrada. Assim, entender a dinâmica das NTN-Bs e incorporá-los à carteira pode ser um passo decisivo para o sucesso no longo prazo.

(\*) Economista da Cimo Family Office - consultoria financeira de investimentos.

## Informalidade recua no mercado de trabalho

O percentual de pessoas trabalhando na informalidade no país caiu para 38,3% no trimestre encerrado em janeiro deste ano. Isto significa que 39,5 milhões do total de 103 milhões de trabalhadores no país trabalhavam sem carteira assinada ou sem CNPJ, de acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

A taxa de informalidade recuou nas comparações com o trimestre anterior, encerrado em outubro de 2024 (38,9% ou 40,3 milhões), e com o trimestre encerrado em janeiro de 2024 (39%, ou 39,2 milhões).

De acordo com o IBGE, o número de empregados sem carteira no setor privado (13,9 milhões) caiu na comparação trimestral (menos 553 mil pessoas) e cresceu 3,2% na comparação anual (mais 436 mil pessoas).

Ao mesmo tempo, o número de empregados com carteira assinada no setor privado, sem contar os trabalhadores domésticos (39,3 milhões), ficou estável na comparação com o trimestre anterior e cresceu 3,6% (mais 1,4 milhão de pessoas) na comparação anual.

A população ocupada (103 milhões) ficou 0,6% abaixo da observada no trimestre anterior (menos 641 mil pessoas) e 2,4% acima do resultado apurado em janeiro de 2024 (mais 2,4 milhões de pessoas). O nível de ocupação ficou em 58,2%, abaixo do trimestre anterior (58,7%) mas acima do trimestre encerrado em janeiro de 2024 (57,3%).

“A queda dos trabalhadores informais [-2%] foi maior do que a queda da população ocupada [-0,6%]”, afirmou o pesquisador do IBGE William Kratochwill. “A desocupação aumentou basicamente nos empregos sem carteira” (ABR).

## Geração de caixa é a maior fortaleza da Petrobras, diz diretor

Os resultados da Petrobras ao longo de 2024 mostram que a geração de caixa é um dos principais pontos fortes da companhia, mesmo com a alta do dólar tendo impactado negativamente as contas da empresa. A avaliação é do diretor Financeiro e de Relacionamento com Investidores, Fernando Melgarejo.

“Uma das grandes fortalezas da Petrobras é a sua geração de caixa”, afirmou Melgarejo, ao comentar o lucro anual de R\$ 36,6 bilhões. O resultado ficou 70% abaixo do registrado em 2023. No quarto trimestre, houve prejuízo de R\$ 17 milhões, atribuído à escalada do dólar.

Apesar do resultado contábil afetado pela moeda americana, que subiu 27% em 2024 (fechou em R\$ 6,18), o fluxo de caixa operacional da Petrobras alcançou R\$ 204 bilhões no ano. “É a empresa com maior geração de caixa, isso daria para comprar grandes bancos, por exemplo” (ABR).

### A – Lucrou R\$ 2,8 bilhões com novo modelo de negócios

A Marfrig apresentou seus resultados fiscais relativos ao quarto trimestre e ao ano de 2024. Os números do balanço consolidam as informações contábeis e financeiras da Operação Continuada da América do Sul, da Operação América do Norte (representada pela National Beef) e da BRF. Os resultados apresentados confirmam o sucesso da estratégia de diversificação geográfica e de portfólio e de foco em aumento de eficiência operacional e em produtos de alto valor agregado.

### B – Prêmio J. F. Marar

Uma pesquisa conduzida no Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação (ICMC) da USP, em São Carlos, pode ampliar as fronteiras do diagnóstico precoce para a doença de Parkinson, cuja detecção atualmente é feita com base em sintomas visíveis, o que pode atrasar o início do tratamento. O trabalho, desenvolvido pelo aluno Théo Bruno Frey Riffel, que cursa Ciências de Computação no ICMC, aplica o estudo de redes cerebrais funcionais e aprendizado de máquina na identificação antecipada da patologia, acelerando o diagnóstico e permitindo um tratamento mais personalizado. A pesquisa foi agraciada com o Prêmio J. F. Marar de Inteligência Artificial para a Graduação 2024 (www.icmc.usp.br/institucional/premios/premio-j-f-marar).

### C – Inadimplência de aluguel em São Paulo tem queda

Após registrar alta em dezembro, a taxa de inadimplência de aluguel em São Paulo apresentou queda em janeiro de 2025, saindo de 3,15% no mês anterior para 2,98%, com variação de 0,17 ponto percentual. No comparativo com o mesmo período de 2024 (3,13%), houve uma retração de 0,15 ponto percentual. O índice no estado segue ainda abaixo da média nacional, que foi de 3,44% em janeiro. Os dados são do Índice de Inadimplência Locatícia da Superlógica, principal plataforma de soluções tecnológicas e financeiras para os mercados condominial e imobiliário no país. Entre as regiões do país, a região Norte teve a maior

taxa, com 6,77%, seguida por Nordeste (5,26%), Centro-Oeste (3,93%), Sudeste (3,07%) e Sul (2,77%).

### D – Ingressou no mercado de core bancário

A LUZ Soluções Financeiras amplia o leque de produtos e lança o MAZDRA, uma suite de core bancário. O MAZDRA é um sistema em nuvem, que utiliza tecnologias de alto desempenho com regras rígidas de controle e segurança, como Kafka e Cassandra. A contratação modular e a alta conectividade com integração por APIs (Interface de Programação de Aplicações) permitem que a suite de core bancário seja contratada a depender da necessidade da instituição, além de possibilitar uma rápida conexão com os sistemas já existentes (www.luz-ef.com).

### E – Expo Revestir 2025

A Expo Revestir 2025, maior evento do segmento América Latina, que acontece de 10 a 14 de março em São Paulo, promete revelar as principais inovações do setor, e o Grupo Eletromec traz para o evento o que existe de mais inovador dentro dos ambientes de cozinha, área gourmet e lavanderia. Entre as tendências que ganham destaque estão os cooktops e coifas invisíveis.

### F – EuEntrego e Rapidoc anunciam colaboração

A EuEntrego, plataforma de logística colaborativa, e a Rapidoc, referência em soluções de telemedicina, anunciam uma nova parceria para disponibilizar planos de telemedicina em condições especiais para os entregadores parceiros da EuEntrego. A iniciativa visa ampliar o acesso à saúde de qualidade de forma prática e acessível. Por meio dessa parceria, os entregadores terão acesso a planos exclusivos de telemedicina, que incluem consultas médicas online, atendimento 24 horas e orientação médica de forma rápida e eficiente. Os planos foram desenvolvidos pensando no bem-estar e na segurança dos profissionais que atuam diariamente no transporte de encomendas (https://rapidocbrasil.com.br/euentrego/#plan-section).

### G – Laboratórios de pesquisa avançada são inaugurados

Santa Catarina recebeu três novos espaços para o desenvolvimento de pesquisa avançada nas áreas de biologia e saúde. Os projetos dos laboratórios inaugurados no campus de Florianópolis da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) receberam juntos, R\$ 7,1 milhões do Programa MultiLab SC – Laboratórios Multiusuários, do Governo do Estado de Santa Catarina. Os recursos para os espaços focados em biotecnologia, pesquisa e inovação voltadas para patologias predominantes no país e em banco de células animais foram repassados via edital 15/2023 da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (Fapesc) (milena.nandi@fapesc.sc.gov.br).

### H – Técnicas de apresentação e oratória

A ABIMAQ (Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos) realiza, no dia 10 de março (segunda-feira), o curso Técnicas de apresentação e oratória com storytelling. Ministrado de forma presencial em sua sede, localizada na Av. Jabaquara, 2925 - Mirandópolis - São Paulo/SP, o curso, voltado a gestores, líderes, vendedores e representantes comerciais, visa facilitar a comunicação com o cliente e equipes internas, a fim de gerar mais negócios (https://abimaq.org.br/cursos/59/tecnicas-de-apresentacao-e-oratoria-com-storytelling).

### I – Indicada ao Prêmio ABCOMM

Ser reconhecida pela sua excelência é uma das maiores satisfações de uma empresa. Esse é o sentimento que vem tomando conta da ALFA Consultoria – SAP Gold Partner que acaba de ser indicada ao Prêmio ABCOMM, premiação que reconhece os profissionais e empresas que estão moldando o futuro do e-commerce com inovação e impacto. Na ocasião, a consultoria está indicada na categoria “Melhor Tecnologia para Ecommerce”. A votação está aberta e pode ser realizada até o dia 9 de março, através do link: https://premio.abcomm.org/vota-tecnologia-ecommerce

### J – PPP das travessias hídricas

O projeto de concessão do sistema de travessias hídricas do Governo do Estado de São Paulo prevê o investimento de mais de R\$ 1 bilhão em ampliação da capacidade de frota de embarcações, flutuantes e diversas melhorias em infraestrutura terrestre, como a construção de novos terminais e reformas dos já existentes. A modernização trará mais eficiência na operação e melhor qualidade em serviços de transportes públicos oferecidos à população.

## Mulheres no comando: o legado do voto feminino e os desafios atuais

Renata Freitas (\*)

Quase um século após a conquista do direito ao voto pelas mulheres no Brasil, em 1932, muitos voos foram alcançados. A presença feminina cresceu na política, no mercado de trabalho e na alta liderança. Há uma evolução clara, mas os desafios ainda permanecem, principalmente no ambiente corporativo. Atualmente, 37% dos cargos de liderança sênior no Brasil são ocupados por executivas, segundo a 20ª edição do estudo "Women in Business: Pathways to Parity", da consultoria Grant Thornton, divulgado em março do ano passado. Esse índice, porém, sofreu uma leve redução em relação a 2023, quando era de 39%. O que mostra que, apesar do crescimento, ainda há barreiras a serem superadas. Damos um primeiro passo, mas ainda há um longo caminho a percorrer.

Apesar desse cenário, o mercado de trabalho apresenta avanços. Um levantamento do Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas, revelou que entre janeiro a agosto de 2024, o saldo de empregos formais para mulheres cresceu 45,18% em relação ao mesmo intervalo de 2023. O dado indica que mais empresas estão contratando mulheres, mas a questão salarial ainda persiste: a remuneração média de admissão feminina continua 10%, a 11% menor do que a masculina. Meio óbvio, não é? No fim das contas, os homens ainda saem ganhando, mesmo quando as estatísticas mostram avanços na inclusão feminina no espaço profissional.

Faz sentido. Um relatório recente do ManpowerGroup, destaca que quase metade das empresas globalmente, 48% reconhece que suas iniciativas de igualdade de gênero estão atrasadas ou não foram definidas. Em Portugal, esse percentual é de 46%. Além disso, o estudo revela que políticas de trabalho flexível são consideradas eficazes por 37% dos empregadores mundiais para garantir a diversidade de talentos. Esses dados reforçam a necessidade de políticas corporativas que promovam a equidade de gênero e criem ambientes mais inclusivos.

Apesar das conquistas obtidas, um dos maiores desafios para as mulheres no mercado corporativo continua sendo a ascensão para cargos de alta gestão. Um estudo da Lean In e McKinsey aponta que, para cada 100 homens promovidos a cargos de gerente, apenas 65 mulheres recebem a mesma oportunidade. Essa diferença estrutural ao longo da carreira contribui para a menor representatividade feminina no topo das organizações. Além disso, um estudo do Boston Consulting Group, revelou que empresas com maior diversidade de gênero em posições de liderança são 19% mais inovadoras e obtêm receitas 9% superiores às concorrentes com menor representatividade feminina. Esses números reforçam o impacto positivo da inclusão de mulheres em cargos estratégicos para o crescimento sustentável das organizações.

O acesso à educação também é um fator essencial para

ampliar as oportunidades das mulheres no mercado. Em 2024, elas representaram 60,59% dos inscritos no Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), reafirmando sua busca por qualificação e desenvolvimento de carreira. Mas não se trata apenas de presença, e sim de resultados: em 2023, 76% dos candidatos que alcançaram a nota máxima na redação eram mulheres. Esse desempenho evidencia a capacidade feminina, ao mesmo tempo em que reforça a importância de iniciativas que incentivem sua participação em todas as áreas do conhecimento, especialmente naquelas onde ainda enfrentam barreiras, como as ciências exatas.

A transformação desse cenário exige um esforço conjunto. Corporações que investem em programas de mentoria e desenvolvimento profissional para mulheres criam ambientes mais diversos e produtivos. É preciso garantir que a representatividade feminina vá além das cotas e impacte verdadeiramente as estruturas de poder, como foi na luta pelo voto feminino.

Mais do que uma questão de justiça social, a presença feminina no comando tem um impacto direto no crescimento econômico e no desenvolvimento sustentável. O debate sobre diversidade não pode ser apenas uma tendência: ele precisa se consolidar como um compromisso real de toda a sociedade.

Afinal, promover a equidade de gênero não é apenas uma pauta corporativa, mas um pilar essencial para a construção de mudanças estruturais que vão além do discurso. As empresas precisam rever seus processos internos, eliminar barreiras invisíveis e adotar práticas que incentivem em todas as áreas. Apenas assim será possível construir um mercado de trabalho mais justo e equilibrado para todos. Se perguntarmos a alguém onde gostaria de trabalhar, as respostas provavelmente girariam em torno de lugares acolhedores, que proporcionam crescimento e valorizam cada profissional pelo seu talento — independentemente de gênero, etnia ou orientação sexual.

Assim como a conquista do voto feminino há quase um século representou uma virada histórica, a equidade no mercado de trabalho deve ser encarada com a mesma urgência. A luta por direitos não terminou e, assim como foi necessário mobilização para garantir o sufrágio feminino, alcançar a igualdade profissional exige mudanças estruturais e esforços contínuos.

Por fim, é essencial que a luta pela igualdade continue sendo pautada por dados e ações concretas. O compromisso com a equidade de gênero deve ser contínuo, e não apenas lembrado em datas comemorativas. Somente com esforços consistentes poderemos alcançar um cenário verdadeiramente igualitário, transformar o futuro das próximas gerações e honrar o legado daquelas que lutaram antes de nós.

(\*) Diretora de Customer Experience na Actionline.

# Infoprodutores: como superar a resistência ao uso do cartão de crédito

O mercado de cursos e mentorias digitais no Brasil continua a crescer, movimentando aproximadamente R\$ 2,5 bilhões em 2023, conforme dados da Associação Brasileira de Startups (ABStartups)

No entanto, para os infoprodutores que comercializam produtos de alto ticket médio, um desafio constante é a resistência do público em comprometer o limite do cartão de crédito ao realizar uma compra de valor elevado. Essa dinâmica reflete a necessidade de soluções de pagamento mais inclusivas.

Tendências internacionais mostram que a flexibilidade nas opções de pagamento já é realidade em diversos mercados. O modelo "Buy Now, Pay Later" (BNPL), que permite aos consumidores adquirir produtos parceladamente sem depender de cartões de crédito, tem se destacado em lugares como Estados Unidos e Europa.

No Brasil, dados da CNDL (Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas) revelam que 47% dos brasileiros preferem parcelar compras de maior valor, evidenciando a necessidade de alternativas como o boleto parcelado, que ajudam a ampliar o acesso ao conhecimento, democratizando o aprendizado e impulsionando o mercado educacional online.

### Cenário de inflação e juros altos requer novas alternativas de pagamento

Segundo Reinaldo Boeso, CEO da TMB, fintech especializada em pagamentos via boleto parcelado, o comportamento de compra de produtos de valor elevado é influenciado por fatores como a segurança financeira e a gestão de crédito pessoal.



"Muitos consumidores preferem evitar a utilização do limite do cartão para não comprometer a capacidade de lidar com emergências ou outras necessidades. Para o infoprodutor, essa resistência pode significar a perda de potenciais clientes, mesmo quando há grande interesse no conteúdo ofertado", explica.

Em cenários como o atual, com alta dos juros e inflação persistente, é ainda mais importante o oferecimento de novos meios de pagamento. "O acesso ao crédito tem se tornado mais caro e difícil, por isso é fundamental disponibilizar alternativas para facilitar. Essa abordagem aumenta a acessibilidade e reduz barreiras psicológicas associadas a grandes compromissos financeiros", avalia o executivo.

Quando o preço de um curso ou mentoria é elevado, a resistência à compra cresce. "O boleto parcelado, por exemplo, elimina a necessidade de compro-

meter o limite do cartão, tornando a aquisição mais viável para quem precisa gerenciar seus gastos com cuidado. Em um país onde o limite médio de cartão de crédito é apenas R\$ 1.400, é importante agir conforme a necessidade dos clientes", afirma.

**• Infoprodutores de sucesso adotam a estratégia** - Infoprodutores renomados como Maíra Cardi, Pablo Marçal e Wendell Carvalho já adotaram o boleto parcelado e obtiveram resultados significativos, incluindo um aumento expressivo no faturamento. O empresário Elton Euler também faz parte da lista. O idealizador do método O Corpo Explica foi o primeiro cliente da TMB a faturar R\$ 100 milhões com o oferecimento do meio de pagamento.

Ele de fato passou a entender a realidade do brasileiro, percebendo que seus clientes buscavam uma mudança de vida, mas as condições de pagamento

oferecidas poderiam ser objeções para a aquisição do produto. O executivo reforça que muitos clientes já dobraram o faturamento após a implementação do boleto parcelado.

Ampliar o oferecimento de soluções flexíveis de pagamento também permite que os infoprodutores ampliem sua base consumidora, alcançando perfis que antes poderiam estar fora do alcance devido às limitações financeiras. Essa abordagem não apenas potencializa as vendas, mas também fortalece a relação de confiança com o cliente, que percebe maior empatia e preocupação em atender suas necessidades.

Confira as vantagens da disponibilização de pagamentos flexíveis:

**• Acesso ampliado:** permite que consumidores com limitações de crédito adquiram produtos de maior valor.

**• Redução de desistências:** diminui a resistência do público ao preço elevado.

**• Fidelização do cliente:** reforça a percepção de que o infoprodutor está comprometido em facilitar o acesso ao conhecimento.

**• Incremento nas vendas:** contribui para conversões mais altas ao atender diferentes perfis financeiros. - Fonte e mais informações: (<https://www.tmbeducacao.com.br/>).

## Proclamas de Casamentos

### CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL Distrito de Jardim São Luís

Dr.<sup>a</sup> Evanice Callado Rodrigues dos Santos - 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: **DAVI BATISTA DIAS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 12/06/2001, conferente 2, natural de Taboão da Serra - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Ronildo Brito Dias e de Creusa Batista Trude Dias; A pretendente: **BEATRIZ NASCIMENTO DE LANA**, brasileira, solteira, nascida aos 27/04/2003, auxiliar de padaria, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Edson Celestino de Lana e de Claudvânia Andrade do Nascimento de Lana.

O pretendente: **REINALDO SEVERINO DA SILVA JUNIOR**, brasileiro, solteiro, nascido aos 29/10/1990, gerente de restaurante, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Reinaldo Severino da Silva e de Cleide Barbosa da Silva; A pretendente: **STEPHANIE GAMA DA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 29/04/1990, atendente, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Alceu Gama da Silva e de Ana Maria da Silva.

O pretendente: **JOSÉ ILTON MOREIRA BRAGA**, brasileiro, divorciado, nascido aos 07/07/1965, construtor, natural de Taiobeiras - MG, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Noé Alves Moreira e de Haidé Orides Braga; A pretendente: **EDNEIA JOSÉ DE SOUZA**, brasileira, solteira, nascida aos 14/03/1970, comerciante, natural de Contagem - MG, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de José de Souza e de Esmerina Sabina de Souza.

O pretendente: **EVERTON LUIZ CAETANO DA SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 08/09/1989, vendedor, natural de João Pessoa - PB, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Aluizio Alves da Silva e de Cleonice Caetano da Silva; A pretendente: **KAYLANE DA SILVA BARBOSA**, brasileira, solteira, nascida aos 04/12/2002, cabeleireira, natural de Irecê - BA, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Valdeci Barbosa e de Ana Lucia de Jesus Silva.

O pretendente: **HUGO ALEXANDRE BARBOSA FERNANDES**, português, solteiro, nascido aos 10/09/1976, atendente, natural de Portugal, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de João Narciso Santos Fernandes e de Maria Bernardete Rodrigues Barbosa Fernandes; A pretendente: **LUCIANA FELICIANA FRANÇA DE MATTOS**, brasileira, divorciada, nascida aos 19/07/1980, esteticista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Carlos Alberto Gil de Mattos e de Sueli Ione França.

O pretendente: **DIEGO DE JESUS SANTOS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 14/10/1996, controlador de acesso, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Valmir de Souza Santos e de Maria de Jesus da Silva; A pretendente: **TALITA BISPO ROCHA**, brasileira, solteira, nascida aos 28/01/1997, estudante e fotógrafa, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Fermio Pereira Rocha e de Ezenilda Bispo dos Santos.

O pretendente: **LUCAS ATAIDE BARBOSA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 03/02/1967, motorista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Isaias Barbosa e de Inês Ataíde Barbosa; A pretendente: **THAÍS SABRINE CAPOVILLA RAINHA**, brasileira, solteira, nascida aos 07/02/1995, nutricionista, natural de Capão Bonito - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Reinaldo Cesar Rainha e de Solange Capovilla Rainha.

O pretendente: **CICERO APARECIDO FALCO PICCOLI**, brasileiro, viúvo, nascido aos 03/02/1967, motorista, natural de Alfredo Marcondes - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Moacir Lenso Piccoli e de Donariza Falco Piccoli; A pretendente: **ZILMA MARIA CAMPOS GONÇALVES**, brasileira, divorciada, nascida aos 02/01/1959, aposentada, natural de Vitória da Conquista - BA, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Otaviano Ferreira Campos e de Idalina Maria Campos.

O pretendente: **MANOEL MESSIAS DA SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 26/03/1965, motorista, natural de Palmares - PE, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Antenor Sebastião Silva e de Antonieta Maria da Silva; A pretendente: **MARIA GORETE FERREIRA DE MATOS**, brasileira, solteira, nascida aos 31/07/1973, do lar, natural de Uauá - BA, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Manoel Ferreira de Matos e de Marina Alzira de Matos.

O pretendente: **LUIZ FERNANDO PRATA DOS SANTOS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 22/01/2002, auxiliar de cozinha, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Marcos Nunes dos Santos e de Sandra Esmeria Prata; A pretendente: **PRISCILLA GUIMARÃES GONÇALVES**, brasileira, solteira, nascida aos 04/05/2008, assistente operacional, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Raimundo Domiciano Gonçalves, e de Viviane Forte Guimarães.

O pretendente: **PEDRO HENRIQUE MORAIS MATIAS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 19/07/2004, auxiliar de construção civil, natural de Caxias - MA, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Clerton Luzia Coimbra Matias e de Tatiana Pereira de Moraes; A pretendente: **JULIA VITÓRIA DA SILVA ROCHA**, brasileira, solteira, nascida aos 17/06/2008, estudante, natural de São Roque - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Julio Cezar Rocha Barbosa e de Silvana da Silva Rocha Barbosa.

O pretendente: **JESUS EDUARDO BRUZUAL ILARRAZA**, venezuelano, solteiro, nascido aos 26/04/1986, analista de cobrança sênior, natural da Venezuela, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Luis Beltran Bruzual Yeguez e de Amarellys Del Valle Ilarrazo Marcano; A pretendente: **LORENA ANDREINA YEPEZ TORO**, venezuelana, solteira, nascida aos 06/04/1984, analista de cobrança, natural da Venezuela, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Carlos Jose Yopez e de Yrma Rosa Toro Mendoza.

O pretendente: **ESLI LUCAS LIRA DA SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 25/01/1994, servidor público, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Antonio Marcos Costa Silva e de Carmem Lucia de Araujo Lira; A pretendente: **BEATRIZ SANTANA DO NASCIMENTO**, brasileira, solteira, nascida aos 04/10/2002, administradora de empresas, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Antonio Geraldo do Nascimento e de Janeide Silva de Santana.

O pretendente: **PAULO VICTOR ORTIZ**, brasileiro, solteiro, nascido aos 24/09/1996, gestor de Marketing, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Christian Thelmo Ortiz e de Claudia Tenius dos Reis Ortiz; A pretendente: **THAYNA PICHININE DOS SANTOS**, brasileira, solteira, nascida aos 13/01/2000, social media, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Manoel Messias dos Santos e de Ana Paula Pichinine.

O pretendente: **DANILO DOS SANTOS MIRANDA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 17/02/2000, faxineiro, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Jaildo de Souza Miranda e de Silvanira Souza dos Santos; A pretendente: **LAISA MARTINS HONORATO SILVA ROCHA**, brasileira, solteira, nascida aos 13/01/2002, atendente, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Francisco Arnoldo da Silva Rocha e de Solange Martins Honorato Silva Rocha.

O pretendente: **LUCAS LIMA DA SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 05/03/2003, ajudante de caminhoneiro, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Paulo Cesar da Silva e de Edneide Lima dos Santos; A pretendente: **CAMILLY SOUZA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 04/11/2004, do lar, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Joseildo Vasconcelos da Silva e de Elmar de Souza Silva.

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

## AK 24 - EMPREENDIMENTOS E PARTICIPAÇÕES S/A

CNPJ nº 13.149.157/0001-25  
Relatório da Diretoria

Senhores Acionistas: Em cumprimento às disposições legais e estatutárias, submetemos à apreciação de V.Sas. as demonstrações Contábeis dos exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2024 e 2023.

Balancos patrimoniais Exercícios findos em 31 de dezembro de 2024 e 2023 - (Em milhares de Reais - R\$)				Demonstrações dos fluxos de caixa - método indireto Exercícios findos em 31 de dezembro de 2024 e 2023 (Em milhares de Reais - R\$)			
Ativo	Notas	31/12/2024	31/12/2023	Passivo e patrimônio líquido	Notas	31/12/2024	31/12/2023
<b>Circulante</b>				<b>Circulante</b>			
Caixa e equivalentes de caixa	3	4.656	4.409	Debêntures	6	10.174	8.220
Contas a receber	4	2.053	2.004	Obrigações tributárias	-	742	850
<b>Total do ativo circulante</b>		<b>6.709</b>	<b>6.413</b>	Tributos diferidos	-	232	289
<b>Não Circulante</b>				Dividendos a pagar	-	558	-
Propriedade para investimento	5	150.973	154.185	<b>Total do passivo circulante</b>		<b>11.766</b>	<b>9.917</b>
<b>Total do ativo não circulante</b>		<b>150.973</b>	<b>154.185</b>	<b>Total do passivo não circulante</b>		<b>111.527</b>	<b>121.772</b>
				Debêntures	6	111.527	121.772
				<b>Total do passivo não circulante</b>		<b>111.527</b>	<b>121.772</b>
				<b>Patrimônio líquido</b>			
				Capital Social	8	48.000	38.000
				Capital Social a Integralizar	-	(6.786)	(1.398)
				Prejuízos acumulados	-	(6.825)	(7.693)
				<b>Total do Patrimônio Líquido</b>		<b>34.389</b>	<b>28.909</b>
<b>Total do ativo</b>		<b>157.682</b>	<b>160.598</b>	<b>Total do passivo e patrimônio líquido</b>		<b>157.682</b>	<b>160.598</b>

  

Demonstrações das mutações do patrimônio líquido Exercícios findos em 31 de dezembro de 2024 e 2023 (Em milhares de Reais - R\$)				
	Notas	Capital social	Reserva legal	Lucros acumulados
<b>Saldo em 31 de dezembro de 2022</b>		<b>30.000</b>	<b>12.623</b>	<b>152.519</b>
Integralização de capital		-	-	-
Aumento de capital	8.1	8.000	-	(157.789)
Prejuízo líquido do exercício	-	-	1.482	(2.600)
<b>Saldo em 31 de dezembro de 2023</b>		<b>38.000</b>	<b>14.105</b>	<b>20.283</b>
Integralização de capital		-	-	-
Aumento de capital	8.1	10.000	-	(21.897)
Prejuízo líquido do exercício	-	-	1.841	(1.841)
<b>Saldo em 31 de dezembro de 2024</b>		<b>48.000</b>	<b>15.946</b>	<b>33.357</b>

  

Demonstrações dos resultados e demonstrações dos resultados abrangentes Exercícios findos em 31 de dezembro de 2024 e 2023 (Em milhares de Reais - R\$)				
	Notas	31/12/2024	31/12/2023	
Receita líquida	9	23.457	23.174	Receitas financeiras
Custo com depreciação	5	(3.212)	(3.212)	Provisão para imposto de renda e contribuição social - corrente
<b>Lucro bruto</b>		<b>19.962</b>	<b>19.962</b>	Provisão para imposto de renda e contribuição social - diferido
Despesas operacionais	-	(155)	(300)	<b>Lucro (Prejuízo) líquido do exercício</b>
Despesas gerais e administrativas	-	-	-	Outros resultados abrangentes
<b>Lucro operacional antes do resultado financeiro</b>		<b>20.090</b>	<b>19.662</b>	<b>Resultado abrangente</b>
Resultado financeiro		-	-	
Despesas financeiras	10	(16.982)	(20.767)	

## Relatório destaca como o consumidor está moldando o futuro

Magno Alves (\*)

A evolução do comportamento do consumidor está criando oportunidades para as empresas que sabem como se adaptar. O recente relatório da Euromonitor International, "Tendências Globais de Consumo em 2025", destaca algumas das principais mudanças nos hábitos de compra, incluindo maior foco em sustentabilidade, bem-estar e estratégias digitais.

do a importância de soluções ecológicas para os consumidores. Contudo, a acessibilidade financeira ainda é um desafio.

Andrea aponta que esse é um ponto crítico para muitas empresas.

Oferecer produtos sustentáveis sem aumentar custos de forma significativa é um dos maiores desafios da atualidade. É preciso mostrar que a sustentabilidade pode estar ao alcance de todos, sem comprometer a qualidade ou o preço.

De acordo com o estudo, 72% dos consumidores estavam preocupados com o aumento do custo de itens essenciais em 2024, enquanto apenas 18% relataram compras por impulso com frequência. Essa realidade demonstra uma transição para um consumo mais consciente e planejado, alinhado às necessidades financeiras e à busca por valor.

Parasuperar esse obstáculo, as marcas podem investir em soluções inovadoras que combinem sustentabilidade com outras vantagens, como durabilidade ou funcionalidade aprimorada. Produtos multifuncionais que aliam valor ecológico a benefícios diretos ao consumidor são exemplos claros dessa tendência.

Andrea Eboli, estrategista de negócios, fundadora e CEO da oficina de soluções corporativas EDR, explica como essa mudança está impactando as marcas. "O consumidor moderno está cada vez mais atento à relação custo-benefício, exigindo soluções que realmente atendam às suas necessidades. Esse movimento está forçando as empresas a repensarem desde os produtos até a maneira como se comunicam", explica.

• **A revolução digital e a IA** - A digitalização também está transformando o mercado. Em 2024, mais de 23 mil novas marcas foram lançadas online em 54 categorias de bens de consumo. Além disso, 42% dos consumidores fizeram compras via livestreaming, motivados pela facilidade de compreender os produtos apresentados.

• **Bem-estar como prioridade** - Uma das principais tendências identificadas é o aumento do interesse em produtos e serviços relacionados à saúde e à longevidade. Em 2025, espera-se que as vendas globais de vitaminas e suplementos alcancem US\$139,9 bilhões. Esse dado reflete o desejo de consumidores por soluções preventivas que promovam uma vida mais saudável.

A inteligência artificial também se tornou um recurso valioso. De acordo com a Euromonitor, 65% dos profissionais planejam investir em IA generativa nos próximos cinco anos. Não é exagero dizer que a capacidade de oferecer recomendações personalizadas está revolucionando a experiência de compra.

Andrea ressalta que esse foco em bem-estar vai além da saúde física. "As pessoas estão buscando um equilíbrio geral, o que inclui saúde mental, produtividade e até mesmo maior conexão com a comunidade. Marcas que conseguirem entregar valor nessas áreas terão um diferencial importante", analisa.

Andrea destaca a importância da IA nesse contexto. "A personalização é uma tendência irreversível. Com a inteligência artificial, as marcas conseguem entregar soluções sob medida para diferentes perfis de consumidor, melhorando tanto a experiência quanto a fidelização", conclui.

As empresas podem atender a essa demanda por meio de produtos funcionais e serviços especializados, como apps de bem-estar que monitoram hábitos diários. Além disso, os consumidores também esperam transparência em relação à eficácia desses produtos, exigindo evidências científicas.

O relatório da Euromonitor demonstra que compreender e atender às expectativas do consumidor será fundamental para o sucesso das empresas nos próximos anos. Marcas que investirem em bem-estar, sustentabilidade e tecnologia estarão melhor posicionadas para capturar essas oportunidades.

• **Consumo sustentável ganha força** - A sustentabilidade também continua em destaque. Em 2024, 5 milhões de produtos online incluíram selos de sustentabilidade, indican-

"O futuro do consumo é guiado por escolhas conscientes e pela busca por valor real. Adaptar-se a isso é essencial para sobreviver e crescer", finaliza Andrea. - Fonte e outras informações: (https://www.edroficinade-solucoes.com/).

## COMERCIAL E EMPREENDIMENTOS BRASIL S/A

CNPJ nº 60.583.747/0001-41  
Relatório da Diretoria

Senhores Acionistas: Em cumprimento às disposições legais e estatutárias, submetemos à apreciação de V.Sas. as demonstrações Contábeis dos exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2024 e 2023.

Balancos patrimoniais 31 de dezembro de 2024 e 2023 - (Valores expressos em milhares de Reais - R\$)				Demonstrações dos fluxos de caixa para os exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2024 e 2023 (Valores expressos em milhares de Reais - R\$)			
Ativo	Notas	31/12/2024	31/12/2023	Passivo e Patrimônio Líquido	Notas	31/12/2024	31/12/2023
<b>Circulante</b>				<b>Circulante</b>			
Caixa e equivalentes de caixa	3	16	146	Obrigações trabalhistas	8	273	404
Aplicações financeiras	4	33.455	32.513	Obrigações tributárias	-	1.662	1.699
Contas a receber	5	10.323	9.177	Contas a pagar	9	330	403
Impostos a compensar	-	2	2	Dividendos a pagar	-	-	462
Adiantamentos	-	261	134	<b>Total do passivo circulante</b>		<b>2.265</b>	<b>2.968</b>
<b>Total do ativo circulante</b>		<b>44.057</b>	<b>41.972</b>	<b>Passivo não circulante</b>			
<b>Não circulante</b>				Provisão para demandas judiciais	10	428	428
Propriedade para investimento	6	137.919	137.863	<b>Total do passivo não circulante</b>		<b>428</b>	<b>428</b>
Depósitos judiciais	10	428	428	<b>Patrimônio líquido</b>			
Contas a receber	5	483	2.039	Capital social	-	220.905	220.905
Investimentos	7	90.014	76.387	Reserva legal	-	15.946	14.105
<b>Total do ativo não circulante</b>		<b>228.844</b>	<b>216.717</b>	Reserva de lucros	-	33.357	20.283
<b>Total do ativo</b>		<b>272.901</b>	<b>258.689</b>	<b>Total do patrimônio líquido</b>		<b>270.208</b>	<b>255.293</b>

  

Demonstrações das mutações do patrimônio líquido Para os exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2024 e 2023 - (Valores expressos em milhares de Reais - R\$)				
	Notas	Capital social	Reserva legal	Lucros acumulados
<b>Saldo em 31 de dezembro de 2022</b>		<b>63.116</b>	<b>12.623</b>	<b>152.519</b>
Aumento de capital	11.3	157.789	-	(157.789)
Dividendos distribuídos	-	-	-	(2.600)
Reserva legal	11.2	-	1.482	(1.482)
Lucro líquido do exercício	-	-	-	29.635
<b>Saldo em 31 de dezembro de 2023</b>		<b>220.905</b>	<b>14.105</b>	<b>20.283</b>
Dividendos distribuídos	-	-	-	(21.897)
Reserva legal	11.2	-	1.841	(1.841)
Lucro líquido do exercício	-	-	-	36.812
<b>Saldo em 31 de dezembro de 2024</b>		<b>220.905</b>	<b>15.946</b>	<b>33.357</b>

  

Demonstrações do resultado Para os exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2024 e 2023 - (Valores expressos em milhares de Reais - R\$)				
	Notas	31/12/2024	31/12/2023	
Receita de locação de imóveis	12	49.344	45.633	(=) Resultado antes das provisões tributárias
(=) Receita líquida		<b>49.344</b>	<b>45.633</b>	Provisão para imposto de renda e contribuição social
(=) Despesas e receitas operacionais				<b>Lucro líquido do exercício</b>
Despesas gerais e administrativas	13	(10.509)	(10.023)	36.812
Despesas tributárias e não dedutíveis	-	(333)	(174)	29.635
Outras receitas e despesas operacionais	14	3.732	23	
Resultado de equivalência patrimonial	7	(932)	(3.653)	
<b>Resultado antes do resultado financeiro</b>		<b>(8.042)</b>	<b>(13.827)</b>	
Despesas financeiras	-	(6)	(5)	
Receitas financeiras	-	3.635	3.750	
<b>Resultado financeiro líquido</b>		<b>3.629</b>	<b>3.745</b>	

### Centro Trasmontano de São Paulo

CNPJ nº 62.638.374/0001-94  
Edital de Convocação - Assembleia Geral Extraordinária

Senhores Associados: Em conformidade com o artigo 47, inciso II, parágrafos 1º e 2º, artigo 48, inciso VI e artigo 67, parágrafos 2º e 3º do Estatuto Social, ficam V.Sas., convocados a comparecerem à Assembleia Geral Extraordinária, a realizar-se no dia 12 de março de 2025 (quarta-feira), às 17:00 horas, na Sala Augusto do Nascimento Mesquita, situado à Rua Tabatinguera, 294, 2º andar, Centro, São Paulo - SP, a fim de deliberar o seguinte: **Ordem do Dia:** I) Desistir, eleger e empossar Membros da Diretoria (Recomposição de Diretoria). A abertura dos trabalhos em primeira chamada far-se-á com a presença mínima de (200) duzentos associados e, não havendo número, a Assembleia instalar-se-á meia hora após com qualquer número, na forma do artigo 47, parágrafo 3º do Estatuto Social. Na expectativa de que o prezado associado compareça à Assembleia ora convocada prelevamos-nos do ensino para apresentar nossas "Cordiais Saudações". Lembramos que para participar da citada Assembleia é indispensável a apresentação da Carteira Social e prova de quitação com a tesouraria. São Paulo, 26 de fevereiro de 2025. A Presidência.

### Primo Immo Brasil Empreendimentos e Participações Ltda.

CNPJ nº 26.480.299/0001-12 - NIRE 35230247252  
Ata de Reunião de Sócios Realizada em 27 de Fevereiro de 2025

Aos 27/02/2025, às 10h., na sede, com a presença da totalidade. Mesa: Presidente: Yang Yen Wang, Secretário: Wu Yong Le. **Deliberações unânimes:** 1. A única sócia aprova a redução do capital social subscrito e totalmente integralizado da Companhia, nos termos do artigo 1.082, inciso II, e 1.084 do Código Civil, por ter sido julgado excessivo às atividades desenvolvidas pela Companhia. Assim a redução será de R\$ 378.624.946,00, para R\$ 373.731.415,00 uma redução, portanto de R\$ 4.893.531,00, mediante a redução do valor nominal das quotas do capital social da Sociedade, atualmente de R\$ 1,00 cada uma para R\$ 0,987075519 por quota. Ato contínuo, a sócia promove o grupamento das 373.731.415,00 quotas do capital social da Sociedade, no valor nominal de R\$ 0,987075519 cada, na proporção de 1,013093711 para 1, de forma que o capital social da Sociedade passa a ser dividido em 373.731.415,00 quotas, no valor nominal de R\$ 1,00 cada. (i) A redução do capital social objeto da Cláusula 1 acima, será efetivada mediante a devolução de capital à sócia ORPEA Brasil Empreendimentos e Participações Ltda, no valor total de R\$ 4.893.531,00. (ii) Ficam os administradores da Sociedade, desde já, autorizados a tomar todas as providências necessárias para o fiel cumprimento das deliberações tomadas acima. Nada mais. São Paulo, 27 de fevereiro de 2025.

EDITAL DE CITAÇÃO - PRAZO DE 20 DIAS. PROCESSO Nº 1007233-88.2024.8.26.0002 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 15ª Vara Cível, do Foro Regional II - Santo Amaro, Estado de São Paulo, Dr(a). Mariah Calixto Sampaio Marchetti, na forma da Lei, etc. FAZ SABER a(o) TAMAKO TAKAI, RG 6166373, CPF 27089564851, que lhe foi proposta uma ação de Procedimento Comum Cível por parte de Ang Sen Long, visando o ressarcimento dos valores despendidos com parcelamentos objetos dos Recibos de Consolidação números 004.233.568 (CDA 80 7 04 026124-55 e 80 2 04 058330-65), 004.233.606 (CDA 80 6 04 099326-44) e 004.233.625 (CDA 80 6 04 099327-251). Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua CITAÇÃO, por EDITAL, para os atos e termos da ação proposta e para que, no prazo de 15 dias, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, apresente resposta. Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. NADA MAIS.

## Registro Civil de Pessoas

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

Faço público a saber que: CLENILCE PEREIRA DE ARAÚJO, nascida em São Paulo, SP, em 28/03/1975, filha de Natercio Pereira de Araújo e Leni Geracina de Barros Araújo, nos termos do artigo 56 da Lei 6015/73 alterada pela Lei Federal 14.382/2022 promoveu a alteração do seu prenome para: CLÉO, passando a chamar-se: CLÉO PEREIRA DE ARAÚJO.

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 JORNAL CERTIFICA AS PUBLICAÇÕES LEGAIS COM PONTUALIDADE E TRANSPARÊNCIA, GARANTINDO A SEGURANÇA JURÍDICA. AFINAL, O JORNAL É LEGAL.



cenp ANJ ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNALISMAS abra legal ADJORBIR JORNAL DO INTERIOR





Carol Olival (\*)

## Economia da Criatividade #FullSailBrazilCommunity

### O Papel dos Ex-Alunos no Marketing Educacional: Transformando Alumni em Embaixadores da Marca

Um dos maiores ativos de qualquer instituição de ensino não está apenas em seus professores ou na infraestrutura, mas nos alunos que já passaram por suas salas de aula. Ex-alunos bem-sucedidos carregam consigo uma história que valida a qualidade da instituição e funciona como um poderoso mecanismo de credibilidade e prova social. Quando vejo escolas e universidades focadas apenas na captação de novos alunos sem fortalecer o relacionamento com aqueles que já passaram por ali, percebo uma grande oportunidade desperdiçada. Engajar ex-alunos não é apenas uma questão institucional, mas uma estratégia valiosa para fortalecer a marca e aumentar a captação.

A relação com ex-alunos pode se transformar em um diferencial competitivo quando bem trabalhada. Depoimentos, histórias de sucesso e a presença de alumni em eventos institucionais funcionam como uma ponte de confiança para novos estudantes. No processo de decisão, pais e alunos buscam segurança e identificação, e nada melhor do que ouvir alguém que já trilhou esse caminho para se sentir confiante.

Além disso, ex-alunos engajados se tornam naturalmente embaixadores da instituição, recomendando cursos e incentivando novos ingressos por meio de suas redes de contato.

As instituições que investem em estratégias para manter ex-alunos próximos percebem benefícios diretos, tanto em reputação quanto em conversões. A criação de eventos exclusivos, como encontros de networking e painéis com alumni, reforça esse vínculo e dá visibilidade aos profissionais formados ali. Programas de indicação também são uma ótima estratégia, oferecendo benefícios para ex-alunos que recomendam novos estudantes. Mais do que um esforço pontual, engajar alumni deve ser um processo contínuo, com comunicação ativa, reconhecimento de trajetórias e envolvimento em iniciativas institucionais.

Várias universidades ao redor do mundo já aplicam essa estratégia com sucesso. Instituições que mantêm um relacionamento estruturado com seus ex-alunos conseguem transformar suas histórias em campanhas inspiradoras. Algumas criam plataformas digitais exclusivas para networking e mentorias, fortalecendo a comunidade. Outras utilizam ex-alunos como porta-vozes em campanhas de

captação, trazendo depoimentos reais sobre o impacto da instituição em suas carreiras. Essas ações geram resultados significativos, pois aproximam a experiência acadêmica do mundo real, mostrando o valor prático da educação oferecida.

Transformar ex-alunos em embaixadores da marca não acontece por acaso. É um processo que exige estratégia, consistência e genuína valorização daqueles que já passaram pela instituição. No marketing educacional, a confiança é um dos fatores mais importantes na decisão de um aluno ou de sua família. Construir essa confiança por meio de histórias reais e conexões duradouras faz toda a diferença. Engajar ex-alunos não apenas fortalece a imagem da instituição, mas cria um ciclo de crescimento sustentável, onde aqueles que foram impactados positivamente retornam para inspirar as próximas gerações.

(\*) - Com graduação em Arquitetura e Urbanismo, pós-graduação em Administração, MBA em Empreendedorismo e Inovação e Mestrado em Marketing Digital, Carol Olival conta com mais de 20 anos de atuação no mercado de educação. Tem foco nas áreas de vendas e marketing e experiência como empreendedora e gestora de escolas próprias. Autora de três livros sobre educação e treinamento corporativo e TEDx speaker, hoje Carol atua como Community Outreach Director da Full Sail University, provendo constantes debates sobre como o binômio criatividade e tecnologia são necessários a todos profissionais do cenário atual, e o papel da educação dentro desse contexto

## Parcelar Sem Cartão de Crédito: conheça quatro benefícios da modalidade

Modelo aumenta poder de compra daqueles sem acesso ao crédito tradicional, permitindo parcelamento de valores maiores sem necessidade do cartão

Por muito tempo, o equilíbrio financeiro foi sinônimo de sacrifícios. Agora, com tecnologias de crédito e novas modalidades de pagamento, os consumidores podem ter mais acesso a produtos e serviços sem impactar profundamente as finanças. É nesse cenário que, aliado das soluções de pagamento mais flexíveis, o modelo Buy Now, Pay Later (BNPL), 'Compre Agora, Pague Depois', ou o "parcelamento sem cartão de crédito", tem se destacado como alternativa atraente. Isso porque o recurso permite parcelar as compras sem uso de cartão e com um processo fácil, simples e 100% digital. Ou seja, a solução amplia o acesso a produtos e serviços. Assim, é possível adquirir itens de maior valor, sem comprometer o orçamento mensal.

Francisco Ferreira, CTO da Geru, primeira fintech de crédito totalmente online do Brasil, explica que, apesar de ainda não ser amplamente conhecida, a modalidade traz muitas vantagens. "Modelos como

o GeruPay, nosso método de parcelamento sem cartão, oferecem aos consumidores uma flexibilidade financeira significativa, permitindo que eles façam compras importantes, sem comprometer o orçamento imediato. O sistema empodera os consumidores, oferecendo maior controle sobre seus gastos, proporcionando uma alternativa mais acessível ao crédito tradicional. Outra vantagem é que o BNPL permite a tomada de decisões financeiras mais informadas e equilibradas, sem o risco de dívidas excessivas", afirma.

A seguir, o empreendedor destaca sobre os principais benefícios que esta modalidade traz. Confira!

### 1 - Parcelamento prolongado

Ao permitir que as pessoas dividam o valor total de uma compra em parcelas mensais, a solução de BNPL oferece uma alternativa ao pagamento integral de uma vez só. Essa flexibilidade financeira beneficia quem eventualmente teria que adiar ou



abrir mão completamente da compra por não ter o valor disponível para pagar à vista. O parcelamento permite que o comprador se planeje melhor, distribuindo o custo ao longo de um período que se ajuste à sua capacidade financeira. "O planejamento financeiro, aliado a soluções como o GeruPay, permite que o consumidor conquiste produtos de maior valor, que normalmente não conseguiriam pagar no débito sem entrar no cheque especial", garante Ferreira.

### 2 - Maior poder de compra

A modalidade não só permite que o consumidor se organize melhor financeiramente através do parcelamento, sem recorrer a um cartão ou ter que passar por uma análise bancária mais profunda, como também aumenta o poder de compra de quem não tem acesso fácil a crédito. "Esse método de pagamento possibilita a compra de itens, que são, muitas vezes, vistos como luxo ou estão fora do alcance para muitas pessoas. Um dos

exemplos é a aquisição de eletrodomésticos e outros aparelhos eletrônicos que exigem um investimento maior e tornam-se mais atraentes quando o custo pode ser diluído ao longo de vários meses", pontua o CTO da Geru.

### 3 - Previsibilidade de parcelas, sem surpresas

O modelo BNPL da Geru também permite o melhor planejamento dos gastos mensais, pois as parcelas são fixas e ficam disponíveis para visualização no aplicativo, o que também ajuda no controle financeiro. "Isso pode aumentar a confiança ao fazer uma compra mais cara, já que é possível saber exatamente quanto terá de pagar por mês, o que proporciona maior transparência e controle sobre os pagamentos. Essa estrutura clara e organizada ajuda a evitar surpresas financeiras, sem custos adicionais inesperados", explica Ferreira.

### 4 - Facilidade de aprovação

Como o GeruPay e outras modalidades parecidas,

normalmente, utilizam apenas a verificação de identidade e a análise de dados financeiros básicos para aprovação do cliente, muitas vezes, eles estão disponíveis para um público mais amplo do que o crédito tradicional. O processo também é simplificado, pois é integrado ao checkout de grandes plataformas de e-commerce. Isso aumenta a capacidade de compra de consumidores que, de outra forma, não teriam acesso a financiamento por meio de linhas de crédito mais tradicionais. "O processo de aprovação simplificado permite o acesso a crédito a consumidores sem histórico financeiro, aqueles com crédito limitado ou com um histórico recente que não seja suficiente para ser aprovado em bancos tradicionais. Como resultado, o BNPL oferece uma oportunidade valiosa para ampliar a inclusão financeira, permitindo que um número maior de pessoas participe do consumo de bens e serviços", encerra o CTO da Geru.

# IA e 5G na Telco e no cliente: essencial para o crescimento da economia digital

Os ganhos prometidos pela IA para a economia digital do Brasil exigem que, primeiramente, outra instância digital seja equacionada: a disseminação das redes 5G. Trata-se de um quadro em que a prosperidade e a nova infraestrutura de rede precisam avançar juntas

Carlos Cunha (\*)

Uma análise do Fundo Monetário Internacional indica que, até 2035, a disseminação do binômio IA/5G pode fazer o PIB brasileiro aumentar em 5%. Em relação à IA, especificamente, o que entra em cena é um novo nível de produtividade do trabalhador. Embora o índice PTF (Produtividade Total dos Fatores) contabilize os ganhos trazidos pela IA, vai muito além disso.

No setor industrial, por exemplo, inclui o uso de tecnologias avançadas de IA, IoT, OT e fatores como custos e qualidade de insumos. O estudo do FMI indica que a IA distribuída com altíssima performance e baixa latência pela rede 5G pode contribuir para acelerar o PTF brasileiro nos próximos 10 anos entre 4 e 8%.

**• Sinergia entre IA e 5G** - A forte sinergia entre IA e 5G é facilmente explicável. A carga de trabalho da IA, embora muito maior em escala, é muito semelhante à do 5G em termos de gestão de dados e exigências de eficiência. Os dois modelos são inteiramente baseados na nuvem híbrida – escalabilidade e distribuição por vários pontos geográficos e em vários formatos (Edge, Cloud, Fog) são a regra.

Outra característica em comum é a ênfase no modelo “Software Defined”. Sim, o novo hardware desenvolvido pela NVIDIA e por outros líderes em inovação é o que tem permitido que o High Performance Computing torne-se realidade em data centers de todos os portes em todo o mundo. Mas a forma como as aplicações de IA navegam neste universo físico é totalmente Software Defined.

Um mar de dados é 24x7 processado nos dois tipos de IA, o treinamento de IA – em que a aplicação aprende e não atende o usuário – e a inferência de IA – que responde diretamente ao acesso do usuário. O casamento entre a IA e o 5G exige cuidados tanto com a



camada de aplicação e APIs (os dados da IA) como de infraestrutura de rede.

O setor de telecomunicações brasileiro sabe disso, e tem buscado soluções para o dilema de simultaneamente ampliar sua presença 5G e interiorizar o que há de mais avançado em IA tanto em seus processos administrativos como em suas ofertas para o mercado. Do ponto de vista de infraestrutura, trata-se de um mix de data centers principais (Cloud Computing) operando em conjunto com uma miríade de data centers na borda (Edge Computing), tudo baseado num modelo que ou já é 5G ou está preparado para o 5G.

Cresce a cada dia, também, o interesse das operadoras pelas soluções que integram perfeitamente o hardware HPC – como NVIDIA – com a gestão e proteção de todas as camadas dessa rede ultra distribuída e complexa. Isso é o que o mercado conhece por Telco Cloud. Há casos em que o core de nuvem da Telco ainda é sua nuvem privada, com apenas algumas aplicações rodando na nuvem pública.

**• Presença da nuvem nas Telcos e nas organizações usuárias** - De uma forma ou de outra, porém, a nuvem é uma realidade nas Telcos brasileiras e ainda mais no mundo corporativo brasileiro – o mercado usuário. A velocidade dos negócios, em especial a velocidade de atualização e entregas de Apps e APIs responsáveis por fazer o negócio girar, tem lançado luzes sobre o desafio de levar a rede IA/5G o mais

próximo possível do ponto de consumo de dados, do ambiente do cliente.

É neste contexto que começa a ser analisado o conceito de Customer Edge, em que uma instância da nuvem híbrida – com a possibilidade de ser a nuvem da Telco – está instalada dentro da organização usuária. No Brasil, um diferencial da adoção do modelo Customer Edge é o fato de integrar na visão única da nuvem até mesmo ambientes on-premises. É algo essencial num mercado baseado em estruturas heterogêneas e de gerações variadas.

Em todas as suas configurações, o Customer Edge tem de ser parte de uma nuvem global 5G que se destaque pelo forte foco em entrega segura de aplicações e de APIs. É algo essencial para o sucesso desta proposta. Um estudo recente revela que os ataques contra a nuvem cresceram 75% entre 2023 e 2024 (dado global).

• Essa abordagem é baseada em algumas colunas de funcionamento:

- 1) Latência reduzida** - Ao processar os dados mais perto de onde eles são gerados e consumidos, o Customer Edge reduz o tempo que os dados levam para viajar pela rede. Outro ganho é a melhor experiência do usuário. O carregamento dos Apps é mais curto, cativando os usuários finais, sejam clientes ou colaboradores.
- 2) Segurança no Edge** - A implantação de funções de segurança

neste modelo permite políticas de segurança mais localizadas e personalizadas, o que reduz a superfície de ataque e limita o impacto de possíveis violações, incluindo as baseadas em IA.

### 3) Eficiência de custos

Uma meta primordial dos líderes brasileiros é economizar na largura de banda contratada com terceiros. Ao processar e filtrar dados no Edge, a quantidade de dados que precisa atravessar a rede principal é minimizada.

### 4) Escalabilidade

As implementações de borda podem ser dimensionadas para atender à demanda local, permitindo que as empresas adicionem ou removam capacidade conforme necessário. Num momento de pico, é possível escalar para nuvens globais 5G preparadas para receber essa carga de forma customizada para o cliente. Isso aumenta a velocidade e a segurança dos negócios.

Na prática, o Customer Edge “traz para casa” avançados recursos de IA, ML e análise comportamental, em escala e numa rede 5G. A meta é defender a empresa usuária contra ataques baseados nestas mesmas inteligências. A proteção de dados críticos rodando em Apps e APIs passa a ser feita de modo local e global.

Neste modelo, soma-se às equipes do cliente os times de experts em fraudes e segurança digital. Todos trabalham juntos para defender de maneira preditiva os ativos digitais em geral e os criados pela IA – a nova superfície de ataque.

Para a economia brasileira, trata-se de fortalecer a resiliência dos negócios que dependem de Apps, APIs, IA e 5G para, em 2025, atingir sua plenitude.

(\*) - É Gerente de Vendas para Service Providers da F5 Brasil ([https://www.f5.com/pt\\_br/partners](https://www.f5.com/pt_br/partners)).

## Como sair da aspereza global?

Benedicto Ismael Camargo Dutra (\*)

Há na Terra muitos seres humanos descontentes com a própria vida. As reflexões teóricas de muitas dessas pessoas querem fazer crer que o capitalismo é o causador das misérias e sofrimentos existentes, mas há algo esquecido e muito importante sobre as causas da aspereza em que vivemos. Longe vai o tempo em que não havia religião e a humanidade vivia conhecendo e respeitando as leis da Criação que regem a vida, mas foi se afastando desse saber, achando-se acima disso e apta a construir um viver de seu agrado.

Passados milênios, o Criador interferiu enviando o Messias, cumprindo todas as leis da Criação para se encarnar num corpo terreno, portando a força da Luz Divina para reerguer a humanidade decaída. Poucos deram bom acolhimento e reduzida foi a compreensão dos ensinamentos elevados. Surgiram religiões. A humanidade entrou na idade das trevas ao ter expulsado a Luz, ampliando as cobijas por riqueza e poder terreno e as misérias e sofrimentos.

Durante séculos, grande parte das pessoas vivia seguindo as normas das religiões. Vieram guerras e mais sofrimentos com trabalho árduo, vida difícil com escassez geral, e por fim, a teoria de que o capitalismo, isto é a civilização do dinheiro, seria o meio de eliminar a penúria e a escassez. Mas ao se agarrarem ao poder do dinheiro, os homens comprometeram o restinho de anseio pela busca das leis espirituais da Criação, algo que abraça a humanidade, seja no capitalismo ou no socialismo. É nisso que repousa o grande mal da decadência moral e espiritual. Amor ao próximo não é o que se pensa; o verdadeiro amor é aquele que não produz danos e sofrimentos ao próximo.

A situação geral se afunila no dinheiro, pois tudo depende dele, tudo converge para ele, tornando a geoeconomia o ponto crítico geral. Mas o dinheiro flui por caminhos estreitos deixando de fora uma grande massa dependente que ficou sem alternativas. Isso acarretará um acúmulo de dificuldades jamais visto, que diante dos desequilíbrios da economia global, não poderá ser solucionado de forma adequada, gerando convulsões febris.

Para solucionar a questão dos custos e ganhos, o movimento de realocação fabril para outra nação que tivesse níveis de salário mais

baixos, deu início a grandes transformações na economia e outros problemas. As novas complicações no comércio internacional são a continuidade de problemas não resolvidos no passado.

A competição entre as nações apresenta desequilíbrios comprometedores. Por exemplo, no passado, a produção de açúcar e café no Brasil era feita com mão de obra escrava. Assim sendo, de que forma os europeus poderiam competir produzindo na América Central com mão de obra assalariada? E na atualidade, o padrão de vida no ocidente não é igual ao da Ásia. As fábricas mudam para esses locais onde os custos são menores, e os países do ocidente enfrentam as consequências. Na falta de alternativas adequadas, o protecionismo é a velha fórmula de enfrentar a concorrência e preservar a economia da nação.

A população não é como uma máquina, bastando apertar um botão para obter resultados. A economia segue naturalmente. Você pode produzir automóveis e outros bens, mas se a outra parte não tiver renda, como vai adquirir? As nações deveriam cuidar bem de sua região, de seu povo. Produzir só para exportar a outros países sai da naturalidade. O desequilíbrio econômico global está avançando rapidamente, chegará ao ponto de ruptura.

Os povos têm de evoluir de forma beneficiadora. O ser humano da atualidade pós de lado muitas coisas boas, inclusive a experiência dos mais velhos. As novas gerações, liberadas de costumes tradicionais, acham que não precisam de nada que os mais velhos tenham para oferecer.

A época é áspera, sem amor. Onde houver oportunidade, podemos lançar palavras que levem a reflexões elevadas, mas em meio à indolência espiritual isso fica contra a correnteza. Com o enrijecimento progressivo, as pessoas estão embrutecendo. A convivência humana está abalada, mais difícil, cada indivíduo pensando só em si e em seus interesses. A nossa vontade intuitiva forte voltada para o bem recebe grande auxílio e proteção, algo que todos devem examinar atentamente. Sigamos em frente voltados para o bem que o auxílio chegará.

(\*) Graduado pela Faculdade de Economia e Administração da USP. Coordena os sites [www.vidaeaprendizado.com.br](http://www.vidaeaprendizado.com.br) e [www.library.com.br/home](http://www.library.com.br/home). E-mail: [bicdutra@library.com.br](mailto:bicdutra@library.com.br)

## Seu negócio está protegido no ambiente digital?

Fábio Falcão (\*)

À medida que o mercado tecnológico cresce, com inúmeras ferramentas e soluções inovadoras, percebo também o aumento das ameaças e riscos em relação à privacidade e proteção de dados no ambiente digital. Em meio a inúmeras possibilidades de ferramentas, a Inteligência Artificial ganha destaque como peça-chave para promover confiança, proteger dados e garantir a segurança de informações sigilosas. Para se ter uma ideia, dados do estudo da Acumen Research and Consulting mostram que o mercado global de IA no setor de cibersegurança foi responsável por US\$ 14,9 bilhões em 2021, com estimativa de atingir US\$ 133,8 bilhões até 2030.

A falta de segurança pode trazer muitos impactos negativos, como a violação de dados sigilosos do negócio e de clientes, o que pode prejudicar a imagem e credibilidade da empresa no mercado. Além disso, a violação de privacidade fere a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), que dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, e estabelece regras de segurança da informação para coleta, armazenamento e compartilhamento de informações. Independente do setor, a tecnologia já está transformando o modo como as companhias realizam suas análises de dados. Os processos corporativos atuais vêm passando por uma série de adaptações que possuem a finalidade de torná-los mais céleres e seguros. Utilizando soluções de inteli-

gência artificial estes processos trazem ainda economia nos custos, uma vez que tais análises são feitas em frações de segundos. Por meio da capacidade de obter o poder de análise de um volume grande de conjuntos de dados e informações, a IA, de forma rápida e automatizada, é capaz de identificar e barrar possíveis ameaças e fraudes cibernéticas com rapidez, antes mesmo que elas possam agir e causar danos.

No entanto, para que a tecnologia funcione de forma assertiva, é essencial implementá-la em processos que aumentem a confiabilidade e o controle, gerando respostas eficazes às ameaças. Em outras palavras, os processos de trabalho precisam ser adaptados e reconstruídos para diminuir potenciais riscos.

A integração da IA com serviço de nuvem, por exemplo, além de proporcionar mais economia e flexibilidade para as empresas, possuem uma base de segurança elevada, que, por meio de um conjunto de dados e infraestrutura robustos, atendem às necessidades de cada organização, podendo oferecer serviços de proteção específicos e auxiliar na cibersegurança dos negócios.

Outro exemplo é a automação de processos em IA, que permite transformar e otimizar os fluxos e a gestão de um grande volume de dados e informações, que fazem parte da rotina de trabalho de analistas de dados. Com a tecnologia, essas tarefas, muitas vezes repetitivas, podem ser automatizadas, o que possibilita às equipes centralizarem suas atuações

em atividades ainda mais necessárias.

É nítido que, embora o cenário tecnológico apresente novos desafios em termos de privacidade e segurança de dados, a implementação da Inteligência Artificial não ajuda só a mitigar riscos, mas também a promover uma gestão mais segura e eficiente das informações. No entanto, não podemos esquecer que essa transformação exige um compromisso contínuo com a adaptação dos processos, visando a construção de ambientes digitais confiáveis e resilientes. Afinal, investir em segurança com o apoio da IA é investir na construção de confiança e credibilidade que toda organização precisa para se destacar no mercado atual.

(\*) CEO da IARIS.



designer491\_CANVA

MONETIZAÇÃO DE DADOS E NOVOS FORMATOS

## O CAMINHO PARA O VAREJO DO FUTURO

CEO de CRM & Ciência do Consumo da Rock Encantech analisa quais devem ser as novas tendências do varejo no país

**O** Brasil caminha para uma nova configuração populacional: segundo o Ipea, até 2030, haverá 21 milhões de idosos a mais e 8 milhões de jovens a menos. Esse envelhecimento populacional, aliado ao aumento de lares menores e ao crescimento do mercado pet, está criando novas demandas para o varejo.

Segundo Fernando Gibotti, CEO de CRM & Ciência do Consumo da Rock Encantech, a adaptação à nova realidade requer estratégias inovadoras e foco no uso inteligente de dados. “As empresas que querem liderar essa nova era do consumo precisam entender o novo cenário da sociedade e preparar os planos corretos”, afirma Gibotti.

Além disso, um estudo da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo aponta que mais da metade das famílias brasileiras estão endividadas e o crescimento das apostas online está afetando os orçamentos. Segundo Gibotti, esse cenário apresenta um consumidor mais seletivo e, com a concorrência digital e as plataformas de delivery, tem pressionado o varejo físico.

“O cliente mudou sua relação com o varejo, buscando praticidade, preços justos e experiências personalizadas. A transição demográfica também exige que o varejo esteja preparado para atender a diferentes gerações com ofertas segmentadas, novos formatos de loja e um portfólio ajustado ao público”, observa Gibotti.

Para garantir competitividade, o varejo precisa adotar estratégias inovadoras que maximizem a experiência do cliente e impulsionem novos modelos de receita. Algumas



### Monetização de dados: o varejo como um ecossistema inteligente

O varejo gera diariamente uma imensa quantidade de informações sobre comportamento de compra, preferências e padrões de consumo. A monetização de dados transforma esse ativo valioso em novas oportunidades de receita.

Duas abordagens têm se destacado:

- Personalização e engajamento: o uso de inteligência artificial permite segmentar clientes e criar campanhas altamente direcionadas, aumentando a conversão e fidelização.
- Retail Media e parcerias comerciais: os varejistas podem criar espaços publicitários em suas plataformas digitais, permitindo que marcas invistam em anúncios diretamente para consumidores qualificados.

A Rock Encantech, por exemplo, já entrega 3,5 bilhões de comunicações personalizadas por ano, ajudando varejistas a otimizar suas estratégias de fidelização e vendas.

### Novos formatos de loja: eficiência e experiência no centro da estratégia

Com as mudanças no comportamento do consumidor, o formato tradicional de grandes lojas físicas precisa ser reavaliado. As tendências indicam uma maior valorização de lojas menores e hiperlocais, adaptadas ao perfil da vizinhança e com um mix de produtos mais assertivo.

Além disso, a experiência no ponto de venda se torna essencial. O varejo físico precisa ir além da simples exposição de produtos, criando espaços interativos e eventos que aumentem o engajamento e fidelização dos clientes.

das principais tendências incluem a monetização de dados, a reinvenção do formato das lojas e a adoção da gôndola estendida.

### Gôndola estendida: ampliando a oferta sem aumentar custos

A gôndola estendida surge como uma solução inteligente para que o varejo amplie sua oferta sem precisar investir em mais espaço físico ou estoque.

O funcionamento é simples:

- O cliente acessa um catálogo digital dentro da própria loja ou via canais online.
- Ele pode comprar produtos que não estão fisicamente disponíveis na unidade, mas que serão entregues diretamente por centros de distribuição ou pela indústria.
- O varejo se torna um intermediador estratégico, agregando valor à experiência do consumidor sem os custos operacionais tradicionais.

Esse modelo maximiza as vendas, utilizando o fluxo de clientes e a credibilidade da marca como diferenciais competitivos.

Ele conclui que a capacidade de transformar informações em estratégias, aliada ao foco em personalização e inovação, definirá os líderes do mercado. “Quem souber unir tecnologia e humanização terá vantagem competitiva”, conclui Gibotti.

