

## CARGA HORÁRIA X PRODUTIVIDADE

## COMO O EQUILÍBRIO PODE MELHORAR RESULTADOS E A SEGURANÇA NO TRABALHO

▶▶ Leia na página 8

## Quatro técnicas para montar um plano de negócios para restaurantes

Criar um restaurante lucrativo e eficiente envolve mais do que abrir as portas e servir refeições. É preciso ter um plano bem estruturado para organizar ideias, guiar a execução do negócio e minimizar riscos.

Para o especialista em negócios gastronômicos, Marcelo Politi, uma análise de mercado bem feita, marketing estruturado, proposta de valor diferenciada e gestão financeira rigorosa são fatores cruciais para que um restaurante não apenas sobreviva, mas prospere. O empresário, que trouxe as operações do Hard Rock Café para o Brasil, listou quatro fatores cruciais para montar um plano de negócios.



istadimichi\_CANVA

### 1 Análise de mercado

Um dos pilares dessa estrutura é a análise de mercado, que pode revelar oportunidades de crescimento e diferenciação no setor gastronômico, além de ser essencial para prever tendências e se preparar para mudanças. Segundo o especialista Marcelo Politi, isso ajuda a adaptar o cardápio, serviços e promover estratégias de marketing para atrair clientes. “Ao estudar seus concorrentes, é possível identificar quais estratégias eles adotam e como você pode se diferenciar”, explica Politi.

### 2 O poder do Marketing

Outra ferramenta importante é o Marketing. Um plano eficaz deve integrar campanhas digitais e tradicionais, focadas no público-alvo. As redes sociais são poderosas para engajar clientes, divulgar eventos locais e promover experiências únicas. As fotos de pratos bem apresentados, por exemplo, despertam interesse e fome. Em relação ao marketing tradicional, as promoções, eventos, parcerias e distribuição de cupons de desconto são técnicas infalíveis para atrair clientes.

“Uma análise de mercado bem feita, marketing estruturado, proposta de valor diferenciada e gestão financeira rigorosa são fatores cruciais para que um restaurante não apenas sobreviva, mas prospere.”

### 3 Segmentação do público-alvo

Segmentar o público-alvo também é crucial. Uma compreensão profunda de quem são os potenciais clientes permite personalizar o serviço. A segmentação adequada, que leva em conta a faixa etária, preferências alimentares ou hábitos de consumo, pode maximizar a eficiência operacional e aumentar o retorno sobre investimento. Uma experiência exclusiva focada no público-alvo resulta em mais visitas, fidelização e, conseqüentemente, mais lucros.

### 4 Viabilidade econômica

Um orçamento bem estruturado é fundamental para prever receitas e identificar áreas onde é possível minimizar custos. A primeira etapa é listar todas as despesas relevantes como: aluguel, pessoas e insumos. Mas minimizar custos não im-

plica necessariamente em comprometer a qualidade. Envolver o uso estratégico de simuladores como cash flow (fluxo de caixa), garante que a gestão financeira seja eficiente, baseada em projeções realistas. Isso pode ajudar a controlar o CMV (Custo de Mercadoria Vendida), um fator essencial que, com um controle adequado, pode aumentar a lucratividade do restaurante.

Ainda, para Politi, ao desenvolver uma proposta de valor forte é preciso destacar o que torna um restaurante diferenciado, como pratos exclusivos ou atendimento excepcional. “Foque nas necessidades do seu público-alvo, criando uma conexão emocional. Faça com que sua oferta se destaque da concorrência, garantindo que sua proposta seja simples, clara e valorizada pelos clientes”, conclui.

### Como humanizar a IA para melhorar a relação com o cliente?

Há alguns anos, quando falávamos sobre a IA, o grande foco era como utilizá-la para robotizar e automatizar muitas tarefas corporativas, como o atendimento ao consumidor. ▶▶

### Vazamento de Dados no Pix se tornam comuns: como proteger seus dados?

Quando os primeiros casos surgiram, eles foram tratados como pontuais. Mas agora, com mais de 1 milhão de chaves Pix expostas desde 2021, segundo dados divulgados recentemente pelo Banco Central, é mais correto chamá-los de comuns. ▶▶

### Mercado de software e eletrônicos automotivos pode chegar a US\$ 1,2 trilhão

Estudo mostra potencial de US\$ 700 bilhões para fornecedores do setor se eles atenderem às necessidades das montadoras. ▶▶

### Não faça sua empresa dar um passo maior que a perna

Sejamos sinceros: crescer é o objetivo de toda empresa. Expandir, inovar, alcançar novos mercados, aumentar os lucros e ganhar visibilidade são metas que estão presentes em grande parte dos planos estratégicos, se não todos. Porém, para colocar a teoria em prática, precisamos ter certeza de que possuímos as ferramentas necessárias para isso, pois nada pior do que crescer sem estar minimamente preparado. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO  
FINANCEIRO

faça a leitura do  
QR Code com seu celular



### Negócios em Pauta

IA/INAC

5º Prêmio  
integridade

### 5º Prêmio INAC de Integridade

Promovido pelo Instituto Não Aceito Corrupção (INAC), o evento acontece no dia 16 de junho de 2025, às 19h00, no Theatro Municipal de São Paulo, com apresentação da Orquestra Sinfônica Jovem Municipal e show inédito da cantora Roberta Campos, um dos grandes nomes da MPB contemporânea. Os interessados podem reservar um dos 1200 ingressos gratuitos pelo link: [https://theatromunicipalsp.byinti.com/#/event/5\\_-\\_premio-inac-de-integridade](https://theatromunicipalsp.byinti.com/#/event/5_-_premio-inac-de-integridade). Para reconhecer projetos e práticas que se destacam no combate à corrupção e na promoção da integridade no Brasil, o prêmio contempla sete categorias: Academia, Tecnologia e Inovação, Boas Práticas de Governança, Jornalismo Investigativo, Comunicadores Locais, Experiência Profissional e Integridade no Esporte, além da Menção Honrosa "Em Prática", destinada a iniciativas premiadas anteriormente e implementadas com sucesso. ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

### News@TI

A/CGI.br



### Fórum debate regulação de plataformas, legado da Eco 92 e governança multissetorial

Três temas centrais vão pautar os debates mais aguardados do 15º Fórum da Internet no Brasil (FIB15), que acontece de 26 a 30 deste mês, em Salvador (BA): a regulação das plataformas digitais no país; o legado da Eco 92 para a consolidação do modelo multissetorial de governança da Internet no Brasil; e as contribuições desse modelo para o enfrentamento dos desafios atuais do ecossistema digital local e global. Esses assuntos serão debatidos nas sessões principais do evento, cuja programação inclui ainda 27 atividades propostas por representantes dos setores governamental, empresarial, do terceiro setor e da comunidade científica e tecnológica de todas as regiões brasileiras (<https://fib.cgi.br/fib15>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

### Política

Festa na Praça Vermelha

Heródoto Barbeiro

▶▶ Leia na página 2

### Economia da Criatividade

Marketing Educacional Multicanal: Como Integrar Experiências Digitais e Presenciais na Jornada do Aluno

Carol Olival

▶▶ Leia na página 4

## Festa na Praça Vermelha



Heródoto Barbeiro (\*)

*O autocrata atribui ao seu país a derrota da Alemanha Nazista. Para isso, prepara uma grande parada militar em Moscou – e ele é o principal homenageado.*

Atribui a si mesmo a glória nacional e, com isso, objetiva o reconhecimento político da Europa e dos Estados Unidos. Decreta feriado nacional para que a população se apinhe na Praça Vermelha, onde está a múmia de Lênin, o líder da revolução comunista de 1917. A maioria do público é de mulheres. Os homens morreram na guerra para salvar a “mãe Rússia” da invasão dos nazistas.

Os militares se esmeram em apresentar batalhões que desfilam com disciplina exemplar e uma quantidade de veículos militares para impressionar os convidados. A impressão da mídia ocidental é de que o autocrata russo está se preparando para a guerra, o que deixa os países da Europa assustados com a disposição da nação vencedora da guerra impedir que a democracia capitalista se consolide no continente.

A parada militar é uma homenagem aos milhões de soldados que morreram em campo de batalha para derrotar Hitler e seu regime genocida. Os chefes de Estado de países amigos devem se aglomerar perto da muralha do Kremlin para mostrar ao mundo a importância da vitória russa. É um desafio às potências ocidentais, principalmente aos Estados Unidos, a quem também se atribui participação decisiva para derrotar Hitler e prosseguir o conflito contra o Japão, que termina com a tragédia das bombas atômicas em agosto de 1945.

Para o autocrata russo o que interessa é a vitória na Europa e não no extremo oriente. Alguns convidados recusam o convite da Rússia, e temem que não haja segurança em Moscou. A presença dos convidados é uma demonstração de quem está ao lado dos vencedores. E quem não está ao lado do autocrata é considerado inimigo. Os analistas internacionais temem que a

polarização possa conduzir o mundo a ameaças mais graves, como um novo conflito de dimensões continentais.

Mesmo diante de uma comemoração tão importante, o líder não escapa das críticas da imprensa ocidental; afinal, a mídia local não existe, só a estatal e sob severa censura vigiada pela temida polícia política – a KGB. Para deslustrar a comemoração, os críticos do regime apontam que o líder soviético assinou um tratado de não agressão com os nazistas, e que durou de 1939 a 1941. Os ministros do Reich Ribbentrop e Molotov da União Soviética embutiram uma cláusula secreta que permite a imediata invasão da Polônia e a divisão do país entre os dois aliados.

O ditador Josef Stálin argumenta que o acordo foi necessário para que a União Soviética se armasse para esperar a invasão nazista. É o que se chama realpolitik. Nada pode tirar o brilho do exército vermelho, segundo o Kremlin, o grande vencedor e responsável pela derrota do nazismo. Afinal, foi ele o primeiro a chegar a Berlim e comprovar que o Führer se suicidou no bunker da chancelaria. Stálin despreza os relatos dos correspondentes ocidentais, que dizem que a marcha dos soldados soviéticos em direção a Berlim deixou um rastro de destruição da população civil alemã, roubo de tudo o que encontraram pela frente e o estupro de todas as mulheres encontradas no caminho como forma de se vingarem do que tinham sofrido durante a guerra.

A propaganda soviética tenta ganhar a opinião pública mundial com a colaboração dos partidos comunistas de todo o mundo. A parada militar comemora o final da Segunda Guerra Mundial na Europa e vai se repetir enquanto a União Soviética existir, garante o ditador. Mas vai mais além – a comemoração persiste mesmo com a volta da Federação Russa.

(\*) - Professor e jornalista, é âncora do *Jornal Novabrazil*, colunista do *R7*, do *Podcast. Mestre em História pela USP* e inscrito na *OAB*. Palestras e mídia training. Canal no Youtube “Por Dentro da Máquina” ([www.herodoto.com.br](http://www.herodoto.com.br)).

## Drones cada vez mais presentes no mar

O uso de pequenos submarinos não tripulados vem crescendo muito, sendo os mesmos genericamente chamados drones.

Vivaldo José Breternitz (\*)

Recentemente, a Helsing, uma startup alemã, anunciou seu mais recente produto, um minissubmarino autônomo para reconhecimento. Chamado Fathom, o submarino é a mais recente adição à crescente frota europeia de drones marítimos, que pretendem proteger melhor os navios e a infraestrutura submarina do continente.

O Fathom, uma máquina que mede 1,95 metros pode ficar três meses em patrulha, sem necessitar de qualquer tipo de reabastecimento. É dotado de uma plataforma de inteligência artificial chamada Lura, capaz de classificar sons produzidos por navios e submarinos e identificar suas posições.

A Helsing disse que o Fathom pode ser produzido em massa, se necessário. Pode também formar constelações, com muitos deles vindo a constituir uma rede de vigilância abrangendo grandes áreas.

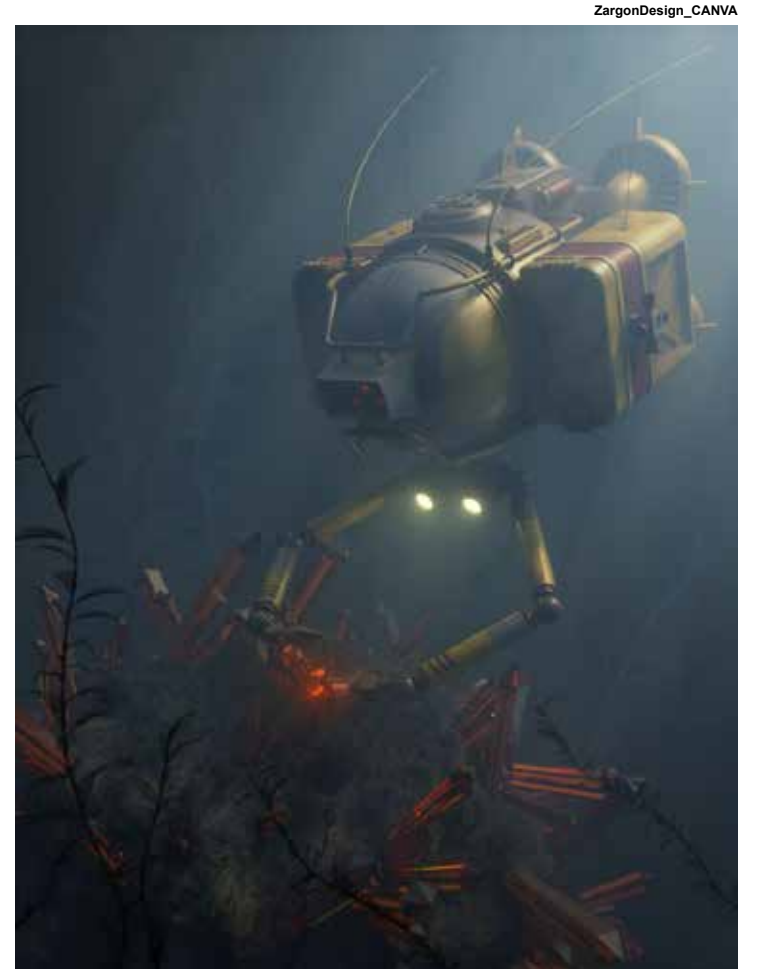
Os países europeus conscientizaram-se da necessidade de vigilância desse tipo a partir da sabotagem do gasoduto Nord Stream em 2022, que expôs a vulnerabilidade de ativos subaquáticos, levando os membros da OTAN a intensificar a defesa de suas águas, preocupados com possíveis agressões.

Na Ucrânia, os drones navais já se tornaram uma arma importante em sua guerra contra Moscou: no início de maio, os ucranianos usaram seu drone Magura para abater duas aeronaves russas. O Magura, armado com mísseis, tem sido usado desde 2023 para atacar navios e aeronaves russas.

A Ucrânia segue expandindo sua frota de drones navais, tendo recentemente a empresa Nordex apresentado o Seawolf, um veículo de superfície a ser utilizado para missões de vigilância e ataque.

Outros países europeus estão desenvolvendo máquinas similares, como os britânicos que pretendem lançar um drone a ser utilizado em missões de combate ou transporte, e os dinamarqueses, que estão testando barcos autônomos para missões de patrulha.

A adoção de drones marítimos ocorre em meio a crescentes tensões geopolíticas, que levaram os governos europeus a investir bastante em tecnologia de defesa, tendo em março deste ano lançado o plano “ReArm Europe”, que prevê empregar cerca de



ZargonDesign\_CANVA

800 bilhões de euros nos próximos quatro anos para aumentar suas capacidades militares.

Apesar do ataque russo à Ucrânia ter mostrado que preocupações com a defesa são pertinentes, vale lembrar o alerta feito pelo presidente dos Estados Unidos Dwight D. Eisenhower em 1961, quando deixava o cargo: cuidado com os gastos militares e com a influência do “complexo militar-industrial”.

Eisenhower, um general de cinco estrelas e herói da Segunda Guerra Mundial certamente sabia do que estava falando...

(\*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor e consultor – [vjnitz@gmail.com](mailto:vjnitz@gmail.com).

## O falso pareto da ia generativa: a armadilha do “MVP em 1 dia”

Acompanhando e desenvolvendo projetos de IA generativa, tenho visto um padrão curioso (e um pouco perigoso) acontecer com recorrência: a ilusão de que estamos mais perto de uma solução do que realmente estamos. Com apenas 1% do tempo e esforço, alguém gera algo com uma ferramenta de IA que parece uma solução real. Um mockup com cara de MVP. É bonito, funciona na demo e dá até para mostrar num pitch ou numa apresentação executiva.

E aí vem o pensamento automático: “Nossa, criei isso em 1 dia... imagina o que eu consigo fazer em 1 mês?”. E muitas vezes sobra pro time de TI: “Se eu, que nem sou desenvolvedor, fiz isso em uma tarde, por que o time de tecnologia não entrega algo assim em produção?”.

Mas a verdade é que não foi criada uma solução real. Foi criada uma prévia, um mockup inteligente, uma demonstração do que a tecnologia pode ser capaz de fazer. Isso só vai virar solução quando estiver de fato no mercado, na rua, resolvendo as dores dos clientes.

A parte difícil — e onde mora o desafio real — começa depois, quando temos que responder perguntas do tipo: como tirar do laboratório e colocar em campo com todos os riscos (ou pelo menos os mais importantes) sob controle?; como garantir que aquilo funcione de forma previsível, com segurança e privacidade?; como monitorar, versionar, escalar e adaptar a solução a contextos reais?; como garantir que o resultado daquilo que você fez em 1 dia seja melhor do que outras soluções que já existem no mercado?.

Esse é o que eu tenho chamado de “falso pareto da IA”: parece que os primeiros 1% do esforço resolvem 99% do problema. Mas a realidade é justamente o oposto. Os 99% mais difíceis vêm depois. Eles são mais chatos, menos sexy. Mas, sem eles, aquela ideia brilhante não vira solução.

A resposta está em tratar IA não como uma caixa mágica, mas sim como engenharia de produto. Isso exige envolver desde cedo as áreas de tecnologia, segurança e negócios, pensar em dados de entrada e saída, monitoramento contínuo, boas práticas de



versionamento de prompts e modelos, governança de riscos e testes em ambientes controlados. Porém, não é só sobre controle: também passa por criar ambientes seguros para experimentação, onde equipes possam prototipar com liberdade — e por capacitar cada vez mais pessoas, em tech e negócios, para lidar com IA com responsabilidade e propriedade. A verdadeira inovação acontece quando esses dois mundos se encontram.

A IA generativa está acelerando consideravelmente os processos de desenvolvimento de novas soluções e tem mudado bastante a forma como a gente faz e pensa inovação. Gosto de lembrar de um artigo de 1997, dos pesquisadores Greg Stevens e James Burley, que dizia: são necessárias 3.000 ideias para gerar um único sucesso comercial. O funil é agressivo, mas a IA faz com que as ideias ganhem forma muito mais rapidamente e com custos mais baixos. Ela tem potencial de melhorar radicalmente essas taxas de sucesso. Acelerar prototipação, validação e solução. Mas, para isso, as empresas precisam estar preparadas — e principalmente dispostas a lidar com a complexidade escondida desse universo.

(Fonte: Daniel Grossi é co-fundador e Chief Venture Officer da Liga Ventures, maior rede de inovação aberta da América Latina, que conecta startups e grandes empresas para geração de negócios).

## News @TI

## Microsoft Brasil disponibiliza curso gratuito de IA para pequenas e médias empresas

A Microsoft Brasil anunciou o curso Fluência para Pequenas e Médias Negócio, uma série de vídeos educativos produzidos por especialistas da empresa, que oferecem dicas práticas e acessíveis para otimizar o dia a dia das empresas. O curso foi desenvolvido para ajudar pequenos empreendedores a entenderem e aplicarem a inteligência artificial em seus negócios. Dividido em dez episódios, os conteúdos mostram desde conceitos básicos da IA até a criação de prompts eficazes para obter resultados com ferramentas de IA generativa. O conteúdo está disponível permanentemente no canal oficial “Microsoft AI Skills” no YouTube, onde a empresa disponibiliza dicas sobre IA para iniciantes e profissionais em diversos níveis, em todo o mundo. Por meio do canal, a Microsoft oferece tutoriais, insights de especialistas e dicas acessíveis para ajudar diversos públicos (<https://www.youtube.com/watch?v=wNpON8OVm6I&list=PL0g5FWk3FEqhyxNNMEg-D9TFucUFmuoKD&index=2>).

Empresas & Negócios José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Laurinda Machado Lobato (1941-2021)

Responsável: Lilian Mancuso

**Editórias**  
Economia/Política: J. L. Lobato ([lobato@netjen.com.br](mailto:lobato@netjen.com.br)); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza ([ricardosouza@netjen.com.br](mailto:ricardosouza@netjen.com.br)); Livros: Ralph Peter ([ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br](mailto:ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br));  
Comercial: [comercial@netjen.com.br](mailto:comercial@netjen.com.br)  
Publicidade Legal: [lilian@netjen.com.br](mailto:lilian@netjen.com.br)

Webmaster/TI: Fabio Nader; Edição Eletrônica: Ricardo Souza.  
Revisão: Maria Cecília Camargo; Serviço Informativo: Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

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

Jornal Empresas &amp; Negócios Ltda

Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP: 04128-080  
Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: [netjen@netjen.com.br](mailto:netjen@netjen.com.br)  
Site: [www.netjen.com.br](http://www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90  
JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)  
Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.

Colaboradores: Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro.

ISSN 2595-8410

# Conab prevê safra de grãos em 332,9 milhões de toneladas

A produção de grãos no país na safra 2024/25 tende a registrar um aumento de 35,4 milhões de toneladas sobre o ciclo anterior, e deve chegar a 332,9 milhões de toneladas

**O** volume, se confirmado, configura um novo recorde para a série histórica da Companhia Nacional do Abastecimento (Conab). A área cultivada também deve crescer em torno de 2,2%, estimada em 81,7 milhões de hectares, assim como a produtividade média das lavouras, que tende a apresentar uma recuperação de 9,5% projetada em 4.074 quilos por hectare. Os dados estão no 8º Levantamento da Safra de Grãos 2024/25 publicado pela Companhia.



Outra cultura importante na safra brasileira, o milho tem produção total estimada em 126,9 milhões de toneladas.

Dentre os produtos cultivados, a soja se destaca com a estimativa de um volume a ser colhido de 168,3 milhões de toneladas, a maior já registrada para o grão na história do país. A colheita

da oleaginosa já chega a 98,5% da área semeada, sendo que nos estados do Centro-Oeste, Sudeste, Paraná e Tocantins os trabalhos já foram concluídos. Em Minas Gerais, São Paulo,

Goiás, Mato Grosso, Bahia, Rondônia e Tocantins, as produtividades alcançadas foram recordes da série histórica da Conab. Esses ótimos rendimentos foram reflexo de condições climá-

ticas favoráveis e do alto grau de profissionalismo dos produtores.

Outra cultura importante na safra brasileira, o milho tem produção total estimada em 126,9 milhões de toneladas, crescimento de 9,9% em relação à temporada 2023/24. A 1ª safra do grão tem a colheita finalizada em 77,6% da área semeada, com estimativa de produção em 24,7 milhões de toneladas. Já a 2ª safra do cereal apresenta a semeadura concluída. A Conab espera uma produção em torno de 99,8 milhões de toneladas. As boas condições climáticas nas principais regiões produtoras vêm favorecendo as lavouras, predominando os estágios de floração e enchimento de grãos (Fonte: Conab).

## Tesouro paga R\$ 820,78 milhões em dívidas de estados e municípios

A União pagou, em abril, R\$ 820,78 milhões em dívidas atrasadas de estados e municípios, segundo o Relatório de Garantias Honradas pela União em Operações de Crédito e Recuperação de Contragarantias, divulgado pelo Tesouro Nacional. No acumulado do ano, já são R\$ 3,32 bilhões de débitos honrados de entes federados.

Em 2024, o valor chegou a R\$ 11,45 bilhões de dívidas garantidas pela União.

Do total pago no mês passado, R\$ 345,33 milhões são débitos não quitados pelo estado do Rio de Janeiro; R\$ 317,26 milhões de Minas Gerais; R\$ 82,12 milhões do Rio Grande do Sul; R\$ 73,32 milhões de

Goiás; R\$ 2,67 milhões do Rio Grande do Norte; R\$ 73,12 mil do município de Santanópolis (BA).

Dos R\$ 3,32 bilhões de dívidas de entes federados honradas pela União em 2025, R\$ 1,52 bilhão são de Minas Gerais; R\$ 884,6 milhões do Rio de Janeiro; R\$ 503,49 do Rio Grande do Sul; R\$ 296,18 milhões de Goiás; R\$ 116,93 milhões do Rio Grande do Norte; R\$ 2,47 milhões do município de Iguatu (CE); e R\$ 280 mil de Santanópolis (BA).

Desde 2016, a União pagou R\$ 78,76 bilhões em dívidas garantidas. Além do relatório mensal, o Tesouro Nacional disponibiliza os dados no Painel de Garantias Honradas (ABR).

## Eletrobras tem prejuízo de R\$ 81 milhões no 1º trimestre

A Eletrobras registrou prejuízo de R\$ 81 milhões no 1º trimestre de 2025. De acordo com a empresa, o resultado reflete a revisão feita pela Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel) na base regulatória de ativos da Companhia Hidro Elétrica do São Francisco (Chesf), uma das principais subsidiárias da Eletrobras. “O impacto da revisão totalizou R\$ 952 milhões, o que afetou o resultado contábil”, explicou, em nota, a companhia.

As despesas com pessoal, material, serviços e outros (PMSO) tiveram redução de 28% em relação ao último trimestre de 2024 e de 8% na comparação com o mesmo período de 2024. O resultado “mostra a consolidação de uma tendência que já vinha sendo observada em trimestres anteriores e reflete as

iniciativas de adequação do quadro de pessoal, além de ajustes em processos e na estrutura organizacional”.

Os acordos para renegociação de empréstimos compulsórios seguiram na trajetória decrescente desde a capitalização. O estoque da dívida diminuiu R\$ 2,9 bilhões em relação ao mesmo período do ano passado, com recuo de R\$ 447 milhões na comparação com o último trimestre de 2024. No segundo trimestre de 2022, o estoque totalizava R\$ 26,1 bilhões e hoje está em R\$ 13,1 bilhões. Esse passivo tem origem em cobranças debitadas nas contas dos consumidores finais, que financiaram a expansão do sistema elétrico brasileiro e deram origem a disputas judiciais, que agora estão sendo solucionadas (ABR).

## Bancos preferem perder bilhões do que modernizar seus sistemas de segurança?

Franklin Tomich (\*)

**U**ma pesquisa do Data-Senado feita em outubro de 2024 revelou que 24% dos brasileiros com mais de 16 anos foram vítimas de golpes digitais no último ano, totalizando mais de 40,85 milhões de pessoas. Esses dados revelam que a crescente vulnerabilidade das empresas frente a fraudes, evidenciando que, apesar dos esforços em implementar controles de risco, muitas organizações ainda enfrentam desafios substanciais em proteger suas operações contra esses crimes, que frequentemente passam despercebidos pelas práticas tradicionais de análise.

O setor financeiro, que deveria ser um exemplo de rigor e precisão, tem falhado repetidamente na avaliação de riscos ao conceder crédito. Bancos, securitizadoras e fundos FIDCs ainda se apoiam em métodos de análise antiquados e insuficientes, confiando em balanços patrimoniais e indicadores financeiros que, na prática, podem ser manipulados com facilidade. A realidade é que muitas dessas instituições continuam presas a uma abordagem míope, baseada em checklists superficiais e no julgamento subjetivo de analistas, ignorando que fraudes contábeis e ajustes artificiais nos números são mais comuns do que gostariam de admitir.

Essa visão limitada resulta em concessões de crédito a empresas que já estão à beira da insolvência, mas que conseguem mascarar sua real situação financeira. Os balanços patrimoniais, frequentemente tratados como documentos imutáveis e confiáveis, podem ser ajustados para esconder passivos, inflar receitas e apresentar uma saúde financeira que não corresponde à realidade. Enquanto isso,

os analistas continuam a confiar cegamente nesses números, sem se aprofundar nos reais riscos envolvidos. O problema não é apenas técnico, mas cultural: há uma resistência clara à modernização e à adoção de ferramentas tecnológicas que poderiam corrigir essas falhas.

A inteligência artificial e a análise preditiva já permitem identificar padrões de fraudes e inconsistências contábeis antes que os problemas se tornem irreversíveis. Modelos estatísticos avançados conseguem cruzar uma infinidade de variáveis, detectando sinais de deterioração financeira que passariam despercebidos por qualquer análise tradicional. No entanto, muitas instituições ainda insistem em processos manuais e subjetivos, ignorando os alertas e mantendo uma postura de negligência institucionalizada. Esse descaso não só gera prejuízos bilionários como também desestabiliza o mercado ao permitir que empresas financeiramente inviáveis continuem recebendo crédito.

O setor precisa urgentemente abandonar a ilusão de segurança oferecida por métodos ultrapassados e reconhecer que a automação e a inteligência artificial não são meros luxos, mas sim uma necessidade. A recusa em evoluir não é apenas um erro estratégico, mas uma irresponsabilidade que compromete a solidez do mercado financeiro como um todo. Enquanto os gestores insistirem em confiar mais na tradição do que na inovação, os riscos continuarão se acumulando, e as consequências serão inevitáveis.

(\*) sócio fundador da Accordia e mestre em Finanças pela Fundação Dom Cabral.

www.netjen.com.br

### A – Mostra de Arte

Estão abertas até 1º de junho as inscrições para o edital da 14ª Mostra 3M de Arte, um dos principais eventos de arte contemporânea do Brasil. A mostra, produzida e idealizada pela Elo3, acontecerá em setembro de 2025 no tradicional Parque da Luz, em São Paulo, que celebra 200 anos. Artistas de todas as regiões do país podem se inscrever gratuitamente para apresentar trabalhos inéditos comissionados. Os interessados devem acessar o site para conferir o regulamento completo em: (<https://www.mostra3mdearte.com.br/>).

### B – SP em Cannes

O Governo de SP, por meio da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas, apresentou as primeiras cidades parceiras da São Paulo State Film Commission, durante missão no Festival de Cinema de Cannes, na França. O lançamento destaca 10 cidades paulistas – Amparo, Bananal, Bauru, Botucatu, Iguape, Itu, Piracicaba, Ribeirão Preto, Santos e São João da Boa Vista – como possíveis locações para filmagens audiovisuais. As informações detalhadas estão disponíveis no site (<https://spstatefilmcommission.org.br/>).

### C – Oportunidades

O Magalu acaba de iniciar um mega processo seletivo para contratar 150 pessoas que vão formar o time da nova loja da companhia, que será inaugurada no Conjunto Nacional, local icônico na Avenida Paulista, em São Paulo. O espaço reunirá as marcas do ecossistema do grupo: KaBuMi, Época Cosméticos, Estante Virtual, Netshoes e o próprio Magazine Luiza. Assim, a companhia está em busca de “especialistas” para atender às especificidades de cada marca presente no complexo que vai representar o ecossistema da empresa. As inscrições estão abertas até 4 de junho e podem ser feitas pelo link: (<https://carreiras.magazine luiza.com.br/vagas/436434>).

### D – Jeep Avenger

O ano de 2025 é especial para a Jeep no Brasil. A marca celebra uma década de produção nacional, com mais de 1 milhão de SUVs vendidos desde 2015. Um marco que se soma à rica trajetória da Jeep no país, iniciada no final dos anos 40. Para comemorar esse importante capítulo, a Jeep anuncia uma grande novidade: o Jeep Avenger, sucesso global da marca, será produzido e comercializado no Brasil a partir de 2026.

### E – Mercado de Vitaminas

A busca por saúde preventiva e bem-estar continua em alta no Brasil, como apontam os dados mais recentes da Interplayers, hub de negócios especializado em saúde e bem-estar. O mercado de vitaminas e suplementos registrou crescimento expressivo de 37% no volume de unidades vendidas e 29% no faturamento no período de março de 2024 a fevereiro de 2025. No recorte do acumulado do ano (YTD - Year to Date, de janeiro a fevereiro de 2025), o crescimento é ainda mais expressivo: 41% em unidades comercializadas e 32% em faturamento na comparação com o mesmo período do ano anterior.

### F – Minas Summit

O Minas Summit 2025, maior evento de inovação corporativa de Minas Gerais, chega à terceira edição com uma programação marcada por presenças de destaque no cenário de inovação nacional e internacional. Com o tema “Inovação que move o mundo”, encontro será realizado nos dias 5 e 6 de junho, no BeFly Minascentro, em Belo Horizonte, com mais de 400 palestrantes. Realizado pelo Grupo FCJ, em parceria com o Órbi Conecta, 100 Open Startups e BH-TEC, a expectativa é reunir mais de 10 mil participantes. Saiba mais em (<https://minassummit.com/>).

### G – Agências Bancárias

Segundo o Sindicato dos Bancários do Rio, de 2021 a abril deste ano, 163 agências e postos de atendimento bancário encerraram as atividades no Centro. O Rio viu o encerramento em massa se espalhar por quase todos os bairros, sobretudo neste ano. O maior impactado, sem dúvidas, foi o Centro do Rio, que reunia a maior quantidade de agências do município, principalmente por conta das empresas e escritórios que o bairro sempre abrigou. O movimento vai na contramão da reativação comercial e econômica da Região Central e já vem sendo discutida pelas lideranças da área (DiariodoRio).

### H – Autos Antigos

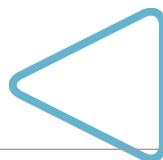
Os visitantes do Encontro Brasileiro de Autos Antigos (EBAA), que celebra sua edição de 10 anos de 19 a 22 de junho, em Águas de Lindóia (SP), poderão conferir de perto modelos históricos da Chrysler, marca que completa 100 anos em 2025 e é um dos destaques do evento. A expectativa é atrair mais de 500 mil pessoas e reunir expositores e comerciantes. Considerado o maior encontro de carros clássicos da América Latina, o EBAA tem entrada gratuita e aberta ao público.

### I – Bonito/Guarulhos

A partir de 03 de setembro, a LATAM vai operar uma nova rota com voos diretos entre Bonito, no Mato Grosso do Sul, e o Aeroporto Internacional de Guarulhos. Serão duas frequências por semana, com aeronaves da família Airbus A320 com capacidade para até 174 passageiros. Assim, as três grandes companhias aéreas passam a operar em Bonito, que também recebe voos diretos da GOL a partir de Congonhas e da Azul a partir de Viracopos.

### J – Maio Amarelo

O Governo de São Paulo aumentou em quase 50% as operações do Detran-SP voltadas à segurança no trânsito entre 2022 e 2024. Nesse período, as infrações por consumo de álcool ao dirigir quase triplicaram. Neste Maio Amarelo, mais dedicado à conscientização sobre segurança viária, conheça essa e outras ações do Governo de São Paulo para um trânsito mais seguro. As operações de trânsito passaram de 382 em 2022 para 566 em 2024, um aumento de 48,1%. A fiscalização de veículos saltou de 142 mil para 402 mil: três vezes mais.



Carol Olival (\*)

# Economia da Criatividade

## #FullSailBrazilCommunity



### Marketing Educacional Multicanal: Como Integrar Experiências Digitais e Presenciais na Jornada do Aluno

acompanhar a jornada de decisão de um aluno ou de seus responsáveis, hoje, é como decifrar um quebra-cabeça que muda o tempo todo. Não existe mais um único ponto de contato: o que vemos são múltiplos canais, múltiplas telas, múltiplos momentos. Já atendi alunos que nos conheceram por um vídeo no Instagram, marcaram uma visita pelo WhatsApp, conversaram com um ex-aluno no LinkedIn e só então enviaram o formulário de interesse. Por isso, quando falamos em marketing educacional multicanal, não estamos falando de estar em todos os lugares ao mesmo tempo — mas de criar uma experiência fluida, coerente e responsiva, online e offline.

Segundo o relatório “2023 Education Marketing Trends” da *Hanover Research*, 85% dos alunos realizam pesquisas em pelo menos três canais diferentes

antes de tomar uma decisão de matrícula. O estudo também mostra que a taxa de conversão é significativamente maior quando há consistência entre os canais. Isso significa que o que está no Instagram precisa conversar com o que está no site, com o que está no WhatsApp, com o que é dito em uma feira de escolas ou em um encontro presencial.

Integrar experiências digitais e presenciais é um desafio, mas também uma grande oportunidade. Profissionais que conseguem criar pontes entre o físico e o digital se destacam. Quando a visita à escola confirma tudo aquilo que foi prometido online, a confiança se consolida. Quando um aluno sente que foi acolhido com o mesmo tom de voz em todos os canais, ele reconhece valor. Já vi campanhas se tornarem muito mais eficazes não pela verba investida, mas pela coerência entre os canais utilizados.

Na Full Sail University, por exemplo, combinamos campanhas em redes sociais, webinars, atendimento personali-

zado via WhatsApp e vivências presenciais para criar uma jornada completa. Um aluno pode começar sua jornada vendo um post criativo, aprofundar-se em um e-book, participar de uma sessão ao vivo e, meses depois, visitar o campus — tudo isso costurado por uma comunicação unificada e focada na experiência.

O marketing multicanal bem feito não é sobre quantidade, e sim sobre continuidade. E quem entende isso, constrói uma presença significativa ao longo do tempo. Em um cenário onde a atenção é fragmentada, oferecer uma jornada conectada e sem ruídos é mais do que diferencial: é essencial.

(\*) - 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, promovendo 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

## Rede de apoio a mulheres empreendedoras

O Magalu e Luiza Helena Trajano irão lançar, no dia 22 de maio, a “Comunidade Seller Mulheres de Negócios de Luiza”, uma rede de apoio e desenvolvimento para impulsionar negócios criados ou geridos por mulheres empreendedoras. Luiza Helena Trajano, presidente do Conselho de Administração da companhia, é a embaixadora da comunidade e fez o anúncio do projeto durante uma coletiva de imprensa, na Arena Magalu, em São Paulo, nesta quinta-feira.

“As mulheres, em sua maioria, possuem jornada tripla: cuidam da casa, dos filhos e dos negócios. Elas são obstinadas, mas o fato de terem que fazer tudo sozinhas traz o sentimento de solidão e de as coisas serem mais difíceis”, afirma Luiza Helena. “A troca de experiências, neste cenário, é uma forma de incentivar o crescimento de empresas fundadas ou gerenciadas por mulheres. O que eu quero é compartilhar minha experiência como empreendedora e como mulher neste mercado”.



Luiza Helena Trajano, presidente do Conselho de Administração da companhia, é a embaixadora da comunidade.

Uma pesquisa realizada pelo Magalu apontou que 36% dos sellers que atuam no marketplace da companhia são empresas fundadas por mulheres e, das 64% restantes, 19% são gerenciadas por uma. Atualmente, a companhia conta com mais de 360.000 varejistas parceiros na plataforma, o que significa que a rede pode atingir, diretamente, pelo menos 198.000 mulheres. No entanto, a comunidade não está restrita apenas às empreendedoras

que já atuam no marketplace do Magalu.

O projeto “Comunidade Seller Mulheres de Negócios de Luiza” promoverá conexão, facilitação e reconhecimento, por meio de benefícios para as participantes que vendem no marketplace.

Interessadas podem se inscrever gratuitamente no link: <https://mulheresdeluiza.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: **GIZELTON RODRIGUES BARBOSA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 29/07/1994, confeiteiro, natural de Umbuzeiro - PB, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Gizélton Rodrigues Barbosa e de Hosana Pereira Barbosa; A pretendente: **FABRÍCIA DE JESUS**, brasileira, solteira, nascida aos 09/03/1999, analista de eventos, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Rosana Neres de Jesus.

O pretendente: **ERICK SHIL LOPES ALMEIDA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 28/02/2005, músico, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Silvio Rodrigues de Almeida e de Elisângela Lopes Santana; A pretendente: **ISABELA SILVEIRA PEDROSO**, brasileira, solteira, nascida aos 24/10/2004, professora, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Claudio Pedroso Rodrigues e de Mirna Andrade da Silveira.

O pretendente: **WESLEY FEITOSA DE ARAUJO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 15/04/2000, barbeiro, natural de Taboão da Serra - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Francisco das Chagas Farias de Araujo e de Maria do Carmo Feitosas; A pretendente: **GEOVANNA ANDRADE DE OLIVEIRA**, brasileira, solteira, nascida aos 28/02/2002, designer de interiores, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Luiz Carlos de Oliveira e de Ilíene Andrade de Oliveira.

O pretendente: **RODOLFO DOS SANTOS CARVALHO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 15/12/1991, motorista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Antonio Francisco de Carvalho e de Rosimeire dos Santos de Carvalho; A pretendente: **ELAINE CRISTINA NUNES DE MORAES**, brasileira, solteira, nascida aos 29/12/1981, de serviços domésticos, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de José Nunes de Moraes e de Estelina dos Santos Moraes.

O pretendente: **PAULO ROBERTO DOS SANTOS**, brasileiro, divorciado, nascido aos 20/10/1953, aposentado, natural de Peruibe - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Paulo Caetano dos Santos e de Mariana Tosta dos Santos; A pretendente: **INÊS COELHO DA SILVA**, brasileira, divorciada, nascida aos 29/09/1964, de serviços domésticos, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Boaventura Coelho da Silva e de Lourdes de Almeida.

O pretendente: **HENRIQUE LEANDRO SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 14/02/2002, microempreendedor, natural de Diadema - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Edson José da Silva e de Josefa Maria da Silva; A pretendente: **BEATRIZ BARBOSA DE SOUZA**, brasileira, solteira, nascida aos 25/04/2003, microempreendedora, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Antonio Santos de Souza e de Maria Lucia Barbosa de Souza.

O pretendente: **SANDRO GUIMARÃES DA CONCEIÇÃO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 21/08/1987, motorista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Valdir Guimarães da Conceição e de Maria Eunice Dorado de Souza; A pretendente: **LUCIÊNNE DA SILVA NASCIMENTO**, brasileira, solteira, nascida aos 29/03/1984, cabeleireira, natural de Ibiassucê - BA, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Valdemiro Soares do Nascimento e de Helena Madalena da Silva.

O pretendente: **FRANCICLEIDIO DA SILVA SOUSA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 29/09/1980, abatedor, natural de Lagoa - PB, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Francisco João de Sousa e de Maria da Silva Sousa; A pretendente: **FRANCICLEIDE CUSTODIO DA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 05/02/1980, do lar, natural de Lagoa - PB, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Cristóvão Custodio da Silva e de Maria Custodio da Silva.

O pretendente: **ADRIANO BARBOSA DOS REIS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 25/05/1987, vendedor, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de José Severiano dos Reis e de Maria Aparecida Campioto Barbosa; A pretendente: **ANA PAULA APARECIDA DE JESUS**, brasileira, solteira, nascida aos 04/01/1980, ajudante de cozinha, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Celina Arlinda de Jesus.

O pretendente: **HENRIQUE GONÇALVES CARDOSO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 05/11/1987, vendedor, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Carlos Gonçalves de Oliveira e de Marilena de Castro Oliveira; A pretendente: **REGIANE BASTOS ANICETO**, brasileira, solteira, nascida aos 25/07/1994, vendedora, natural de São Bernardo do Campo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de João Aniceto Filho e de Maria do Carmo Bastos Aniceto.

O pretendente: **RAFAEL SOARES CIARAMICOLI**, brasileiro, divorciado, nascido aos 20/01/1987, diretor de criação, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Marco Antonio Ciaramicoli e de Rita de Cassia Soares Ciaramicoli; A pretendente: **ANNA LUIZA MACHADO DE MORAES COUTINHO**, brasileira, solteira, nascida aos 18/02/1995, arquiteta, natural de Rio de Janeiro - RJ, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Marcio da Costa Fonseca de Moraes Coutinho e de Ana Beatriz Machado de Moraes Coutinho.

O pretendente: **FABIANO LUIZ FIGUEIREDO DE CARVALHO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 26/04/1998, garçom, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Luis Pedro Filho e de Leocy Clara de Figueiredo; A pretendente: **JHORDANA HOLANDA DA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 17/09/1999, do lar, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em Poá - SP, filha de Gessildo Rosa da Silva e de Carmen Silvia Holanda Coelho da Silva.

O pretendente: **ERASMO FERREIRA DE LIMA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 15/06/1970, zelador, natural de Santa Maria do Cambucá - PE, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Severino Ferreira de Lima e de Amara Maria de Lima; A pretendente: **ADÉLIA FLORENÇA DA CONCEIÇÃO**, brasileira, solteira, nascida aos 10/01/1965, copeira, natural de Santa Maria do Cambucá - PE, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de José Lins dos Santos e de Olívia Florença da Conceição.

O pretendente: **GIOVANI KELVIN BRITO NERI**, brasileiro, solteiro, nascido aos 03/08/2000, representante de atendimento ao cliente, natural de Caculé - BA, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Mozart Castro Neri e de Maria Neuza Brito Batista Neri; A pretendente: **MARIA EDUARDA DE OLIVEIRA SANTOS**, brasileira, solteira, nascida aos 01/08/2003, artista educadora, natural de Taboão da Serra - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Luis Ricardo dos Santos e de Ana Paula de Oliveira Santos.

O pretendente: **SIDINEI ALVES**, brasileiro, solteiro, nascido aos 11/03/1981, gerente de churrascaria, natural de Palma Sola - SC, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de José Antonio Alves e de Iracema Otowicz Alves; A pretendente: **JAQUELINE AMADA DE OLIVEIRA**, brasileira, solteira, nascida aos 20/08/1988, do lar, natural de Tobias Barreto - SE, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Nival Alves de Oliveira e de Leonor Amada de Jesus.

O pretendente: **ANDERSON LEVI DE SOUSA BARROS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 20/03/2006, técnico instalador de telecomunicações, natural de Fortaleza - CE, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Alexandre Barros da Silva e de Lituânia Acácio de Sousa Barros; A pretendente: **ERIKA LOPES DA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 17/06/2004, auxiliar de estoque, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Valdir Lopes da Silva e de Ivaneide Maria da Silva.

O pretendente: **SILVINO SANTANA DE ALENCAR**, brasileiro, divorciado, nascido aos 08/05/1971, vigilante, natural de Januária - MG, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Ideu Santana de Alencar e de Neuza Santana de Alencar; A pretendente: **MARIA CLÉCIA NOBRE CAVALCANTE**, brasileira, solteira, nascida aos 13/09/1981, farmacêutica, natural de Solidão - PE, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Gilberto Nobre Cavalcante e de Nelí Nobre Cavalcante.

O pretendente: **CRISPIM OLIVEIRA DOS SANTOS**, brasileiro, divorciado, nascido aos 12/07/1961, carpinteiro, natural de Conceição da Feira - BA, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Luiz Pereira dos Santos e de Antonina Oliveira dos Santos; A pretendente: **ELANE GONZAGA LOUVISI DE SOUZA**, brasileira, viúva, nascida aos 17/04/1967, costureira, natural de Rio de Janeiro - RJ, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Nelson da Silva Louvisi e de Eliza Gonzaga Louvisi.

O pretendente: **FRANCISCO WILLIAM RODRIGUES DA SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 30/10/1998, auxiliar operacional de esporte, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Jose Nilton Rodrigues da Silva e de Lucinete de Souza Silva; A pretendente: **ESTER STEFANI RODRIGUES DOS SANTOS**, brasileira, solteira, nascida aos 27/05/1999, ajudante geral, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Marcio dos Santos e de Maria Aparecida Rodrigues dos Santos.

O pretendente: **GIOVANNIE CLARENS WILIO AYIHOUNKPE DAKO**, beninense, solteiro, nascido aos 18/06/1994, chapista pleno, natural de Benim, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Francois D'Assise Ayihounkpe Dako e de Andrea Bachihoumba; A pretendente: **GABRIELA DE SOUZA**, brasileira, solteira, nascida aos 12/09/1989, psicóloga, natural de Lins - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Cristiane de Souza.

O pretendente: **FERNANDO ANJOS DO NASCIMENTO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 23/10/1990, consultor, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Gildasio Rocha do Nascimento e de Gilvanete Anjos dos Santos Nascimento; A pretendente: **ALINE CAETANO DOS SANTOS**, brasileira, solteira, nascida aos 26/06/1993, do lar, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Roberto Lima Moreira dos Santos e de Simone Aparecida Caetano.

O pretendente: **MIQUEIAS FERREIRA DA SILVA**, brasileiro, divorciado, nascido aos 18/03/1982, operador de estacionamento, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Eriberto Ferreira da Silva e de Tereza de Jesus Gonçalves da Silva; A pretendente: **CRISTIANE ALVES DE JESUS**, brasileira, divorciada, nascida aos 27/04/1989, do lar, natural de Itapetinga - BA, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Osvaldo Laurencço de Jesus e de Marinalva Alves Lessa Laurencço.

O pretendente: **THIAGO BENIGNO DE MELO**, brasileiro, divorciado, nascido aos 10/12/1990, vendedor, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Valdir Mendonça de Melo e de Irene Alves Benigno de Melo; A pretendente: **ANA PAULA ALVES DE OLIVEIRA**, brasileira, solteira, nascida aos 15/11/1980, supervisora comercial, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Luiz Tavares de Oliveira e de Maria Alves de Oliveira.

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

# Conheça cinco setores em que a tecnologia é aliada da experiência do cliente

Com 70% das companhias priorizando CX, segundo a Zendesk, IA, chatbots e outras tecnologias transformam os relacionamentos entre empresas e consumidores

A experiência do cliente é um grande diferencial para garantir a aquisição e a retenção de consumidores. Uma pesquisa da Zoominfo com a Zendesk, por exemplo, mostra que 72% das companhias têm como prioridade melhorar a CX, enquanto 80% dos líderes irão aumentar o orçamento em soluções para melhorar o atendimento. Nesse cenário, a tecnologia é uma grande aliada, oferecendo inovação em diversas esferas, como varejo, financeiro e outros.

Por isso, para ajudar as empresas a melhorarem seus processos, conheça 5 setores em que a inovação é essencial para melhorar a relação com o cliente.

## Recuperação de crédito

O número de pessoas negativas no Brasil é grande. Nesse cenário, diante da demanda crescente, instituições financeiras precisam buscar soluções cada vez mais sofisticadas para recuperar e fidelizar seus clientes. É nesse cenário que a Quod, datatech que transforma dados em inteligência, investe em tornar o processo de recuperação de crédito cada vez mais automatizado e personalizado, com um uso intensivo de inteligência artificial e análises preditivas que permitem uma cobrança mais empática e alinhada com o momento de vida do devedor. Um exemplo é o "Collection Score [Score de cobrança]", que realiza análise aprofundada a partir de algoritmos inteligentes para maximizar os resultados de recuperação de crédito.



## Integração logística:

O custo logístico no Brasil representa entre 12,7% e 13% do Produto Interno Bruto (PIB) do país. Nessa linha, a nstech, líder em software para supply chain na América Latina e pioneira em open logistics, investe em integração logística e foco do cliente para impulsionar os negócios de seus clientes e reduzir os custos logísticos operacionais. Com o objetivo de estreitar ainda mais o relacionamento com seus clientes e fornecer soluções mais precisas e ágeis, a empresa oferece um ponto focal único para os clientes, dedicado a um atendimento personalizado, próximo e com objetivo no sucesso do cliente. Por meio de maior integração, agilidade e promoção da colaboração entre o ecossistema logístico, a nstech suportará os benefícios do "network effect" entre embarcadores, transportadores, motoristas e seguradoras e corretoras.

## Segurança digital e prevenção a fraudes:

Para as empresas, a prevenção de fraudes vai além de apenas proteger suas operações contra essas ameaças: trata-se de garantir uma

experiência do cliente (CX) sem prejuízos. De acordo com Thiago Bertacchini, especialista da Nethone, solução de prevenção de fraudes digitais, "as empresas precisam adotar uma abordagem holística para mitigar esses riscos, monitorando tudo, desde a criação da conta até a conclusão da transação. Implementar controles como análise comportamental – por exemplo, comparar a localização do dispositivo com o endereço registrado – ajuda a prevenir fraudes antes mesmo que elas ocorram".

A prevenção eficaz acontece nos bastidores e é quase imperceptível para o usuário final. Soluções que monitoram continuamente os padrões de comportamento sem interromper a jornada do cliente criam um ambiente seguro e sem fricções.

## Conformidade empresarial e integração de processos:

A tecnologia tem desempenhado um papel cada vez mais estratégico na construção de experiências positivas para o cliente, especialmente em setores que exigem alto nível de conformidade, agilidade e integração de

processos. A SoftExpert, multinacional especializada em software para conformidade e governança, é um exemplo de como soluções inovadoras podem impulsionar esse movimento. Com sua SE Suite, um conjunto integrado de componentes modulares, a empresa oferece uma plataforma flexível que evolui conforme as demandas do negócio crescem. Essa abordagem garante que as aplicações se conectem de forma fluida, como peças de um quebra-cabeça, promovendo uma gestão empresarial eficiente, com foco na excelência operacional e na entrega de valor ao cliente em cada ponto de contato.

## Autenticação de identidade do cliente

A autenticação de identidade com IA é crucial para garantir a segurança dos dados dos clientes, ao mesmo tempo em que proporciona um atendimento ágil e eficiente, proporcionando uma boa jornada do cliente. Com o aumento das ameaças cibernéticas, as empresas estão adotando novas tecnologias que validam a identidade de forma rápida e sem intrusão. Entre essas inovações, destaca-se o MindsID, uma solução desenvolvida pela Minds Digital, primeira Voice-ID Tech do Brasil, que utiliza biometria de voz e análise comportamental para autenticação em diversos setores e canais de atendimento por voz. Combinando IA, biometria de voz e análise de dados comportamentais, o MindsID pode reduzir em até 30% o tempo médio de atendimento, trazendo eficiência e menos fricção na experiência do cliente.

# O crédito vai mudar — mas o mercado ainda não fala a mesma língua

Fábio Magalhães (\*)

*Durante décadas, o acesso ao crédito no Brasil foi moldado por burocracia, opacidade e custos altos. Isso não era acidental — era estrutural*

Mas agora o jogo está mudando. A obrigatoriedade das duplicatas escriturais abre um novo capítulo: um modelo digital, rastreável e mais confiável para concessão de crédito. Só que essa transformação, embora inevitável, está longe de ser simples. E o maior problema não é técnico — é de alinhamento entre os atores do ecossistema. O crédito sempre foi um jogo de múltiplas pontas. E agora, mais do que nunca, bancos, empresas e escrituradoras precisarão operar sob um novo tipo de sincronização. O desafio? Cada um tem dores diferentes, e nem todos estão na mesma página.

Do lado das instituições financeiras, há uma oportunidade clara: operar com mais segurança, menos assimetria de informação e maior rastreabilidade. Segundo o Banco Central, espera-se que a digitalização das duplicatas reduza em até 20% o custo do crédito para empresas de médio porte, graças à maior transparência e redução de fraudes. Só que essa clareza vem com novas responsabilidades. Modelos tradicionais de análise de risco precisarão ser adaptados à realidade dos dados em tempo real.

mediação e mais agilidade. Estudo recente da ANBC (Associação Nacional dos Bureaus de Crédito) mostra que até 60% das PMEs brasileiras ainda dependem de processos manuais em sua gestão financeira, o que dificulta a adesão às duplicatas escriturais. A realidade, porém, é que isso exige um nível de estrutura interna que muitas ainda não têm. Sem automação contábil, integração de sistemas e rastreabilidade documental, a escrituração vira mais um obstáculo do que uma solução. O risco é óbvio: criar um novo tipo de exclusão financeira, não baseada em restrição de crédito, mas em falta de capacidade tecnológica.

E no centro dessa engrenagem estão as escrituradoras — agentes que antes operavam nos bastidores e agora se tornam protagonistas. Elas serão responsáveis por garantir que a duplicata digital cumpra seu papel: dar lastro, visibilidade e segurança jurídica à transação. Só que isso exige mais do que uma base de dados robusta. Exige interoperabilidade, disponibilidade em tempo real, padronização e capacidade de lidar com múltiplos credores e devedores simultaneamente. Hoje, já existem 10 escrituradoras autorizadas a operar no Brasil segundo a B3, com diferentes níveis de maturidade tecnológica e padronização, o que ainda gera fricções na operação do sistema.

Processos de validação, integração com plataformas de escrituração e auditoria automatizada deixarão de ser diferenciais e passarão a ser requisitos. Como apontado pela Serasa Experian, cerca de 40% das empresas ainda não possuem sistemas preparados para integração em tempo real com plataformas de registro — um desafio técnico e estratégico. Em um cenário onde o fluxo digital se torna a nova base de confiança, operar com fricção será imperdoável.

Para as empresas, especialmente as pequenas e médias, o novo cenário representa acesso mais justo — mas não necessariamente mais fácil. A promessa é de crédito mais barato e acessível, com menos inter-

A digitalização das duplicatas é um avanço incontestável. Ela tem o potencial de reduzir o custo do crédito, aumentar a eficiência do sistema e gerar mais dinamismo para a economia real. De acordo com estimativas da CVM, o impacto na economia pode ultrapassar R\$ 100 bilhões ao ano em ganhos de eficiência e acesso a capital. Mas, como toda mudança estrutural, também escancara desigualdades. A questão agora não é se a transformação será positiva. Ela será. A pergunta que importa é: quem está realmente preparado para operar esse novo modelo — e quem ficará travado entre a promessa do novo e o peso do velho?

(\*) Fundador e sócio da Ideem/Revvo.

Wise Plásticos S.A. CNPJ nº 04.053.268/0001-42											
Demonstrações Financeiras para os exercícios encerrados em 31 de Dezembro de 2023 e 31 de Dezembro de 2024 - (Em milhares de reais (R\$), exceto quando indicado de outra forma)											
Balancos patrimoniais	Notas	2024		2023		Balancos patrimoniais	Notas	2024		2023	
		2024	2023	2024	2023			2024	2023		
Ativo circulante		97.643	89.436	70.851	3.393	Passivo circulante		30.173	24.977	34.282	11.549
Caixa e equivalentes de caixa	4	18.221	22.998	30.416	33.416	Fornecedores	11	12.762	10.011	11.549	16.575
Contas a receber	5	27.558	28.251	33.416	33.416	Empréstimos e financiamentos	12	358	4.345	4.345	16.575
Estoques	6	36.247	30.616	29.949	3.117	Arrendamentos a pagar	9.a	4.783	3.236	2.081	2.081
Tributos a recuperar	8	2.315	2.684	3.117	3.117	Obrigações sociais e trabalhistas	13	4.076	2.852	2.081	2.081
Partes relacionadas	7	8.891	2.081	-	-	Tributos a recolher	14	1.514	1.948	3.415	3.415
Outros créditos	-	4.411	1.036	986	1.036	Partes relacionadas	7	5.984	1.306	-	-
Ativo não circulante		108.346	98.919	57.196	-	Outras obrigações	-	696	849	662	662
Imposto de renda e contribuição social diferidos	15	26.084	29.919	8.224	8.224	Passivo não circulante		22.476	10.349	13.504	13.504
Outros créditos	-	106	2.049	780	780	Empréstimos e financiamentos	12	-	476	13.454	13.454
Imobilizado	9	55.820	54.037	47.877	47.877	Arrendamentos a pagar	9.a	22.459	9.856	17	50
Direito de uso	9.a	25.152	12.524	-	-	Provisões para contingências	16	17	17	50	50
Intangível	10	384	390	335	335	Patrimônio líquido		153.340	152.029	80.271	80.271
Prejuízos acumulados	-	-	-	-	-	Capital social	17	206.800	206.800	154.705	154.705
Total do ativo		205.989	187.355	128.057	-	Prejuízos acumulados	-	(53.460)	(54.771)	(74.434)	(74.434)
						Total do patrimônio líquido e passivo		205.989	187.355	128.057	-
Demonstrações das mutações do patrimônio líquido											
Reserva de lucros											
Capital social	Reservas de capital e ações em tesouraria	Reserva legal	Reserva de lucros	Prejuízos acumulados	Patrimônio líquido						
Saldos em 31 de dezembro 2022	154.705	-	1.486	2.069	(77.989)	80.271					
Aumento de capital	52.008	-	-	-	52.095	52.095					
Lucro líquido do exercício	-	-	-	-	19.663	19.663					
Transferências	-	-	(1.486)	(2.069)	3.555	-					
Saldos em 31 de dezembro 2023	206.800	-	-	-	(54.771)	152.029					
Lucro líquido do exercício	-	-	-	-	1.311	1.311					
Saldos em 31 de dezembro 2024	206.800	-	-	-	(53.460)	153.340					
Demonstrações dos resultados abrangentes											
Resultado	2024	2023									
Receita operacional líquida	18	196.514	138.441								
Custo dos produtos vendidos	19	(163.862)	(115.691)								
Lucro bruto		32.652	22.750								
Receitas (despesas) operacionais											
Com vendas e distribuição	19	(9.955)	(8.235)								
Redução ao valor recuperável de contas a receber	19	238	(79)								
Administrativas e gerais	19	(15.542)	(11.331)								
Outras receitas (despesas)	19	399	(2.073)								
Lucro antes do resultado financeiro e dos impostos		7.792	1.032								
Resultado financeiro	20	332	(2.778)								
Lucro (prejuízo) antes do imposto de renda e contribuição social		8.124	(1.746)								
Imposto de renda e contribuição social - correntes e diferidos	15	(6.813)	21.408								
Lucro líquido do exercício		1.311	19.663								

As Notas Explicativas das Demonstrações Financeiras se encontram no endereço do balanço do site: www.wise.eco.br/

## EAÍ CLUBE AUTOMOBILISTA S.A.

CNPJ nº 34.656.383/0001-72 - NIRE nº 3530054106-5

Ata de Assembleia Geral Extraordinária

Data, Hora e Local: 25 de fevereiro de 2025, às 10 horas, na sede social da EAÍ Clube Automobilista S.A. ("Companhia"). **Presença:** acionistas representando a totalidade do capital social. **Mesa:** Roberto Rubio Potzmann - Presidente, Tatiana Cirqueira Feitosa - Secretária. **Ordem do Dia e Deliberações:** 1. Autorizada a lavratura da ata em forma de sumário; 2. Aprovado o aumento do capital social no montante de R\$ 40.000.000,00 passando o capital social para R\$ 521.000.100,00 mediante a emissão de 40.000.000 de ações ordinárias ao preço de emissão de R\$ 1,00 cada inscritas pela Ipiranga Produtos de Petróleo S.A. conforme Boletim de Subscrição - Anexo I. 2.1. A Ultrapar Participações S.A. renuncia ao seu direito de preferência. 3. Aprovada a alteração do Artigo 5º descrito na íntegra desta ata. 4. Renúncia da Sra. Lilian Rose Goldstein Ferraz desde 01/03/2025 ao cargo de Diretora. 5. Ratificada a atual Diretoria com mandato até a AGO de 2026: Diretor Presidente: Roberto Rubio Potzmann; e Diretora: Tatiana Cirqueira Feitosa, ambos devidamente qualificados nesta ata. 6. Aprovada a consolidação do Estatuto Social conforme Anexo II. Nada mais havendo a tratar, foram encerrados os trabalhos e lavrada a presente ata que, lida e aprovada, foi assinada pelos presentes. **Acionistas:** Ipiranga Produtos de Petróleo S.A., e Ultrapar Participações S.A. **Roberto Rubio Potzmann** - Presidente e Presidente da Mesa; e **Tatiana Cirqueira Feitosa** - Diretora e Secretária da Mesa. A íntegra da ata está publicada no endereço eletrônico deste jornal nesta data. Registro JUCESP nº 139.097/25-9, em 25.04.2025. Aloizio E. Soares Junior - Secretário Geral em Exercício.



**ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE DESPORTOS**  
**Edital de Convocação Ordinária**  
**Councilo Deliberativo**

Nos termos do Estatuto Social da Associação Portuguesa de Desportos, do regimento interno aplicável ficam os senhores membros do Conselho Deliberativo, convocados para a Reunião Extraordinária e Ordinária a ser realizada no Salão Nobre do clube, localizado à Rua Comendador Nestor Pereira número 33, Canindé, no dia 28 de maio de 2025, com início às 19:00h, em primeira convocação, com a maioria dos seus membros, ou, em segunda chamada, meia hora depois, com a presença mínima de 50 (cinquenta) conselheiros. Será observada a seguinte **Ordem do Dia:** 1. Leitura, discussão e a apreciação da ata da reunião de 24/02/2025; 2. Expediente; 3. Apresentação e deliberação sobre o relatório final da análise do balanço 2024; 4. Revisão da peça Orçamentária da Associação para o exercício 2025; 5. Tomar conhecimento da vida administrativa da Associação.

Atenção: Será autorizada exclusivamente a entrada de conselheiros com mandato em vigor. Nos termos estatutários, as ausências dos conselheiros deverão ser **OBRIGATORIAMENTE** justificadas por escrito, inclusive por e-mail para conselho@portuguesa.com.br

**Cordialmente;**  
**Artur Monteiro Vieira** - Presidente do Conselho Deliberativo  
**Carlos Eduardo Pinto Ramos** - Vice Presidente do Conselho Deliberativo  
**Rodrigo Mendes Barreto Neto** - 1º Secretário Conselho Deliberativo  
**Luis Filipe Simeira Rente** - 2º Secretário Conselho Deliberativo



# Startup capta R\$ 1,2M para atrair talentos do ensino médio

Plataforma de estágio Mileto atrai e prepara estudantes do Ensino Médio integrado ao Técnico (M-Tec) em hard e soft skills; meta é empregar 100 mil jovens até 2029

Diante da crescente atenção ao Ensino Médio Integrado ao Técnico (M-Tec) por parte do Governo e do setor privado — e inspirados em modelos educacionais internacionais — os sócios Giuliano Amaral, Priscilla Fraga e Victor Bolonha enxergaram nesse nicho a oportunidade de criar uma solução estrutural para aproximar educação e mercado. A Mileto nasce como uma plataforma de estágios que acaba de captar R\$ 1,2 milhão para transformar o início da jornada profissional dos jovens e gerar mais e melhores oportunidades de carreira. A meta é direcionar 100 mil para o mercado até 2029.

A HR Tech opera em modelo B2B, voltado a empresas que querem investir na Geração Z, mas encontram dificuldades para identificar talentos. A Mileto combina uma comunidade voltada ao desenvolvimento de habilidades com um programa completo de recrutamento e seleção, conectando empresas a estudantes de M-Tec — de cursos técnicos como administração, desenvolvimento de sistemas, gastronomia, entre outros — jovens na fase mais inicial da carreira, com vontade de crescer e abertos para a cultura corporativa.

Além do conteúdo aprendido no M-Tec, os estagiários que participam da comunidade de talentos da Mileto têm acesso a formações de competências técnicas voltadas à inovação e socioemocionais — como análise de dados, inteligência artificial, comunicação e resolução de problemas — tudo isso antes de concorrerem às vagas.



Após a contratação, a Mileto mantém o acompanhamento com mentoria e trilhas de aprendizado contínuo ao longo do estágio, acelerando a adaptação e evolução do desempenho.

“O M-Tec é uma fonte potente de talentos. Os jovens chegam ao mercado com uma base prática diferenciada e, mesmo entre 16 e 18 anos, demonstram perfil na massa e muito comprometido com o próprio desenvolvimento”, afirma Giuliano Amaral, CEO da Mileto. A startup quer se consolidar como referência na conexão entre empresas, estudantes e escolas de M-Tec.

A solução já está sendo utilizada por diversas empresas, como Medway, Água na Caixa, Villa Bisutti e Modern Mamma Osteria. Dentre os resultados já mapeados, alcançou 100% de satisfação dos jovens com o programa, além de 90% das empresas terem aberto mais vagas após os primeiros 3 meses da primeira contratação — sinalizando a validação do potencial da solução.

## Um novo olhar sobre a Geração Z

Segundo a OCDE, o Ensino Médio deve “capacitar os

estudantes com habilidades relevantes, especializadas e transversais, além da consciência de seus pontos fortes e talentos, permitindo que agreguem valor à sociedade” e “desenvolver consciência do mundo além da escola, criando caminhos para carreiras gratificantes e recompensadoras”. Nos países da organização, mais de 40% dos estudantes de ensino médio optam pela formação técnica integrada, e 45% destes têm vivência prática em empresas, como estágios. No Brasil, apenas 12% dos estudantes do ensino médio no país estão matriculados em cursos técnicos integrados. “Ainda estamos presos em um vestibular 100% acadêmico e uma crença cultural ultrapassada de que todo o sucesso se resume a um diploma universitário. Mesmo nesse cenário, os jovens com vivência prática obtêm melhor base para a escolha do curso e bom aproveitamento da universidade”, afirma Giuliano.

Diante da necessidade de aproximar educação e mercado, o poder público tem ampliado seus esforços para impulsionar o Ensino Médio Técnico no Brasil. Iniciativas como o Partiu

IF, o BEEM (Bolsa de Estágio de Ensino Médio) e o Juros por Educação buscam incentivar tanto a ampliação da oferta de vagas pelas redes de ensino quanto a contratação de jovens por parte das empresas. A meta é ambiciosa: alcançar mais de 3 milhões de matrículas no M-Tec até 2030. Neste sentido, Giuliano reforça: “o melhor caminho formativo é o M-Tec seguido do Ensino Superior, pois eles se complementam. Já existem diversas histórias de sucesso, como a de Tânia Cosentino, presidente da Microsoft no Brasil, mas há espaço para muito mais.”

Segundo estudo do Itaú Educação e Trabalho, triplicar o número de vagas no Ensino Médio Técnico no Brasil teria impacto no PIB equivalente ao da reforma tributária — um crescimento estimado de 2,32%. “A ponte que estamos construindo é um enorme ganha-ganha: ganha o jovem, pelo maior engajamento e prazer no aprendizado, e pelo início de carreira de qualidade; ganha a empresa, que consegue investir melhor na atração e desenvolvimento de talentos; e ganha a sociedade, pelo benefício para a economia como um todo”, finaliza Giuliano.

A rodada de investimento da Mileto contou com investidores-anjo que são referências nos setores de educação, tecnologia e RH, como Mario Ghio (Presidente da ABRASPE e do Instituto Alfa e Beto, e Conselheiro e ex-CEO da Somos Educação), Anderson Morais (Co-Founder e CEO da Agenda Edu) e Simmon Nam (CRO da Musa, ex-Rapipi e QuintoAndar).

## A ruptura tecnológica que pode redefinir o futuro do Google

Helôisa Paiva (\*)

O Google, por décadas, é encarado como sinônimo de busca na internet e um dos pilares da tecnologia global

Mas o cenário atual está se transformando rapidamente, colocando o seu domínio à prova. Tecnologias emergentes, como a inteligência artificial (IA) generativa, Web3 e computação de borda (edge computing), estão moldando uma nova era digital que pode impactar profundamente a forma como buscamos e consumimos informações.

A IA generativa, como o ChatGPT e o Gemini, está transformando a busca ao permitir respostas diretas e contextuais, reduzindo a necessidade de cliques em links. Isso pode representar uma mudança significativa para o Google, que tem sua principal fonte de receita ancorada na publicidade baseada em pesquisas. Além disso, a personalização e automação oferecidas por essas ferramentas estão se integrando diretamente ao fluxo de trabalho de milhões de profissionais, criando um novo paradigma para a descoberta de informações.

Enquanto se tenta aprofundar os estudos e adotar formas de IA consumir bem menos energia — já

que ela colabora para um aumento da pegada de carbono da humanidade — a descentralização promovida pelo Web3 e tecnologias baseadas em blockchain estão desafiando a centralização que sempre favoreceu grandes plataformas. Essa transformação traz implícitos novos modelos de monetização, controle de dados e governança, permitindo que criadores e comunidades tenham mais autonomia e participação econômica.

Além disso, as crescentes pressões regulatórias, como as do GDPR na Europa e até mesmo a LGPD no Brasil, estão forçando mudanças na forma como dados pessoais são coletados e utilizados. Esse movimento, aliado à mudança no comportamento dos usuários — que estão migrando para buscas visuais, por voz e redes sociais para acessar conteúdos — coloca em risco o modelo tradicional de buscas.

Para o Google, o desafio será se reinventar sem perder o controle de suas principais fontes de receita, enquanto busca se adaptar a um mundo digital mais dinâmico, descentralizado e centrado no usuário. O sucesso nesta transição determinará seu papel no futuro da tecnologia.

(\*) Jornalista, escritora e diretora da agência de comunicação Press Página



TEL: 3043-4171

## Vazamento de dados na XP reacende alerta sobre como o seguro cyber pode proteger as empresas

Rodrigo Pedroni, CEO da Innoa Seguros, explica como essa apólice pode diminuir os riscos financeiros, reputacionais e legais em casos de vazamento.

O recente vazamento de dados de clientes da XP Investimentos, que atingiu mais de 100 mil pessoas, acendeu um alerta importante sobre a fragilidade das informações pessoais e financeiras no ambiente digital. Os dados expostos incluem nome completo, e-mail, telefone e número de conta — informações altamente visadas por golpistas em práticas de engenharia social. Diante desse cenário, a Innoa Seguros reforça a importância do seguro cyber como ferramenta importante de proteção para empresas e também para investidores expostos a riscos cada vez mais complexos no ambiente digital.

“O que ocorreu com a XP evidencia que nenhuma empresa está imune a incidentes cibernéticos, por mais avançada que seja sua estrutura tecnológica. Por

isso, é fundamental que organizações de todos os portes contem com um seguro cyber, que garante não apenas apoio financeiro em caso de incidentes, mas também uma estrutura de resposta rápida com especialistas em segurança, gestão de crise e comunicação”, afirma Rodrigo Pedroni, CEO da Innoa Seguros.

O mercado de seguro Cyber no Brasil tem apresentado uma evolução significativa nos últimos anos, tanto em volume de prêmios quanto na melhoria da sinistralidade. Em 2022, o setor arrecadou R\$181,2 milhões em prêmios, com uma taxa de sinistralidade de 44%, refletindo um cenário ainda desafiador quanto aos riscos cibernéticos enfrentados pelas empresas. No entanto, os anos seguintes mostraram uma tendência clara de amadurecimento do mercado e aprimoramento dos mecanismos de prevenção e gestão de riscos.

Em 2023, o volume de prêmios cresceu para R\$205,6 milhões,

enquanto a sinistralidade caiu drasticamente para 10%. Essa tendência positiva se manteve em 2024, com arrecadação de R\$237,5 milhões e uma sinistralidade ainda menor, de apenas 5%. “Esses dados demonstram não só o aumento da confiança das empresas nesse tipo de proteção, mas também a efetividade das estratégias adotadas pelas seguradoras para mitigar perdas, tornando o seguro Cyber cada vez mais sustentável e atrativo no cenário nacional”, explica Rodrigo.

Além de possíveis prejuízos diretos, como o uso indevido das informações para fraudes e extorsões, um vazamento como esse pode gerar impactos reputacionais profundos e custos com processos judiciais, indenizações e multas regulatórias. O diretor também destaca que a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) impõe obrigações claras às empresas no tratamento e segurança de dados pessoais, e o não cumprimento pode gerar

penalidades severas. “Um seguro cyber bem estruturado cobre desde o atendimento jurídico até as notificações exigidas pela ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados), ajudando a empresa a agir com agilidade e transparência, reduzindo danos à imagem e mantendo a confiança de clientes e parceiros”, completa.

O seguro cyber não se limita a grandes corporações do setor financeiro. Pequenas e médias empresas — inclusive startups, e-commerce e prestadoras de serviço — também estão cada vez mais vulneráveis a ataques e devem considerar esse tipo de apólice como parte da sua estratégia de gestão de risco.

O Cyberthreat Defense Report 2025 aponta uma leve redução nos ataques cibernéticos bem-sucedidos — de 86,2% em 2021 para 81,6% em 2025 — sinalizando uma possível estabilização global. “O avanço na adoção de IA, estratégias de zero trust e segu-

rança em nuvem tem fortalecido as defesas digitais, enquanto o pagamento de resgates em casos de ransomware caiu significativamente, embora os valores exigidos tenham aumentado. Ainda assim, os riscos permanecem altos: a maioria das empresas sofreu múltiplos ataques, com destaque para vulnerabilidades em dispositivos móveis, aplicações web e ambientes multicloud”, finaliza o CEO.

Apesar do aumento dos investimentos em cibersegurança, a falta de profissionais qualificados e a baixa conscientização dos colaboradores continuam sendo barreiras críticas. Essa combinação de exposição contínua, complexidade tecnológica e falhas humanas reforça a importância de um seguro Cyber. Ele atua como uma proteção estratégica complementar, cobrindo perdas operacionais, falhas técnicas e danos causados por ataques — especialmente em um cenário onde prevenir já não basta.

# Estratégias para retenção de clientes em um cenário de preços altos

De acordo com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), o IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo) acumula alta de 5,48% em 12 meses. No ano, até abril, o avanço é de 2,48%

Fernando Gibotti (\*)

Com a inflação elevada, o poder aquisitivo do público diminui, os gastos com jogos digitais aumentaram (R\$ 30 bi por mês, segundo o BC) e a sensibilidade ao preço aumenta, forçando as empresas a repensarem as estratégias de retenção de clientes. E os consumidores cada vez mais mudam o comportamento para se adaptar ao aumento de custos de diversos produtos e serviços.

Nesse cenário, o varejo enfrenta uma grande pressão para manter a base de consumidores fiel, mesmo diante da concorrência física e online crescente e das dificuldades econômicas. As marcas precisam estabelecer um novo tipo de relação com o shopper, já que este busca mais praticidade, preços justos e experiências personalizadas no contexto atual.

É necessário inovar para criar relacionamentos de longo prazo com os clientes. Explorar o universo tecnológico é a única forma de garantir competitividade diante dos desafios contemporâneos, especialmente no Brasil.

## Monetização de dados

Para atingir um consumidor cada vez mais exigente e que possui uma gama de opções à frente, é preciso entender as suas preferências e interesses. É aqui que a ciência de consumo, apoiada por tecnologia e inteligência de dados entra como grande aliada das empresas, visto



Minghoshutterstock Images CANVA

que tem o potencial de transformar essas informações em estratégias rentáveis.

O CRM (sigla em inglês para “Gestão de Relacionamento com o Cliente”) é uma grande prova disso. Essa ferramenta permite que as empresas colem, organizem e analisem dados sobre hábitos de consumo e histórico de compras, tanto de clientes atuais quanto potenciais. Isso possibilita a criação de experiências mais personalizadas para cada shopper, garantindo que este receba ofertas e comunicações alinhadas às suas necessidades.

Os programas de relacionamento são bons exemplos de ações derivadas do uso do CRM. O varejista pode implementá-los pensando em uma estrutura que atinja consumidores com um menor poder aquisitivo, que priorizam preços menores - como acontece com frequência em épocas de pico de inflação. Seja por meio de descontos, prêmios ou outras vantagens, é pos-

sível manter essa pessoa satisfeita, o que tende a promover a sua fidelização.

## Físico e digital integrados

A transformação dos ambientes físicos das marcas também se tornou relevante, principalmente no que se refere à interação com o digital. Uma experiência significativa para os clientes modernos implica totalmente na integração dessas duas esferas.

Nesse sentido, podemos ver muitos varejistas entendendo essa dinâmica quando apostam em estratégias de retail media e parcerias comerciais. Com isso, podem criar espaços publicitários em plataformas online, permitindo que marcas invistam em anúncios diretamente para consumidores qualificados.

Ou ainda podemos pensar nas gôndolas estendidas, que surgem como uma solução inteligente para que o varejo amplie a oferta sem precisar investir em mais espaço físico ou estoque. Nesse modelo, o cliente acessa um catálogo digital

dentro da própria loja ou via canais online, podendo comprar produtos que não estão fisicamente disponíveis na unidade, mas que serão entregues diretamente por centros de distribuição ou pela indústria. Ou seja, as vendas são maximizadas ao entregar ao consumidor o produto desejado e os custos operacionais tradicionais ainda são cortados.

## Outras vantagens de estratégias de fidelização

Mais do que o aumento do faturamento em si, buscar ações para reter clientes traz outras vantagens, que podem fazer uma grande diferença em períodos econômicos complicados. A redução de gastos é uma das principais, uma vez que manter uma base de consumidores antigos tem um custo menor do que atrair novos.

Outro benefício é que clientes fidelizados tendem a divulgar espontaneamente a loja por conta da experiência positiva. Ou seja, a imagem e a percepção do público sobre a empresa é desenvolvida organicamente, mostrando que ali é um ambiente de consumo saudável mesmo em épocas desafiadoras.

Uma vantagem leva a outra. Acompanhar as mudanças do mercado e dos consumidores por meio da inovação não é só uma questão de sobrevivência, mas de manter o negócio relevante olhando para o seu próprio potencial.

(\*) VP de Varejo e Indústria da Rock Encantech.

# Telemedicina e a necessidade de comunicação eficiente

Leandro Motta (\*)

*A comunicação sempre foi um dos pilares da saúde. Seja para garantir o rápido atendimento a um paciente, para conectar especialistas em uma discussão clínica ou para coordenar procedimentos médicos, a eficiência na troca de informações pode fazer toda a diferença*

seguir normas como a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados), evitando vulnerabilidades e assegurando a privacidade. E a integração com outras tecnologias, como prontuários eletrônicos e assistentes virtuais, só potencializa os ganhos, tornando todo o processo de atendimento mais fluido e confiável.

## Tendências e o futuro da telefonia em nuvem no setor da Saúde

E o que vem por aí? O futuro promete acelerar ainda mais essa revolução. Com a chegada do 5G, as conexões ficaram mais rápidas e estáveis, garantindo uma melhor qualidade para as consultas remotas e ampliando o uso de dispositivos médicos conectados.

A Inteligência Artificial também terá um papel importante, ajudando no atendimento automatizado e na triagem de pacientes. Além disso, a segurança digital continuará sendo um dos principais desafios, exigindo investimentos constantes para manter os dados protegidos.

A telemedicina vai seguir crescendo, especialmente em áreas remotas, e isso exige uma infraestrutura de comunicação confiável e escalável. A integração entre telefonia em nuvem e outras soluções tecnológicas será cada vez mais necessária para criar uma experiência conectada e eficiente para médicos e pacientes. Além disso, a comunicação em nuvem permite incorporar outros canais essenciais, como o WhatsApp — especialmente útil em zonas mais isoladas, onde a cobertura de dados pode ser limitada e o aplicativo já faz parte do cotidiano da população.

A verdade é que a telefonia na saúde deixou de ser apenas um meio de comunicação. Hoje, ela é um pilar essencial para a modernização do setor. A tecnologia não só facilita a rotina dos profissionais de saúde, como também melhora o atendimento e a experiência dos pacientes. E com cada vez mais soluções inovadoras sendo adotadas, estamos caminhando para um futuro mais eficiente, seguro e acessível para todos.

(\*) COO do Grupo C&M, formado pelas empresas C&M, Vocom e Apago Coffee.

Com a evolução da telefonia e a ascensão da telemedicina, esse cenário vem passando por uma transformação significativa, trazendo novos desafios e oportunidades.

A telefonia tradicional, baseada em linhas fixas e centrais físicas, deu lugar a sistemas digitais que oferecem maior flexibilidade e integração com outras tecnologias. Hoje, a telefonia em nuvem possibilita um atendimento mais ágil e eficaz, permitindo a comunicação entre profissionais de saúde, pacientes e gestores em qualquer lugar.

Segundo o estudo TIC Saúde 2024, 63% dos estabelecimentos de saúde no Brasil já utilizam serviços em nuvem, como armazenamento de arquivos, banco de dados e processamento de informações. Hospitais e laboratórios lideram essa adoção, com taxas de 72% e 71%, respectivamente. E esse avanço não se dá apenas pelo aspecto tecnológico, mas também pela necessidade crescente de integração entre sistemas e pela busca por uma experiência de atendimento mais ágil e eficaz.

E os benefícios são muitos! Para começar, a telefonia em nuvem reduz custos, já que elimina a necessidade de grandes estruturas físicas e permite que hospitais e clínicas paguem apenas pelo que realmente usam. Além disso, a comunicação em nuvem possibilitou o advento da telemedicina com vídeo chamadas e mobilidade. Hoje, profissionais podem acessar sistemas de qualquer lugar, tornando as consultas remotas mais acessíveis e rápidas.

Outro ponto fundamental é a segurança. Com tantos dados sensíveis circulando, garantir a proteção das informações dos pacientes é prioridade. Soluções de telefonia em nuvem precisam

# Reforma tributária institui o split payment e a não cumulatividade

Lucas Ribeiro, fundador e CEO da ROIT, considera que esses dois mecanismos colocam o Brasil em uma nova era. Mas, para isso, as corporações precisam desde já entender e se preparar para os novos mecanismos.

Com a reforma tributária regulamentada neste ano e que começará a vigorar em 2026, o Brasil está prestes a entrar em uma nova era tributária. Um dos pilares dessa transformação é a sistemática do “split payment” — ou “pagamento fracionado”. Mas o que significa, na prática, dividir os pagamentos tributários diretamente na fonte, como prevê a legislação? E como isso se conecta à tão discutida não cumulatividade de tributos?

Para o tributarista Lucas Ribeiro, CEO da ROIT, empresa de tecnologia e consultoria que lidera o desenvolvimento de soluções para a Reforma Tributária, o momento exige que se desvende e se entenda o “split payment”. “Afinal, é um modelo que pode revolucionar as finanças empresariais”, considera.

## Split payment: a revolução na arrecadação tributária

O “split payment” é um mecanismo que promete trazer mais segurança e eficiência para o sistema tributário brasileiro. Nele, o tributo devido é segregado no momento do pagamento e destinado diretamente ao fisco, reduzindo os riscos de inadimplência e evasão fiscal. “O ‘split payment’ elimina

a sonegação fiscal, mas exige maior disponibilidade de capital de giro das empresas”, explica Ribeiro.

Esse modelo já é utilizado em alguns países da Europa, como a Itália e a Polônia, onde ajudou a combater a sonegação fiscal e aprimorar a arrecadação, ainda que funcione em parte das operações. No Brasil, sua adoção vem acompanhada de desafios tecnológicos e operacionais, mas promete mudar o jogo para empresas e administrações públicas.

## Não cumulatividade: o princípio que sustenta o IVA brasileiro

A não cumulatividade de tributos, proporcionada pela reforma tributária, é a garantia de que o imposto só incide sobre o valor agregado em cada etapa da cadeia produtiva. Com a criação, pela reforma, do Imposto sobre Valor Agregado (IVA) Dual (que integra dois tributos, a CBS, Contribuição sobre Bens e Serviços, e o IBS, Imposto sobre Bens e Serviços), as empresas poderão compensar os créditos gerados nas compras contra os débitos das vendas, evitando a incidência em cascata e atual cumulatividade.

O desafio está na aplicação prática desse princípio, avalia Ribeiro. “A não cumulatividade parece simples, mas sua operacionalização exige o básico: comprar tudo com nota fiscal e escriturar-las corretamente. Será essencial uma grande mudança de cultura, processos e sistemas.”, sublinha.

O tributarista lista alguns pontos que as empresas precisarão dominar para melhor aproveitar as conquistas da reforma tributária:

- **Automação de processos fiscais:** empresas que investirem em tecnologia para automatizar o fluxo completo de escrituração fiscal e pagamentos sairão na frente.
- **Gestão estratégica dos créditos:** saber calcular e utilizar créditos de forma eficiente será essencial para maximizar as margens de lucro.
- **Adequação contratual:** contratos com fornecedores e clientes precisam ser revistos para refletir as mudanças nas alíquotas e formas de pagamento.
- **Capacitação de equipes:** o entendimento do novo modelo tributário será um diferencial competitivo. Profissionais de contabilidade e finanças precisam se atualizar.

Com o “split payment” e a não cumulatividade, o Brasil caminha para um modelo tributário mais eficiente e alinhado às práticas internacionais. No entanto, a implementação será desafiadora e exigirá planejamento, dados confiáveis e tecnologia de ponta. “Quem dominar os números e entender as entrelinhas desse novo sistema terá uma vantagem competitiva inegável. E isso começa agora, em 2025, com as empresas se preparando antes que seja tarde demais”, destaca Ribeiro.





Creativa\_Images\_CANVA

CARGA HORÁRIA X PRODUTIVIDADE

### COMO O EQUILÍBRIO PODE MELHORAR RESULTADOS E A SEGURANÇA NO TRABALHO

Longas jornadas de trabalho costumam ser vistas como sinônimo de comprometimento e produtividade. Mas a lógica do "quanto mais, melhor" vem perdendo força diante de uma realidade que mostra o contrário: a partir de certo ponto, mais horas significam menos desempenho e mais riscos à saúde e à segurança dos profissionais.

Thiago Carvalho (\*)

Dados do IBGE mostram que, os brasileiros trabalharam, em média, 39,1 horas por semana no 2º trimestre de 2024. Os autônomos, por sua vez, totalizaram 45,3 horas nesse mesmo período. No entanto, apesar de uma jornada extensa, diversos outros países apresentaram níveis de produtividade abaixo da média mundial. Esse contexto é destacado no relatório Global Productivity Brief 2024, da The Conference Board, que aponta um descompasso entre horas trabalhadas e ganhos reais de produtividade em diversas economias.

Em 2024, o Brasil registrou 472.328 afastamentos por transtornos mentais, um aumento de 68% em relação ao ano anterior, segundo dados do Observatório de Segurança e Saúde no Trabalho, da Iniciativa SmartLab, coordenada pelo Ministério Público do Trabalho e pela OIT. Ansiedade, episódios depressivos e transtornos afetivos bipolares estão entre as causas mais comuns desses afastamentos.

Outro estudo chamado Um olhar minucioso para o bem-estar psicossocial nas empresas, da WTW, revela que 49% dos trabalhadores relataram níveis elevados de estresse, enquanto 43% apresentaram sintomas de ansiedade ou depressão. Por isso, a implementação de jornadas mais flexíveis, práticas de escuta ativa e treinamentos de empatia têm se mostrado essenciais para reverter esse quadro.



Thiago Carvalho

Dessa forma, a aceleração da produtividade se torna uma prioridade global. Empresas de todo o mundo, especialmente no Brasil, têm se deparado com uma nova realidade: o

rendimento não depende apenas da quantidade de horas trabalhadas, mas da qualidade do trabalho realizado. De acordo com o relatório The Productivity Imperative in 2025, da McKinsey, lançado em janeiro, aponta que, para sustentar o crescimento econômico, será necessário aumentar de 2% a 4% a eficiência mundial até o fim da década, o que exigirá a adoção de novas tecnologias, como inteligência artificial e automação inteligente.

“ Em 2024, o Brasil registrou 472.328 afastamentos por transtornos mentais, um aumento de 68% em relação ao ano anterior, segundo dados do Observatório de Segurança e Saúde no Trabalho, da Iniciativa SmartLab. Ansiedade, episódios depressivos e transtornos afetivos bipolares estão entre as causas mais comuns desses afastamento.

Mais do que rever jornadas, as empresas precisam repensar o que, de fato, impulsiona a performance. Em vez de insistir em modelos que priorizam o tempo de permanência, organizações que lideram a transformação estão adotando indicadores mais qualitativos, que valorizam entregas com impacto, inovação e sustentabilidade. Isso exige uma gestão orientada por dados, mas também sensível ao fator humano.

Vale lembrar que revisar o formato de trabalho é uma decisão estratégica que vai muito além da adaptação a novas necessidades de saúde e bem-estar. A mudança cultural e estrutural precisa ser encarada como uma oportunidade de posicionamento competitivo no mercado, proporcionando mais eficiência, menos custos com saúde e, sobretudo, mais satisfação entre os profissionais.

Nesse contexto de transformação, promover um equilíbrio saudável entre carga horária e desempenho vai além do cuidado com a saúde dos colaboradores, mas também para garantir a competitividade das empresas no longo prazo. Adotar essa visão não é apenas uma tendência, mas uma escolha estratégica para sustentar o crescimento com responsabilidade.

(\*) Diretor de Estratégia da Actionline.

