



A Outra Sala

Ana Luisa Winckler

Meritocracia de Grife — ou como a classe média com bolsa cara virou juíza de quem merece chegar lá

Dizem que o luxo é para poucos.

Errado. O luxo é para muitos — mas só simboliza pertencimento para alguns.

E quem banca esse teatro todo é a classe média alta aspiracional: aquela que **ganha entre R\$ 10 mil e R\$ 20 mil reais por mês**, já fez intercâmbio em Brighton, conhece pelo menos três rótulos de vinho e sustenta até **70% do faturamento do mercado global de luxo**, segundo o relatório *Luxury Goods Worldwide Market Study* da Bain & Company.

Ou seja: o luxo não é movido a helicópteros. Ele é movido a boleto.

E o que isso tem a ver com relações de trabalho? Tudo.

Essa mesma classe média que *ralou, venceu, subiu na vida* e agora ostenta o blazer certo no call com a diretoria é a que virou curadora do sucesso alheio.

São eles — e elas — que estão nos comitês de promoção, nos RHs estratégicos, nos cargos de gestão, nos podcasts sobre “liderança empática” dizendo coisas como: “aqui, todo mundo tem chance, basta se dedicar.”

Aham. Dedicção, né? E uma calça de alfaiataria com caimento europeu.

O problema não é o consumo. O problema é quando o consumo vira critério de valor humano.

Se você se veste bem, tem o tom certo de voz, uma boa postura, uma marca discreta e fala com segurança (mesmo que diga bobagem), você é lido como “pronto”.

Se você vem com uma mochila puída, sotaque de fora do eixo, cansaço visível ou roupas que não combinam com o dress code disfarçado da firma, você é lido como “em desenvolvimento”.

Mesmo que tenha três vezes mais repertório do que o tal gestor que nunca passou do PowerPoint.

E aí entra o ponto mais perverso de tudo isso: a base psicológica desse fenômeno é narcisicamente organizada.

O sujeito que consome luxo não está apenas comprando um item — ele está comprando uma confirmação simbólica de valor.

O luxo funciona como uma extensão do ego.

E quanto mais frágil a identidade, mais poderosa precisa ser a embalagem.

É o que o psicanalista Jacques Lacan chamaria de “*eu ideal performando para o olhar do Outro*”. É o que o capitalismo chama de branding pessoal. É o que o RH chama de “fit cultural”.

E o mais cruel: essa estética meritocrática não só define quem *parece* competente — ela exclui quem *nunca teve como parecer*.

Enquanto a empresa comemora o Dia da Diversidade com camiseta preta e logo colorido, quem tem cabelo crespo, pele preta, corpo gordo ou histórico fora do padrão segue aprendendo a se vestir com códigos que não foram feitos pra ela.

Porque o luxo virou código de acesso. E o RH virou o porteiro invisível.

Rodapé da Liberdade:

O verdadeiro luxo seria um ambiente onde você não precise esconder quem é pra ser promovido.

Mas isso não dá pra parcelar em 12x.

(*) - É psicóloga, escritora e especialista em transformar culturas com afeto e coragem. Com mais de 25 anos de experiência em RH, do chão de fábrica ao boardroom, atua na criação de modelos mais humanos de liderança, aprendizagem e pertencimento. Na escrita, mistura ciência, poesia e provocação para abrir espaço ao que não cabe nas atas — mas muda tudo.

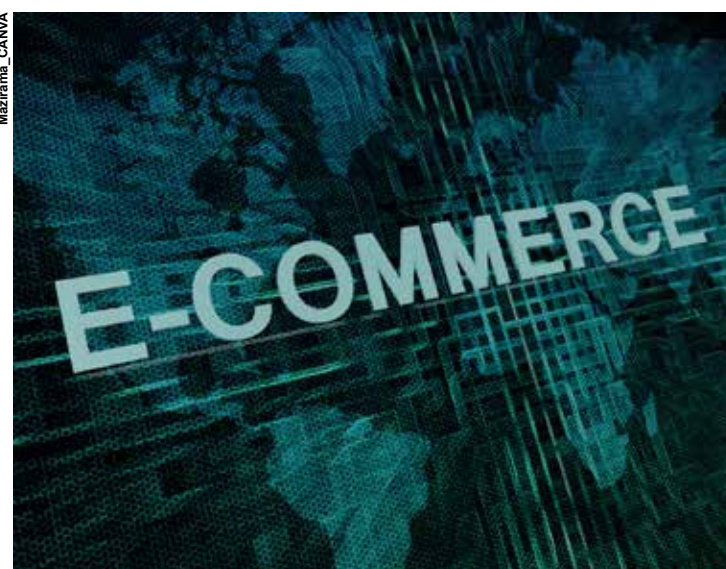
E-commerces: mais de 80% fecham no primeiro ano. Como mudar esse cenário?

Com mais de 600 mil e-commerces ativos em 2025 no Brasil, segundo dados da Abcomm, o país segue como um dos maiores mercados digitais do mundo

No entanto, o sonho do negócio próprio ainda enfrenta grandes obstáculos. De acordo com uma pesquisa recente conduzida pela Forbes, Huffington Post e Marketing Signals, 90% das lojas virtuais fecham em até quatro meses após sua inauguração. Já o IBGE aponta que 80% das micro e pequenas empresas não completam o primeiro ano de vida.

Os dados reforçam um cenário em que empreender é ao mesmo tempo popular e desafiador. Segundo o Global Entrepreneurship Monitor, cerca de 20% do PIB nacional e 60% dos empregos formais estão ligados ao empreendedorismo. Mas, como mostram os dados, a mortalidade precoce dos negócios está frequentemente ligada à falta de planejamento, gestão ineficiente e pouca adoção de tecnologia.

“Hoje, ter uma ideia não é suficiente para manter um negócio vivo. É preciso transformar dados em decisões estratégicas, fidelizar clientes e automatizar processos para escalar. Democratizar o acesso à tecnologia é garantir que os pequenos possam competir com os grandes”, afirma Michal Black, CEO da edrone, plataforma de CRM e



automação de marketing criada exclusivamente para e-commerce.

A necessidade de eficiência tecnológica é ainda mais evidente quando se observa os desafios relatados por lojistas de pequeno e médio porte: 40% citam falta de capital para reinvestimento, 36% reclamam de falta de tempo, e 33% têm dificuldade em dominar ferramentas essenciais para o crescimento (dados do estudo NuvemCommerce). Entre os que faturam acima de R\$ 100 mil por mês, o alto custo de marketing é o principal entrave.

Com o objetivo de reduzir essas barreiras, a edrone lançou no Brasil o plano Freemium, que dá acesso gratuito a ferramentas

profissionais de CRM, automação de marketing e e-mail marketing para lojas virtuais com até 200 contatos ativos e 200 mensagens por mês, incluindo 100 envios de SMS gratuitos. A solução tem integração com um clique com as principais plataformas de e-commerce do mercado como Nuvemshop, Tray, Loja Integrada e Shopify e não necessita de especialistas para a implementação, com mais de 20 automações pré-configuradas, recomendações inteligentes, pop-ups, banners e chat ao vivo, tudo gerenciado a partir de um único painel de fácil acesso e entendimento para todos os públicos.

Além da acessibilidade, o diferencial está na integração com inteligência

artificial, permitindo que mesmo negócios iniciantes consigam segmentar seus públicos, enviar mensagens personalizadas e acompanhar os resultados em tempo real. Segundo um estudo da Qive com a Endeavor, apenas 21% das empresas brasileiras utilizam IA, mesmo com ganhos claros de precisão analítica e economia de tempo.

Para Michal Black, “a IA é a ponte entre o empreendedor e o cliente certo, no momento certo. Mas isso só é possível se a tecnologia estiver ao alcance de todos — não apenas das grandes corporações”. A edrone se posiciona como parceira dos lojistas, oferecendo também suporte gratuito por chat e e-mail, além de uma central de ajuda com tutoriais acessíveis para todos os perfis de usuários.

A digitalização e automação são hoje os principais fatores de sobrevivência e crescimento no e-commerce. Iniciativas como o Freemium da edrone mostram que é possível, sim, democratizar o acesso às melhores práticas de marketing digital, reduzindo desigualdades e impulsionando um mercado mais competitivo, inteligente e sustentável para as pequenas e médias empresas brasileiras.

Empresas e famílias ampliam empréstimos apesar dos juros elevados

Apesar do aumento na taxa básica de juros, o crédito no Brasil tem registrado uma expansão significativa. Dados recentes do Banco Central mostram que o estoque de crédito concedido a empresas e famílias cresceu 10,7% em apenas um ano, subindo de R\$ 5,7 trilhões para R\$ 6,3 trilhões.

Essa tendência reflete tanto a necessidade de adaptação a um cenário econômico desafiador quanto a busca por soluções para manter a sustentabilidade financeira em diferentes setores.

André Minucci, especialista em mentoria empresarial, destacou os fatores que impulsionam esse crescimento do crédito e os desafios que famílias e empresas enfrentam diante de um

ambiente de juros elevados. “Quando os juros estão altos, o custo do crédito aumenta significativamente, tornando a dívida uma bola de neve difícil de controlar”, alerta Minucci. Ele reforça que a falta de educação financeira contribui para o uso desordenado do crédito, aumentando os índices de inadimplência.

A solução, segundo o especialista, está na adoção de um planejamento financeiro rigoroso e na priorização de gastos essenciais. Além disso, ele recomenda a busca por alternativas que evitem a dependência do crédito para equilibrar o orçamento familiar. “Investir em educação financeira e criar uma reserva de emergência são passos fundamentais para reduzir a

necessidade de empréstimos e manter a saúde financeira,” afirma.

“Em um cenário de alta competitividade, muitas empresas optam por assumir os custos do crédito para não perderem mercado,” explica Minucci. Contudo, ele alerta que o uso indiscriminado de empréstimos pode levar a problemas financeiros graves, especialmente para negócios sem um planejamento sólido.

Para ele, é crucial que as empresas analisem a viabilidade dos financiamentos e busquem alinhar seus investimentos ao retorno esperado. “O crédito deve ser uma ferramenta estratégica e não uma solução de curto prazo que comprometa a sustentabilidade do negócio,” comenta.

Proclamas de Casamentos

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

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

O pretendente: **NICOLA RUSSO**, estado civil solteiro, filho de Francisco Russo e de Eliana Barbara Mlynarski Russo, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **LARISSA TSOMBANOGLU**, estado civil solteira, filha de Demetrio Nicolas Tsombanoglou e de Ana Lucia Rosati Tsombanoglou, residente e domiciliada no Subdistrito do Tatuapé, nesta Capital - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Valentim Magalhães, nº 363, neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Emilio Mallet, nº 367, apto. 62, Subdistrito do Tatuapé - São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea “b” da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência da pretendente.

O pretendente: **CARLOS ALBERTO LEI**, estado civil divorciado, filho de Aldino Lei e de Maria Castelucci Lei, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **ALDENORA JESUS DE SOUZA**, estado civil divorciada, filha de Antonio Bento de Souza e de Adail Jesus de Souza, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

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

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

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

O pretendente: **SHUANGJIE CHEN**, nascido em Condado de Qingtian da Província de Zhejiang, China, no dia 11/09/1989, profissão chefe de cozinha, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Aiping Chen e de Change Ye. A pretendente: **QUESIA CAMPOS FERNANDES**, nascida em Fortaleza, CE, no dia 26/03/2004, profissão operadora de caixa, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Antonio Wilson Fernandes Filho e de Cleuzia Maria Campos Fernandes.

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

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/A1C3-371A-CC57-874B> ou vá até o site <https://assinaturas.certisign.com.br> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: A1C3-371A-CC57-874B



Hash do Documento

8B794F8C0F8EF3A4E7BCB4EACE03E1E59CFDA849A3811B84B0C5746BEC68D96E

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 20/05/2025 é(são) :

Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 20/05/2025 18:57 UTC-03:00

Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

