

AVANÇO

MESMO COM RECUO DO E-COMMERCE, VAREJO BRASILEIRO CRESCE 2,4%

▶▶ Leia nas páginas 8

Mulheres 50+: o potencial ignorado pelo comércio

Mesmo com avanços em pautas de diversidade e inclusão, o comércio brasileiro ainda carrega estigmas profundos quando se trata da contratação de mulheres acima dos 50 anos.

Em muitos casos, elas são descartadas dos processos seletivos antes mesmo de mostrarem suas qualificações, vítimas de um etarismo silencioso que, somado ao machismo estrutural, dificulta sua permanência e ascensão no mercado de trabalho.

No ambiente varejista, essa resistência à contratação de profissionais mais velhas parte, muitas vezes, de ideias ultrapassadas. Ainda é comum que se associe a idade avançada à baixa energia, dificuldade com tecnologia ou pouca agilidade, atributos erroneamente atribuídos exclusivamente aos mais jovens. Além disso, algumas empresas acreditam que manter uma equipe jovem favorece a conexão com o consumidor, ignorando completamente o valor estratégico da experiência, da empatia e da capacidade de adaptação, características frequentemente presentes em mulheres 50+.

Mais do que um preconceito de idade, trata-se de um viés cultural profundamente enraizado. A resistência à mudança, por exemplo, não está necessariamente ligada à faixa etária. Na prática, muitas mulheres maduras estão se reinventando, aprendendo sobre redes sociais, dados, comportamento do consumidor e novas ferramentas digitais. A falta de oportunidade, e não a falta de preparo, é o principal obstáculo.

Ao contrário do que o senso comum sugere, a presença de vendedoras mais velhas pode elevar a experiência do cliente a um novo patamar. Mulheres maduras costumam escutar com mais atenção, entender as entrelinhas da comunicação e



Barbara Nogueira

Apesar disso, o estereótipo da "imagem jovem" ainda paira sobre muitas marcas, principalmente nos setores de moda, cosméticos e lifestyle. Essa visão distorcida desvaloriza um dos maiores trunfos que uma loja física pode oferecer em tempos de automação: o toque humano. E é justamente aí que a diversidade etária mostra sua força. Equipes multigeracionais geram mais troca de ideias, empatia e inovação. Mulheres 50+ trazem maturidade emocional, inteligência relacional e habilidade para lidar com situações complexas, fatores que contribuem para um ambiente de trabalho mais equilibrado e uma experiência de compra mais completa.

Os benefícios da inclusão dessas profissionais já foram amplamente comprovados em diversos casos reais: vendedoras maduras que se tornaram referência em vendas, líderes inspiradoras e mentoras de colegas mais jovens. Esses exemplos mostram que o problema nunca foi a idade, mas a ausência de oportunidades.

A mudança, ainda que lenta, começa a dar sinais. As pautas de ESG, diversidade e longevidade vêm pressionando empresas a reverem seus processos seletivos. Algumas iniciativas já buscam promover inclusão com programas específicos para profissionais 50+, metas de diversidade etária em RH e treinamentos para eliminar vieses inconscientes.

No entanto, é preciso ir além do discurso. A valorização da experiência deve ser uma decisão estratégica, incorporada à cultura da empresa, com o envolvimento direto da liderança. Afinal, em um cenário cada vez mais competitivo, apostar na maturidade pode ser o diferencial que faltava para conquistar e fidelizar o cliente.

(Fonte: Barbara Nogueira é Diretora, Career Advisor & Headhunter da Prime Talent, empresa presente em 27 países pela Agilium Group).

Ganhos de eficiência de até 20% com IA podem ampliar margens do varejo

A transformação de custos impulsionada por tecnologia promete aliviar a pressão crescente sobre os lucros do setor, indica estudo da consultoria. ▶▶

O custo invisível do presenteísmo

Se você é gestor, C-level ou empresário, preste atenção a este dado: o presenteísmo médio nas empresas brasileiras é de 31%. Isso significa, na prática, que um terço da folha de pagamento está sendo desperdiçada todos os meses. ▶▶

ROI em campanhas omnichannel: como mensurar?

Mensurar resultados de marketing e venda em campanhas de canal único costuma ser um processo mais direto: escolher a meta que reflita o desempenho de um canal específico e, a partir dela, calcular o ROI. ▶▶

Planejamento estratégico adaptativo: mudar o plano faz parte do plano

Vivemos em um mundo onde a única constante é a mudança. E, neste cenário, insistir em planejamentos fixos, engessados e com metas imutáveis pode custar caro para as empresas. O mercado, a tecnologia, o comportamento dos consumidores e até os marcos regulatórios evoluem em um ritmo acelerado. ▶▶

Para informações sobre o

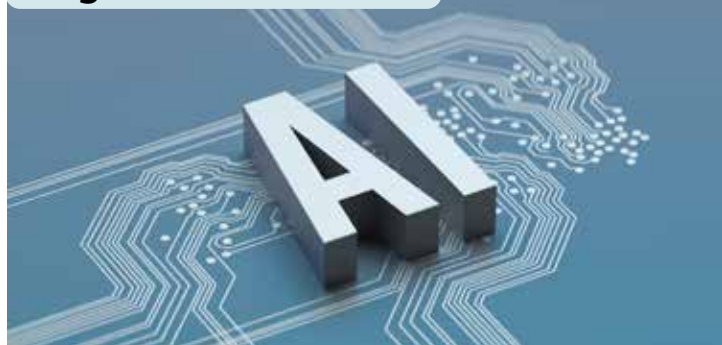
MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

GOCMEN_CANVA



Workshop online sobre aplicação prática da IA na indústria

A Wevy promove, no dia 27 de agosto, às 10h, um workshop online gratuito com foco na aplicação prática da Inteligência Artificial na indústria. O encontro vai demonstrar, a partir de um case real, como a tecnologia de visão computacional foi decisiva para eliminar 80% das falhas operacionais em uma das maiores indústrias do Brasil. Conduzido por Caio Barbosa, Head de IA da Wevy, o workshop faz parte da série de eventos online da empresa, que explora a adoção estratégica da inteligência artificial em setores-chave da economia. O objetivo é mostrar, na prática, como gestores podem transformar dados e tecnologia em resultados concretos. "Na indústria, o impacto da IA é direto na eficiência, na qualidade e na redução de falhas. Vamos mostrar como esse movimento já está acontecendo e como as empresas podem dar seus primeiros passos sem precisar reinventar seus processos", explica Barbosa (https://conteudo.wevy.cloud/webinar_industria?utm_source=Imprensa&utm_medium=press&utm_campaign=H123). ▶▶

▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI

AI/Rockwell Automation



Rockwell Automation abre inscrições para Automation Fair 2025

@A Rockwell Automation, maior empresa do mundo dedicada à automação industrial e transformação digital, acaba de anunciar a abertura das inscrições para a Automation Fair® 2025, que retorna ao McCormick Place, em Chicago, de 17 a 20 de novembro. A projeção é que mais de 10 mil profissionais de diversas partes do mundo se reúnam para quatro dias imersivos, repletos de insights, inovação e experiências práticas. Reconhecido como um dos maiores encontros globais do setor, a Automation Fair antecipa o futuro das operações industriais. É o palco onde tecnologias revolucionárias fazem sua estreia, inovações inéditas são apresentadas e novas ideias surgem, muitas vezes antes mesmo de entrarem no roteiro. Grandes lançamentos de produtos e conexões e debates estratégicos se unem para impulsionar avanços reais (<https://www.rockwellautomation.com/en-us/events/automation-fair.html>). ▶▶

▶▶ Leia a coluna completa na página 2

Política



Democracia Claudicante

Gaudêncio Torquato

▶▶ Leia na página 2

Ética e Integridade



Tipos de dados da LGPD

Denise Debiasi

▶▶ Leia na página 6

Democracia
Claudicante

Gaudêncio Torquato (*)

Afinal, as democracias vivem tempos de erosão? Estão claudicantes? No aclamado Como as Democracias Morrem, os cientistas políticos Steven Levitsky e Daniel Ziblatt sustentam que a erosão democrática pode ocorrer de forma gradual e insidiosa, muitas vezes a partir de líderes eleitos que minam as instituições por dentro.

Analisemos.

A ideia de que as democracias estão "morrendo" é complexa e ainda objeto de intenso debate. Embora não haja consenso sobre um colapso iminente, muitos estudiosos apontam para sinais claros de enfraquecimento dos regimes democráticos e para o crescimento de ameaças aos seus pilares. As democracias cambaleiam, não caíram, mas andam trôpegas, como quem sofreu um golpe e tentam, com dificuldade, se manterem em pé. As democracias não morrem, mas adoecem. Na América Latina, a democracia claudica há mais tempo. Após as redemocratizações dos anos 1980, houve grandes expectativas de progresso. Mas o que se viu foi uma bateria de ilegalidades: corrupção endêmica (mensalões, lava-jatos); desigualdade persistente, com milhões vivendo entre o desemprego e a informalidade; crises institucionais, com impeachment e reeleições polêmicas; governos instáveis e populismos de todos os matizes, do bolivarianismo ao ultraliberalismo.

O Brasil é um exemplo claro da democracia claudicante. Sofremos um ataque direto ao processo eleitoral em 2022, com mentiras sobre urnas, tentativas de golpe e culminando nos atos golpistas de 8 de janeiro de 2023; vivemos uma erosão institucional, com ataques ao Supremo, desrespeito ao Congresso e ameaças frequentes à liberdade de imprensa; a política se transformou em guerra cultural, com pauta moralista, ódio nas redes, negacionismo e uso sistemático de desinformação; a desigualdade social persiste, e a população oscila entre a descrença e a raiva.

Nos países que padecem de claudicância democrática, os fatores mais proeminentes são estes: ataques à democracia vindos de dentro do próprio sistema político; ascensão de líderes populistas autoritários; polarização política extrema; desconfiança nas instituições públicas; uso das novas tecnologias como instrumentos de manipulação e desinformação e ameaças à liberdade de imprensa e expressão.

Traduzindo esses pontos em exemplos concretos. Nos EUA, a presidência de Donald Trump demonstrou como a democracia pode ser tensionada internamente, inclusive com ataques diretos ao sistema eleitoral e ao funcionamento das instituições. Em outros países, partidos e líderes com retórica autoritária vêm ganhando espaço, desafiando normas democráticas e tentando corroer instituições de dentro para fora; a polarização extrema dificulta o diálogo entre grupos políticos e sociais, tornando mais árdua a construção de consensos e o avanço de políticas públicas de interesse coletivo.

E mais: a confiança nas instituições — como a mídia, o Judiciário e os Parlamentos — vem diminuindo, alimentando teorias conspiratórias e discursos antissistêmicos; as tecnologias digitais têm sido utilizadas para

espalhar desinformação e manipular a opinião pública, distorcendo o debate democrático; por fim, a liberdade de imprensa tem sido ameaçada, enquanto a proliferação de fake news compromete o acesso da sociedade à informação confiável — elemento essencial à democracia.

Apesar desses sinais de alerta, há quem conteste a tese da "morte" da democracia. Muitos argumentam que, mesmo sob pressão, as democracias têm mostrado notável capacidade de resistência. É o caso dos Estados Unidos, onde as instituições sobreviveram aos arroubos autoritários. Em outros países, o engajamento cívico e a vigilância da sociedade civil têm funcionado como antídotos contra retrocessos.

O fato é que a participação ativa dos cidadãos na defesa dos valores democráticos e na busca de soluções públicas fortalece o tecido institucional. A mobilização social e institucional é, portanto, um sinal de resiliência, não de agonia. Steven Levitsky adverte que os Estados Unidos caminham perigosamente para o enfraquecimento democrático. Segundo ele, o país hoje "se parece muito mais com regimes da América Latina do que antes". Embora não acredite num colapso total, vê em Trump — e no movimento que o cerca — a maior ameaça às instituições democráticas americanas na história recente. Para Levitsky, os EUA têm muito a aprender com os erros e lições vividos por países latino-americanos.

Quanto ao Brasil, o diagnóstico é mais otimista. Não se pode afirmar que a democracia brasileira esteja claudicante. Pelo contrário: há sinais visíveis de vitalidade institucional e social. Destaco alguns pontos: a polarização política, embora preocupante, pode ser interpretada como sinal de vitalidade social e engajamento político da cidadania; os Três Poderes da República seguem funcionando regularmente (as tensões entre eles, longe de significarem disfunção, fazem parte da dinâmica democrática, que pressupõe freios, contrapesos e o respeito ao contraditório); o cidadão brasileiro demonstra crescente interesse pela vida pública, evidenciado no florescimento de movimentos sociais e organizações da sociedade civil.

São quase um milhão de ONGs no país, muitas voltadas à defesa de causas como os direitos das mulheres, dos negros, dos indígenas, do meio ambiente; as manifestações de rua voltaram com vigor, reunindo expressiva parcela da população — mobilizada por partidos, lideranças e movimentos sociais. Trata-se de uma forma legítima e democrática de expressão.

É inegável que há ameaças e fragilidades. Mas democracia não é obra acabada. Está sempre em construção. Não é uma mera figura de linguagem, é uma tarefa. E, por isso mesmo, exige vigilância constante, disposição para o diálogo e confiança na capacidade de regeneração de seus mecanismos. Ela manca porque foi golpeada, mas continua em pé. Não caminha com firmeza, mas não caiu. E essa aparente fragilidade exige de nós uma atitude: ou ajudamos a se reerguer, ou a empurramos de vez para o abismo. Ela precisa de reabilitação. Mais do que reformas institucionais, exige reconstrução de confiança, educação cívica, inclusão social e tolerância política. Se está claudicante, cabe a nós sermos suas muletas, seu fisioterapeuta e, quem sabe, seus novos pés.

(*) Escritor, jornalista, professor titular da USP e consultor político

Agentic AI: o próximo salto tecnológico do e-commerce

O e-commerce avançou em ritmo acelerado na última década, impulsionado pela digitalização do consumo e pelo aumento da expectativa por experiências personalizadas.

Camila Alcalde (*)

O que antes se limitava a sugestões baseadas no histórico de compras, hoje evoluiu para jornadas que precisam ser fluidas, responsivas e quase intuitivas. Nesse novo cenário, os consumidores esperam que as marcas antecipem necessidades, respondam em tempo real e ofereçam interações mais simples e inteligentes, com menos atrito e mais relevância.

É nesse contexto que emerge o Agentic AI, uma abordagem de inteligência artificial que introduz um novo nível de proatividade nas relações entre marcas e consumidores. Diferente dos assistentes virtuais tradicionais, que apenas reagem a comandos, os agentes de IA são capazes de interpretar dados, compreender contextos, tomar decisões e executar tarefas de forma autônoma. Mais do que responder, eles agem conduzindo a experiência digital com inteligência e fluidez.

A arquitetura do Agentic AI combina inteligência artificial generativa, automação de processos e capacidade de adaptação em tempo real. Um agente pode analisar preferências e comportamentos, identificar oportunidades e recomendar ofertas de forma contextual e precisa. Pode também definir a melhor opção de entrega, processar o pagamento com segurança e concluir a transação sem necessidade de interação ativa do usuário.

Com isso, a jornada do consumidor se transforma. O foco deixa de ser o autoatendimento para dar lugar a uma lógica de personalização proativa, na qual as soluções antecipam e atendem demandas antes mesmo que o cliente as manifeste. Segundo o Gartner, até 2027, 85% das interações digitais incluirão algum nível de automação proativa — um dado que ilustra a velocidade e a profundidade dessa transição.

Essa mudança tecnológica vem acompanhada de resultados concretos. Segundo estudos da McKinsey & Company, empresas que lideram em personalização geram até 40% mais receita em comparação com seus concorrentes. Isso reforça que a personalização deixou de ser uma vantagem competitiva e passou a ser um imperativo estratégico para quem deseja se manter relevante no ambiente digital.

Nos Estados Unidos, o conceito já começa a sair do papel. Plataformas de e-commerce integram modelos de linguagem avançados para permitir interações conversacionais que resultam em compras finalizadas diretamente no chat. Agentes de IA centralizam dados de produto, ajustam preços dinamicamente, validam informações e processam pagamentos em segundos, tudo com foco em reduzir fricções e aumentar conversão.

O Brasil, embora ainda não conte com essa tecnologia em larga escala, apresenta um cenário extremamente promissor. O consumidor brasileiro é digitalmente maduro, o uso de carteiras digitais



Camila Alcalde

e pagamentos instantâneos está consolidado, e a penetração do e-commerce segue em crescimento. O desafio, e a oportunidade, está em preparar a infraestrutura tecnológica para essa nova era: integrar dados, unificar sistemas, investir em segurança e redesenhar jornadas com foco na antecipação de necessidades.

O Agentic AI representa mais do que um avanço incremental: é uma mudança de paradigma. Ao migrar de um modelo reativo para um ecossistema que antecipa, decide e executa, o comércio digital dá um salto em eficiência, personalização e satisfação do cliente. As empresas que entenderem esse movimento e se prepararem desde já estarão em posição privilegiada quando a adoção se tornar massiva.

No e-commerce do futuro, a experiência de compra será conduzida por agentes de IA que atuarão com agilidade e precisão no exato momento em que a necessidade surgir. Essa transformação não é mais uma previsão, é uma preparação. E o momento de se preparar é agora.

(*) Head of Enterprise Sales do PayPal Brasil.

Crescimento da IA impulsiona demanda por energia

Com a aceleração do uso de Inteligência Artificial em escala global, a demanda por energia elétrica cresce de forma exponencial. Centros de dados, algoritmos de machine learning, modelos generativos e operações em nuvem exigem estruturas robustas de processamento e, consequentemente, alto consumo energético. Essa realidade já impacta diretamente o setor de energia e tecnologia, exigindo novas respostas tanto do ponto de vista da infraestrutura quanto da segurança no fornecimento.

De acordo com relatório da International Energy Agency (IEA), os data centers, as redes e os dispositivos digitais consumiram aproximadamente 460 TWh em 2022, o que representa cerca de 2% da demanda elétrica global. A previsão é de que esse número duplique até 2026, impulsionado principalmente pela popularização de aplicações baseadas em IA. Outra projeção que chama atenção vem da BloombergNEF, que estima que o mercado de data centers ligados à IA pode movimentar quase US\$ 76 bilhões até 2028.

O consumo energético desses sistemas cresce à medida que as empresas adotam soluções inteligentes para automação, análise de dados e atendimento ao cliente, entre outras frentes.

No Brasil, o impacto já é percebido com mais clareza. A Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) alerta que a integração de tecnologias de alta potência, como IA, deve pressionar ainda mais a matriz elétrica nacional. No cenário regional, a Usina de Itaipu, uma das maiores geradoras de energia limpa do mundo, avalia ampliar em 10% o número de turbinas, prevendo que o Paraguai e o Brasil elevarão o consumo de energia nos próximos anos, movimento que acompanha a digitalização e o avanço tecnológico em ambos os países.

Eficiência, continuidade e personalização: pilares da nova era energética

Em meio a esse novo contexto, cresce a importância de garantir continuidade operacional e estabilidade elétrica, especialmente para empresas que trabalham com dados críticos

ou operações digitais ininterruptas. Na NHS, essa realidade já é percebida de forma prática com o aumento da procura por nobreaks de alta performance e soluções personalizadas para diferentes setores da economia. "Nós acompanhamos de perto essa transformação e entendemos que a inteligência artificial e a digitalização criam novas demandas de energia e proteção elétrica. Por isso, temos investido em soluções customizadas, que se adaptam à realidade de cada cliente", afirma Elisângela Auer, Diretora Comercial e Marketing da NHS.

Um exemplo recente dessa flexibilidade foi o desenvolvimento de um nobreak horizontal, criado sob medida para atender às especificações de um parceiro do setor industrial. "O equipamento foi desenhado para se encaixar perfeitamente dentro da estrutura física do cliente, otimizando espaço sem abrir mão da proteção e da autonomia energética. Essa é a essência da nossa engenharia: criar junto, atender com precisão e garantir desempenho", explica Rui Procópio da Silva Filho, Diretor de Operações da NHS.

News @TI

Plataforma de saúde mental

@ Lançada este ano, o Zenith — solução que usa IA para mapear e atacar a causa-raiz do adoecimento psíquico no ambiente do trabalho, amplia a área geográfica de atuação e está conquistando espaço em outras culturas de trabalho e continentes, dada a seriedade com que o tema de saúde mental é tratado. "A norma chega atrasada no Brasil em relação às economias mais avançadas do mundo — foi

o Reino Unido que implementou as primeiras normativas de gestão de estresse organizacional em 1984. O Brasil também fica para trás em relação a atores emergentes como Colômbia, que levou a cabo a implementação de normas de gestão de estresse organizacional em 2012, seguida pelo México em 2017", explica Glauco Callia, CEO e fundador do Zenith, ao lado do especialista em inovação e transformação digital, Rodrigo dos Anjos (<https://zenithbr.com/>).

ricardosouza@netjen.com.br

Mercado financeiro reduz previsão da inflação para 4,86%

A previsão do mercado financeiro para o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) – considerado a inflação oficial do país – passou de 4,95% para 4,86% este ano

É a décima terceira redução seguida na estimativa, publicada no Boletim Focus desta segunda-feira (25), em Brasília. A pesquisa é divulgada semanalmente pelo Banco Central (BC) com a expectativa de instituições financeiras para os principais indicadores econômicos.

A estimativa para este ano está acima do teto da meta de inflação que deve ser perseguida pelo BC. Definida pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), a meta é de 3%, com intervalo de tolerância de 1,5 ponto percentual para cima ou para baixo. Ou seja, o limite inferior é 1,5% e o superior 4,5%.

Para alcançar a meta de inflação, o Banco Central usa



A estimativa para este ano está acima do teto da meta de inflação que deve ser perseguida pelo BC.

como principal instrumento a taxa básica de juros - a Selic - definida em 15% ao ano pelo Copom do BC. O recuo da inflação e o início da desaceleração da economia fizeram o colegiado interromper o ciclo de aumento de juros na última reunião, no mês passado, após sete altas seguidas na Selic.

A estimativa dos analistas é que a taxa básica encerre 2025 em 15% ao ano. Para o fim de 2026, a expectativa é que a Selic caia para 12,5% ao ano. Para 2027 e 2028, a previsão é que ela seja reduzida novamente para 10,5% ao ano e 10% ao ano, respectivamente.

A estimativa das instituições financeiras para o crescimento da economia brasileira este ano passou de 2,21% para 2,18%. Para 2026, a projeção para o Produto Interno Bruto ficou em 1,86%. Puxada pela agropecuária no primeiro trimestre deste ano, a economia brasileira cresceu 1,4%.

Em 2024, o PIB fechou com alta de 3,4%. O resultado representa o quarto ano seguido de crescimento, sendo a maior expansão desde 2021, quando o PIB alcançou 4,8%. A previsão da cotação do dólar está em R\$ 5,59 para o fim deste ano. No fim de 2026, estima-se que a moeda norte-americana fique em R\$ 5,64 (ABr).

Cinco razões pelas quais a defasagem tecnológica encarece o serviço público

Bruna Costa (*)

A ineficiência do serviço público brasileiro tem uma vilã pouco discutida: a resistência à modernização tecnológica. Enquanto empresas privadas adotam inteligência artificial (IA), automação e análise de dados em tempo real, muitos órgãos parlamentares ainda dependem de sistemas ultrapassados, processos manuais e estruturas digitais desconectadas.

Essa defasagem não só prejudica a eficiência, mas também gera custos ocultos que impactam diretamente os cofres públicos. Confira os principais fatores que evidenciam o problema.

1) Sistemas desintegrados aumentam retrabalho e erros - Muitos órgãos públicos operam com softwares isolados, incapazes de se comunicar entre si. Isso obriga servidores a digitar repetidamente as mesmas informações em diferentes plataformas, aumentando o tempo de execução e a probabilidade de inconsistências. A falta de integração força a contratação de mais pessoal para corrigir falhas que um sistema unificado resolveria com automação.

2) Burocracia em papel consome tempo e recursos - Ainda que alguns serviços tenham migrado para o digital, muitos processos internos seguem dependendo de formulários físicos, vistorias presenciais e assinaturas manuscritas. Cada documento em papel exige armazenamento, transporte e tramitação manual, gerando custos logísticos desnecessários. A digitalização total eliminaria etapas, liberando servidores para atividades mais estratégicas.

3) Falta de transparência dificulta o controle de gastos - Sem ferramentas adequadas de monitoramento, fica quase impossível rastrear em tempo real como os recursos são aplicados. Planilhas estáticas e relatórios manuais atrasam a identificação de desperdícios, enquanto plataformas modernas permitiriam auditoria contínua, reduzindo irregularidades e otimizando orçamentos.

4) Vulnerabilidade digital expõe dados e exige gastos emergenciais - Sistemas antigos são mais suscetíveis a falhas de segurança, como vazamentos de informações ou ataques cibernéticos. Quando ocorrem, a reparação costuma ser cara e reativa. Investir em tecnologias atualizadas, com criptografia e backups automatizados, previne crises e economizaria milhões em danos evitáveis.

5) Manutenção de sistemas obsoletos é mais cara que a modernização - Ajustar softwares defasados para cumprir funções básicas consome verbas crescentes com suporte técnico e peças de reposição. Muitos órgãos, por medo do custo inicial da migração, perpetuam um ciclo vicioso: gastam mais para manter o arcaico do que investiriam em soluções modernas e escaláveis.

O Brasil já dispõe de conhecimento e ferramentas para essa transformação, falta priorizá-la. Enquanto adiamos a evolução, continuamos pagando, em dinheiro e eficiência, por uma máquina pública engessada no século passado.

(*) - É Gerente de Produto da Sogo Tecnologia (<https://site.sogov.com.br/>).

20 milhões de brasileiros não deveriam estar pagando IR

O ministro da Fazenda, Fernando Haddad, criticou os governos anteriores por não corrigirem a tabela do Imposto de Renda, fazendo com que mais de 20 milhões de brasileiros de menor renda passassem a pagar o tributo sobre os salários. "A não correção do IR promoveu um enorme aumento de impostos das camadas economicamente mais frágeis", afirmou Haddad.

A tabela de IR ficou congelada entre 2015 e 2022, desde o fim do governo de Dilma Rousseff, passando pelas gestões de Michel Temer e Jair Bolsonaro, acumulando defasagem de mais de 36% no período, segundo cálculos do (Sindicato Nacional). Ao longo de todo esse período, somente trabalhadores que ganhavam até R\$ 1.903 estavam isentos.

Agora, a expectativa é pela aprovação da isenção para quem ganha até R\$ 5 mil e avançou essa semana no Congresso Nacional. "Serão 25 milhões de brasileiros beneficiados com a correção da tabela do Imposto de Renda. E uma proposta neutra do ponto de vista fiscal, porque passa a cobrar, de 141 mil brasileiros, um imposto que hoje eles não pagam. São brasileiros que têm renda de mais de R\$ 1 milhão por ano", destacou Haddad.

Estudo do Dieese estima que a mudança pode ampliar de 10 milhões para 20 milhões o total de trabalhadores isentos do IR. Já a redução parcial do imposto para quem ganha até R\$ 7,3 mil deve alcançar 16 milhões de pessoas. Atualmente, é isento do IR quem ganha até dois salários mínimos (R\$ 3.036 por mês) - (ABr).

Pé-de-Meia: começou o pagamento da sexta parcela

O Ministério da Educação (MEC) iniciou ontem (25), o pagamento da sexta parcela aos participantes do programa Pé-de-Meia de 2025. Os beneficiados pelo programa são os estudantes do ensino médio matriculados na rede pública regular e na modalidade educação de jovens e adultos (EJA), inscritos no Cadastro Nacional de Programas Sociais do governo federal (CadÚnico).

Nesta nova etapa, a Caixa Econômica Federal – responsável pela gestão dos recursos repassados pelo MEC – aponta que, ao todo, cerca de 3,4 milhões de estudantes de escolas públicas receberão o benefício até a próxima segunda-feira (1º). Os nascidos nos meses de janeiro e fevereiro recebem o valor de R\$ 200 correspondente ao incentivo-frequência às aulas. Para ter direito ao benefício, eles devem ter presença mínima de 80% nas aulas.

O programa do governo federal é voltado a estudantes de baixa renda do ensino médio da rede pública. A iniciativa funciona como uma poupança para promover a permanência e a conclusão escolar nessa etapa de ensino. O MEC esclarece que não há necessidade de inscrição. Todo aluno que se encaixa nos critérios do Pé-de-Meia é incluído automaticamente (ABr).

A – Borra de Café

Um café excepcional começa no campo, mas não termina na xícara. Com uma visão de sustentabilidade que permeia cada etapa do processo, a Nespresso Brasil anuncia um novo marco em sua agenda ESG: o início da produção de biometano a partir da borra de café, coletada pelo seu sistema nacional de reciclagem. Agora, os resíduos orgânicos separados no Centro de Reciclagem em Valinhos (SP) são transformados em gás verde, uma fonte de energia renovável. Como próxima etapa do projeto, o biogás será utilizado para abastecer a planta industrial da Nestlé em Araçatuba (SP), fechando um ciclo inteligente e de baixa emissão de carbono.

B – Gestão da Reputação

A Escola Aberje está com inscrições abertas para o Curso Completo em Gestão da Reputação, uma das formações mais tradicionais e procuradas do seu portfólio. Voltado a profissionais das áreas de Comunicação, Relações Institucionais, Sustentabilidade, Governança e áreas estratégicas das organizações, o curso oferece uma abordagem abrangente e atual sobre a reputação como ativo intangível central para empresas que desejam fortalecer sua imagem, engajar stakeholders e obter a Licença Social para Operar (LSO). Mais informações e inscrições: (<https://escolaaberje.com.br/curso/curso-completo-em-gestao-da-reputacao/>)

C – Alimentos e Bebidas

Começa hoje (26) e vai até quinta-feira (28), no São Paulo Expo, a 2ª edição da FiSA, principal encontro sobre ingredientes para alimentos e bebidas da América do Sul. A expectativa é reunir mais de 11 mil profissionais e 800 marcas expositoras de 13 países. Uma das novidades desta edição é o Petfood Hub, dedicado ao mercado de alimentos para animais de estimação. Integrado ao evento, o Summit Future of Nutrition promoverá debates sobre temas como a influência de medicamentos como o Ozempic nos comportamentos de consumo, personalização de alimentos e inovações científicas, sustentabilidade e saúde. O Fi Awards, integrado ao evento, reconhece as inovações no setor. Informações: (www.fi-events.com.br).

D – Oportunidades

A Arteris, uma das maiores gestoras de rodovias do Brasil, está ampliando seu quadro de colaboradores e busca profissionais para fortalecer o setor

de infraestrutura. A companhia disponibiliza mais de 40 oportunidades de emprego em diferentes áreas e níveis hierárquicos, reforçando seu compromisso com a diversidade, o respeito e a inclusão no ambiente de trabalho. As vagas estão distribuídas entre as concessionárias da Arteris, que administram uma malha viária de 3.200 quilômetros nos estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Santa Catarina e Paraná. Os interessados devem acessar o site oficial da empresa (www.arteris.com.br), clicar na aba "Trabalhe Conosco" e, em seguida, em "Confira nossas vagas", onde encontrarão a lista atualizada das posições disponíveis.

E – Educação em Tecnologia

O Santander anuncia o programa 'Santander Imersão Digital', que oferece 60 mil bolsas de estudo gratuitas para quem está dando os primeiros passos na área da tecnologia ou para profissionais em transição de carreira e atuantes no setor. O projeto é desenvolvido em parceria com a Alura + FIAP Para Empresas, solução de educação corporativa em tecnologia, e possui trilhas de aprendizados que incluem conteúdos em UX, Mobile e DevOps, com atividades práticas, acesso à plataforma da Alura e acompanhamento diário de professores e especialistas referências no setor. Não é necessário ter conhecimento prévio ou ser cliente do Banco para participar. As inscrições vão até 14 de setembro e podem ser feitas pelo link: (<https://app.santanderopenacademy.com/pt-BR/program/santander-imersao-digital>).

F – Encontro Farmarcas

A Farmarcas realiza, de 27 a 29 de agosto, mais uma edição do seu tradicional Encontro Farmarcas, no Pro Magno Centro de Eventos, em São Paulo. O evento reunirá mais de 97 indústrias, distribuidores e marcas parceiras, além de mais de 500 associados de todo o país. Serão 98 estandes com os principais players do mercado, criando um ambiente único para negociações diretas entre empreendedores e grandes indústrias. A Farmarcas reúne atualmente 11 redes de drogarias associativistas e cerca de 1.700 lojas em todo o Brasil, alcançando em 2024 a marca de R\$ 9 bilhões em faturamento. Com esse resultado, consolida-se como o quarto maior agrupamento do varejo farmacêutico e o que apresenta o maior crescimento no setor (<https://www.farmacas.com.br/>).

G – Negócios Náuticos

O São Paulo Boat Show 2025 será realizado de 18 a 23 de setembro no São Paulo Expo, na capital paulista, e servirá como palco de

novidades de diversos tamanhos de motores, reunindo grandes marcas do segmento. Considerado a maior plataforma de negócios náuticos da América Latina, o evento deve superar 40 mil visitantes e mais de 150 embarcações expostas. Os ingressos estão disponíveis em (www.saopauloboatshow.com.br). "Os motores são o coração de qualquer embarcação e determinam toda a experiência a bordo. No evento, o público terá a oportunidade de conhecer de perto os modelos mais modernos, que combinam potência, desempenho e eficiência.

H – Proteína Animal

A Conferência FACTA WPSA-Brasil, considerada referência técnico-científica para o setor de proteína animal, chega à 41ª edição nos dias 2 e 3 de setembro de 2025, em Campinas, trazendo o tema "Gestão, Inovação e Excelência na Produção de Alimentos Seguros". O evento terá uma programação completa e interativa, com destaque para a palestra "O futuro da proteína animal", conduzida pelo engenheiro agrônomo e diretor mundial de contas estratégicas da Cargill, Antônio Mário Penz Junior. Mais informações sobre a programação completa, submissão de trabalhos e demais detalhes estão disponíveis no site: (www.facta.org.br).

I – Novas Vagas

A Bankme, fintech paraense especializada em soluções financeiras para médias empresas, anuncia a abertura de novas vagas para reforçar sua equipe. A empresa, que já movimentou mais de R\$ 1 bilhão e está presente em 22 estados, aposta em novos talentos para sustentar seu crescimento e fortalecer sua atuação em Londrina. As oportunidades contemplam tanto posições presenciais quanto remotas, refletindo a estratégia híbrida da companhia. Entre os cargos disponíveis estão: Tech Lead Full Stack (remoto), Tech Lead de Dados, Product Owner SR, Assistente Administrativo, Head de Crédito e Operações, Head de Parcerias & Canais e SDR (Pré-Vendas). Interessados podem entrar em contato com a fintech pelo LinkedIn: (<https://bankme.inhire.app/vagas>).

J – Carro Sustentável

Um mês após o lançamento do programa Carro Sustentável, a procura por veículos nos modelos e versões contemplados pela iniciativa do Governo Federal cresceu 22% no Brasil. É isso o que aponta um levantamento exclusivo do Webmotors Autoinsights, ferramenta que fornece dados e informações sobre o mercado automotivo brasileiro, com base no número de buscas e visitas a esses veículos desde o lançamento do programa, em 11 de julho. Segundo o levantamento, o Renault Kwid foi o modelo que observou maior crescimento de buscas e visitas, com alta de 54% com relação ao mesmo período no mês anterior. Na sequência, estão Fiat Argo (+46%), Volkswagen Polo (+32%); Fiat Mobi (+19%); Hyundai HB20S (+14%); Hyundai HB20 (+10%); e Chevrolet Onix (+3%).

Os desafios da Reforma Tributária para os sistemas de gestão

Rafael Aires (*) e Ricardo Fonseca (**)

Nunca se ouviu falar tanto sobre impostos. A principal razão para isso, sem dúvida, é a transição para a Reforma Tributária, que já está em curso

No entanto, a promessa de simplificação passa antes por um período de adaptação, e para as empresas que ainda não agiram, o tempo de planejamento acabou e quem deixar para agir na última hora poderá enfrentar sérios riscos operacionais, financeiros e de competitividade.

O sistema tributário brasileiro é considerado o mais complexo do mundo. Não à toa, de acordo com o Banco Mundial, uma empresa de médio porte chega a gastar, em média, 2600 horas por ano para cumprir suas obrigações tributárias. O resultado é cerca de 8 vezes a média dos países da OCDE. Neste contexto, essa pauta, que é debatida há 30 anos, foi aprovada em dezembro de 2023 e, desde então, temos sido bombardeados com diversas notícias e desdobramentos que, na maioria das vezes, causam apreensão, dúvidas e incertezas, mas o período de incerteza deu lugar a prazos concretos que exigem ação.

Quanto a isso, é importante destacar que o pacote de mudanças da Reforma Tributária envolve um âmbito muito maior. Ou seja, setores que operam em diversas regiões, como o de logística, por exemplo, terão que rever suas operações desde os contratos até o fluxo de trabalho entre diferentes estados, além dos impactos nos preços, nas margens e até nos relacionamentos com fornecedores e clientes.

O novo modelo também impactará diretamente as operações processuais e, consequentemente, sistêmicas da empresa. Até porque, os sistemas de gestão precisarão de reajustes para incluir novos impostos e recalcular tudo de acordo com as novas regras. Isso significa mexer em esquemas de cálculos (pricing), códigos de impostos (IVA), relatórios fiscais e nas integrações com outros softwares, como os de mensageria fiscal.

E, justamente neste aspecto, é que está um dos principais desafios a serem superados pelas empresas. Isso é, organizações que já utilizam versões atualizadas e mais recentes de seus ERPs, certamente, terão uma transição mais tranquila e com menos ajustes a serem feitos. Entretanto, aquelas que ainda usam sistemas mais antigos e mantêm o uso de legados terão uma jornada mais árdua e arriscada para se adaptar, em que cada dia de atraso eleva o custo e a complexidade do projeto.

Se, por um lado, temos visto o crescimento do movimento de adesão por parte das empresas em se preparar, do outro, existe uma grande parcela que está deixando esses ajustes para a última hora. Quanto a isso, é fundamental salientar que, mesmo que o início da transição da Reforma Tributária esteja marcado para janeiro de 2026, recentemente, a Receita Federal anunciou que, ainda este ano, terá o início de duas fases, sendo a partir de 1º de julho a abertura do ambiente para testes de processos relativos à Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS); e em outubro, todos os documentos fiscais eletrônicos deverão conter os novos campos referentes à CBS e ao IBS.

Tendo em vista a gama de informações e adaptações que terão que ser feitas, a tecnologia se posiciona com um braço direito das empresas nessa jornada. Afinal, o uso de recursos como soluções de automação fiscal, plataformas de análises de dados e, até mesmo, a IA, ajudam a prever impactos, identificar economias e até simular cenários diferentes. Na prática, isso ajuda a deixar a empresa mais ágil e preparada para tomar decisões estratégicas.

Com o novo modelo tributário, o segredo vai ser simplificar e centralizar onde for possível. Isso inclui rever toda a operação fiscal, desde como as transações são registradas no sistema até como os dados são analisados e usados nas decisões estratégicas. Executar todas essas tarefas não é, de longe, uma missão simples, por isso, ter o apoio de uma consultoria especializada nesses recursos e que esteja acompanhando os desdobramentos da Reforma Tributária, é uma excelente medida.

Até porque a presença do time de especialistas ajuda a identificar pontos de atenção do negócio, bem como auxilia na preparação da equipe interna desde o planejamento até a execução no dia a dia, garantindo conformidade e padronização.

A aproximação da Reforma Tributária reforça a necessidade e importância das empresas, além de atentarem aos aspectos fiscais, também priorizem as adequações sistêmicas e o uso da tecnologia como principal aliada. O início da transição trará desafios, mas aqueles que já estiverem prontos conseguirão atravessá-los com eficiência e, o mais importante, previsibilidade do negócio. Afinal, enquanto alguns veem problemas, outros enxergam oportunidades. Para aproveitá-las, o preparo não é mais uma opção, é uma condição para a continuidade do negócio.

(*) Arquiteto de Soluções da Numen.

(**) Diretor de Vendas da Numen.

O futuro da prestação de serviços jurídicos na advocacia 4.0

A transformação digital está promovendo mudanças profundas no setor jurídico, rompendo com práticas tradicionais e impulsionando uma nova forma de atuação alinhada às exigências de um mercado cada vez mais dinâmico e competitivo

Matheus Martins (*)

Chamada "Advocacia 4.0" representa um verdadeiro novo paradigma na prestação de serviços jurídicos, orientado para a entrega de valor com foco em eficiência mensurável, previsibilidade e resultados concretos para os clientes. Essa evolução redefine o papel do profissional do Direito, tornando-o um parceiro estratégico que contribui diretamente para os objetivos de negócio, ao invés de atuar apenas de forma reativa.

Modelos de contratação como o secondment, que posiciona advogados temporariamente dentro das empresas, e o modelo de risco, que vincula remuneração ao êxito do caso, não são meras variações contratuais. Funcionam como mecanismos de alinhamento de incentivos entre prestador e cliente, corrigindo distorções históricas do faturamento por hora, prática frequentemente associada à imprevisibilidade de custos e à desconexão com resultados de negócio. Quanto maior a pressão por performance e otimização orçamentária, maior a tendência de migração para formatos que estabeleçam relação direta entre pagamento e entrega de valor.

A automação de tarefas repetitivas, a análise avançada de dados e o uso de inteligência artificial têm redefinido fluxos de trabalho. Ferramentas capazes de examinar milhares de documentos em minutos, gerar minutas de peças processuais ou conduzir due diligences complexas ampliam a capacidade de resposta e reduzem gargalos operacionais. A consequência prática é que recursos humanos podem ser direcionados para atividades de maior valor estratégico, como negociação, gestão de riscos e formulação de teses jurídicas. Em mercados de alta velocidade, resistir



prezinhos/CANVA

à adoção dessas tecnologias equivale a aceitar um atraso competitivo permanente.

O avanço das lawtechs e legaltechs acelera essa transformação. Ao oferecer soluções como jurimetria, gestão de processos, mediação online e compliance automatizado, essas empresas democratizam o acesso ao Direito e expandem as possibilidades de atuação de escritórios e departamentos jurídicos. Esse movimento acompanha o avanço do ecossistema de inovação brasileiro, que hoje conta com aproximadamente 13 mil startups, segundo relatório da Associação Brasileira de Startups (Abstartups), com maior concentração na região Sudeste (55,8%), seguida pelo Sul (22,1%) e Nordeste (12,3%).

A integração entre tecnologia e prestação de serviços jurídicos tende a consolidar-se como norma de mercado, e a ausência dessa integração significa perda de eficiência, de

escalabilidade e de aderência às expectativas do cliente moderno. A função jurídica também vem se deslocando de um papel reativo para uma atuação preventiva e estratégica. Em setores regulados ou de rápida inovação, onde riscos legais e reputacionais são elevados, a capacidade de antecipar problemas e influenciar decisões antes que litígios ocorram é decisiva para a sustentabilidade do negócio.

Por isso, a formação de alianças entre escritórios, consultorias e empresas de tecnologia tornou-se um diferencial competitivo, ao combinar expertise jurídica com conhecimento em ESG, inovação, finanças e governança corporativa. Persistem, contudo, desafios significativos, onde barreiras culturais e resistência à mudança retardam a adoção plena das inovações. Questões éticas e regulatórias ligadas ao uso de inteligência artificial em que a ausência de diretrizes claras pode comprometer a confiabilidade das soluções, enquanto a regulamentação excessivamente restritiva pode sufocar avanços que aumentam a eficiência e ampliam o acesso à Justiça.

O movimento em direção à Advocacia 4.0 não é uma transformação estrutural que redefina o papel do serviço jurídico no mercado contemporâneo. A tecnologia, os novos modelos contratuais e a integração multidisciplinar configuram-se como elementos indispensáveis para garantir eficiência, competitividade e alinhamento com as demandas empresariais atuais. Ignorar essa realidade significa comprometer a sustentabilidade e a relevância do setor jurídico diante de um ambiente cada vez mais dinâmico e exigente. Assim, a adoção plena dessas mudanças deixa de ser uma escolha estratégica para se tornar uma necessidade imperativa para escritórios e departamentos jurídicos que buscam permanecer relevantes e competitivos no século XXI.

(*) Sócio do Barcelos Martins Advogados.

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: **HYADER APARECIDO LUCHINI MELLO**, estado civil solteiro, filho de Archimedes Souza Mello e de Dionirce Luchini Mello, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. O pretendente: **LAUDELINO ROBERTO SCHWEIGERT**, estado civil solteiro, filho de Laudelino Schweigert e de Maria Dircl Schweigert, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **KAIQUE ORZZI LUCAS PASCOAL**, estado civil solteiro, filho de Osvaldo Dimas Rodrigues Pascoal e de Ivone Orzzi Lucas Pascoal, residente e domiciliado no Subdistrito da Vila Prudente, nesta Capital - São Paulo - SP. A pretendente: **BÁRBARA GARZON MEDEIROS DE SOUSA**, estado civil solteira, filha de Willian Serguen Batista de Sousa e de Luciane de Araujo Medeiros de Sousa, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **CRISTHIAN SQUETINI DE CAMPOS**, estado civil solteiro, filho de Carlos Alberto Squetini de Campos e de Cristiane Denise Squetini Campos, residente e domiciliado no Subdistrito do Brás, nesta Capital - São Paulo - SP. A pretendente: **THALITA CILENE FERNANDES**, estado civil solteira, filha de Augusto Donizete Fernandes e de Telma Cilene Fernandes, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **MARCOS ALBERTO CRICCA**, estado civil divorciado, filho de Vicente Cricca e de Rosa Maria Parente Cricca, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **FLAVIA RABELO ALVAREZ**, estado civil divorciada, filha de Marino Bouza Alvarez e de Arlene Rabelo Alvarez, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

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

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

O pretendente: **ARMANDO MARQUES LIDIAQUE**, profissão: fotógrafo, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 23/11/1984, residente e domiciliado no Tatuapé, São Paulo, SP, filho de José Carlos Lidiaque e de Marisilda Marques Lidiaque. A pretendente: **TATIANA MARTINS PALETTI**, profissão: psicóloga, estado civil: divorciada, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 22/07/1986, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Válder Paletti e de Sueli Martins Paletti.

O pretendente: **ROBSON NUNES DE SOUZA**, profissão: MEI, estado civil: divorciado, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 13/05/1972, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Roberto Nunes de Souza e de Neide Maria Chaim de Souza. A pretendente: **ADRIANA SANCHES GOMES**, profissão: recepcionista, estado civil: divorciada, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 10/03/1979, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de José Carlos Gomes e de Valéria Sanches Gomes.

O pretendente: **BRUNO LEVI CORREIA LIMA**, profissão: taxista, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 21/03/1997, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Maricélia Correia Lima. A pretendente: **REBÉCA DA SILVA MAFFUD**, profissão: operadora de caixa, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 21/10/2001, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Josnei Pereira Maffud e de Eliana Oliveira Maffud.

O pretendente: **MATHEUS QUEIROZ LESSA**, profissão: advogado, estado civil: solteiro, naturalidade: Guarulhos, SP, data-nascimento: 06/05/1997, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Francisco Eliseu Barbosa Lessa e de Eliete Bandeira de Queiroz. A pretendente: **VITÓRIA CAROLINE CALDERONI LIMA**, profissão: advogada, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 07/06/1999, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Adriano Alves Lima e de Sandra Martins Calderoni Lima.

O pretendente: **MATEUS NOGUEIRA VARGAS DA SILVA**, estado civil solteiro, filho de Paulo Daniel Vargas da Silva e de Risangela Nogueira Vargas da Silva, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **JOYCE DOS SANTOS**, estado civil solteira, filha de João José dos Santos e de Josilene dos Santos, residente e domiciliada em Santo André - SP. Obs.: pretendente é residente à Rua Luis Geraldo da Silva, nº 495, neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Agostinho de Campos, nº 50, apto. 02 Santo André - 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: **JOÃO LUCIANO DA SILVA**, estado civil divorciado, filho de José Carlos da Silva e de Terezinha Herminio da Silva, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **SHIRLEY GHATTAS**, estado civil solteira, filha de Youssif Ghattas e de Ilda Celegim Celestino, residente e domiciliada no Brás, nesta Capital - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Plácido de Castro, nº 95, casa 01, Alto da Mooca, neste Subdistrito, São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Oriente, nº 108, casa 07, Brás, nesta Capital - 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: **FELIPE COSTA DE OLIVEIRA**, estado civil divorciado, filho de Dione Eduardo de Oliveira e de Zilda Maria da Costa e Maria Rosa dos Santos, residente e domiciliado em Serpa - Caiéiras - SP. A pretendente: **DANIELA CRISTINA LOUREIRO DA SILVA**, estado civil divorciada, filha de Abdias Ferreira da Silva e de Maria Da Conceição Loureiro da Silva, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua da Mococa, nº 83, Serpa - Caiéiras - SP e a pretendente é residente à Rua Olívio D' Assunção Ferreira, nº 73, apto. 136, Alto da Mooca, neste subdistrito - 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 do pretendente.

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

O pretendente: **AUGUSTO VICENTE ALVES**, profissão: personal trainer, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 09/02/1993, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Edigenal Bizerra Alves e de Claudia Vicente da Silva Alves. A pretendente: **RAFAELLA ALVES MACHADO**, profissão: personal trainer, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 24/10/1992, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Alex Alves Machado e de Selma Alves da Silva.

O pretendente: **EDIMAR NUNES DE AZEVEDO DA SILVA**, profissão: vigilante, estado civil: divorciado, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 23/07/1977, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Benedito Jose da Silva e de Edite Joaquina da Silva. A pretendente: **CLAUDIA SOARES SILVA PEREIRA**, profissão: do lar, estado civil: viúva, naturalidade: Campo Maior, PI, data-nascimento: 29/12/1973, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Gentil Soares Silva e de Raimunda Ernesto Silva.

O pretendente: **LEANDRO DE ALMEIDA PRADO**, profissão: enfermeiro, estado civil: divorciado, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 26/04/1982, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Decio do Prado e de Irene de Almeida Prado. A pretendente: **FABIANE NASCIMENTO SILVA RODRIGUES**, profissão: enfermeira, estado civil: solteira, naturalidade: Bananal, SP, data-nascimento: 02/06/1989, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Fabio Nascimento Rodrigues e de Maria de Lourdes Silva Rodrigues.

O convivente: **GUILHERME OLIVEIRA MANTOVANI**, profissão: gerente de logística, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 19/03/1994, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Rogério Aparecido Mantovani e de Claudia Regina de Oliveira Mantovani. A convivente: **BRUNA DE OLIVEIRA SANTOS**, profissão: analista financeira, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 29/12/1993, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Delson Batista dos Santos e de Edivete Oliveira de Sousa (Conversão de União Estável em Casamento).

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

Companhia Brasileira de Distribuicao Automotiva S.A

CNPJ nº 42.580.092/0001-76

Relatório da Diretoria

Balanco Patrimonial em 31 de Dezembro de 2024 e 31 de Dezembro 2023 (Em R\$ 1)

Table with columns for Ativo, Circulante, Passivo e Patrimônio Líquido, Demonstrações dos Resultados, and Total. Rows include Caixa e Equivalentes de Caixa, Estoques, Imobilizado, etc.

Table titled 'Demonstrações dos Fluxos de Caixa' showing Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais, Investimentos, and Financeiras for 2024 and 2023.

Table titled 'Demonstrações das Mutações do Patrimônio Líquido' showing Saldo em 31/12/22, Lucro Líquido do Exercício, and Dividendos.

Names of directors and auditors: Jorge Rossi, Sidney Catania, Daniel Costa, Conrado Comolatti Riuvo, Sergio Comolatti.

Distribuidora Automotiva S.A.

CNPJ nº 61.490.561/0001-00

Relatório da Administração

Balanco Patrimonial em 31 de Dezembro de 2024 e 31 de Dezembro 2023 (Em R\$ 1)

Table with columns for Ativo, Circulante, Passivo e Patrimônio Líquido, Demonstrações dos Resultados, and Total. Rows include Caixa e Equivalentes de Caixa, Estoques, Imobilizado, etc.

Table titled 'Demonstrações dos Fluxos de Caixa' showing Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais, Investimentos, and Financeiras for 2024 and 2023.

Table titled 'Demonstrações das Mutações do Patrimônio Líquido' showing Saldo em 31/12/2022, Lucro Líquido do Exercício, and Dividendos.

Names of directors and auditors: Jorge Rossi, Sidney Catania, Daniel Costa, Conrado Comolatti Riuvo, Sergio Comolatti.

BANCO BMG S.A.

Companhia Aberta - CNPJ/MF 61.186.680/0001-74 - NIRE 3.530.046.248-3

Ata de Assembleia Geral Ordinária Realizada em 25 de Abril de 2025

Extensive text detailing the 2025 AGO meeting, including agenda items, resolutions, and the list of attendees and proxies.

EDITAL DE CITAÇÃO DO REQUERIDO EDILSON MAURO DA COSTA JÚNIOR, EXPEDIDO NOS AUTOS DA AÇÃO DE MODIFICAÇÃO DE GUARDA...

Edital de citação-Prazo de 30 dias. Processo nº 1001721-55.2024.8.26.0219.0(A) MM. Juiz(a) de Direito da Vara Única...

Advertisement for 'O JORNAL CERTIFICA AS PUBLICAÇÕES LEGAIS COM PONTUALIDADE E TRANSPARÊNCIA, GARANTINDO A SEGURANÇA JURÍDICA.' Includes logos for CENP, ANJ, ABRA, and JORNAL DO INTERIOR.

Declaração de Propósito (Resolução CNSP 422, de 2021) for SKY SEGURADORA S.A., detailing the company's structure and regulatory compliance.

GOPLAN S/A CNPJ nº 37.422.096/0001-96. EDITAL DE CONVOCAÇÃO DE ASSEMBLEIA GERAL ORDINÁRIA EXTRAORDINÁRIA...

Advertisement for 'Empresas & Negócios' featuring a QR code and the text 'Publicidade Legal'.



Ética e Integridade

Denise Debiasi

Bi2 PARTNERS

Tipos de dados da LGPD



Recentemente, presenciei uma situação que me fez refletir sobre o quanto ainda subestimamos a proteção de dados pessoais. Uma empresa, sem perceber, estava armazenando informações sensíveis de clientes de maneira desprotegida, em uma pasta aberta na nuvem, com todos os funcionários podendo acessar. Parecia um detalhe técnico mas, quando o problema veio à tona, ficou claro o risco real: um vazamento poderia expor informações privadas, prejudicar os clientes e manchar a reputação da empresa.

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) deixa claro que toda empresa precisa ser responsável pelas informações que coleta, mas você já parou para pensar quais dados realmente precisam de proteção? A lei categoriza essas informações de formas diferentes, sendo as mais importantes os dados pessoais e os dados pessoais sensíveis.

Os dados pessoais são aqueles que permitem identificar uma pessoa, seja diretamente (como nome, CPF, telefone) ou de forma indireta, cruzando informações (como localização, hábitos de consumo e até cookies de navegação). Parece algo distante, mas basta pensar no quanto os aplicativos e sites que usamos diariamente sabem sobre nós. Um simples histórico de compras já pode traçar um perfil detalhado de alguém.

Agora, imagine que um sistema de cadastro de clientes vazasse essas informações. Dependendo do contexto, isso pode expor preferências pessoais, rotina e até dados financeiros, aumentando o risco de golpes e fraudes. É por isso que qualquer empresa que colete ou armazene esse tipo de dado precisa garantir segurança e conformidade com a lei.

Se os dados pessoais já pedem cuidado, os dados sensíveis exigem um nível de proteção ainda maior.

Aqui, estou falando de informações que podem gerar discriminação ou afetar diretamente a vida de uma pessoa: origem racial, religião, posição política, saúde, genética, biometria e vida sexual são alguns exemplos.

A LGPD exige que o tratamento de dados sensíveis seja feito com consentimento explícito do titular e para uma finalidade bem definida. Existem exceções, como em casos de interesse público, pesquisas científicas ou para proteger a vida, mas qualquer empresa que lide com esse tipo de informação precisa estar ciente dos riscos e adotar medidas eficazes para evitar vazamentos.

Além dos dados pessoais e sensíveis, a LGPD também menciona os dados públicos e os dados anonimizados. Os primeiros são informações já disponíveis publicamente, mas isso não significa que podem ser usados de qualquer jeito. Já os dados anonimizados são aqueles que passaram por um processo para impedir a identificação da pessoa – porém, se for possível reverter esse processo, eles voltam a ser protegidos pela LGPD.

No fim das contas, os dados são ativos valiosos. Quando bem protegidos, garantem segurança e confiança; quando negligenciados, podem resultar em problemas legais e danos irreparáveis para indivíduos e empresas. O desafio não está apenas em cumprir a lei, mas em criar uma cultura de respeito à privacidade e ao uso responsável das informações.

Se a sua empresa trata dados pessoais, a pergunta que fica é: vocês realmente estão preparados para lidar com essa responsabilidade?

Saiba quem é a nossa Colunista:

Denise Debiasi é CEO da Bi2 Partners, reconhecida pela expertise e reputação de seus profissionais nas áreas de investigações globais e inteligência estratégica, governança e finanças corporativas, conformidade com leis nacionais e internacionais de combate à corrupção, antissuborno e antilavagem de dinheiro, arbitragem e suporte a litígios, entre outros serviços de primeira importância em mercados emergentes.

Por que o varejo está virando banco — e o que isso diz sobre o futuro do consumo

Durante muito tempo, o varejo operou em uma lógica simples: atrair, vender, repetir. A eficiência estava na operação, e o crescimento vinha da escala. Mas essa equação já não fecha sozinha

Daniel Lasse (*)

Com margens comprimidas, aumento do custo de capital e um consumidor cada vez mais conectado e exigente, o setor precisou rever sua proposta de valor. A resposta tem sido cada vez mais clara nas mesas de negociação de M&A: transformar o varejo em plataforma financeira.

Esse movimento vai além da busca por novas receitas. Envolve assumir um papel mais relevante na vida do consumidor, oferecendo crédito como ferramenta para garantir acesso e continuidade no consumo. Mas não se trata de qualquer crédito, e sim de um modelo inteligente, responsável e centrado no relacionamento. Um bom exemplo é o antigo “Carnê do Baú”, em que o cliente voltava à loja mês a mês para quitar as parcelas da geladeira, e assim, para além do crédito, criava-se vínculo, recorrência e fluxo de loja.

A aquisição - ou criação - de fintechs por grandes redes varejistas não é uma tendência passageira, mas um movimento estratégico com implicações práticas. Ao dominar soluções financeiras, como meios de pagamento, crédito e contas digitais, o varejo deixa de depender



Meliponnem, CANVA

de terceiros para viabilizar o consumo. Passa a ser, ele mesmo, o facilitador. E isso muda tudo: margens, modelo de negócio, relacionamento com o cliente, e, sobretudo, a previsibilidade da receita.

É uma lógica que já se comprova no mercado. Acompanhei de perto um varejista que criou uma fintech especializada em oferecer crédito para negativados, público que ele já atendia no varejo físico. Em pouco tempo, essa nova operação passou a representar 20% do faturamento total da companhia. Assim, essa estratégia não se trata apenas de um “novo produto”, mas de uma reconfiguração da proposta de valor. Não é mais sobre vender a TV, mas sobre financiar o desejo de tê-la com saúde.

Na prática, esse movimento insere o varejo em um novo setor: o dos serviços finan-

ceiros. E aqui, os ativos mais desejados são claros. Fintechs com tecnologia proprietária, motores de crédito calibrados, APIs prontas para escalar rapidamente estão no centro das estratégias de aquisição. Isso porque, além da margem mais atrativa, elas permitem um cross-sell altamente eficiente com uma base de clientes já consolidada e, muitas vezes, subaproveitada.

Naturalmente, há desafios. A integração entre operações tão distintas exige mais do que sinergia, é necessário convergência real de propósito e direção. Varejistas acostumados com ciclos longos de decisão muitas vezes enfrentam fricções com o mindset ágil das fintechs. A falta de um planejamento de governança robusto pode levar à perda de talentos, descontinuidade da inovação e erosão de valor. Por isso, é essencial começar com clareza de papéis, definição de

objetivos comuns e preservação da autonomia da fintech, ao menos no início.

Por fim, é impossível ignorar a complexidade regulatória. O sistema financeiro brasileiro é exigente, e com razão. Bancarizar uma base de clientes demanda não apenas tecnologia, mas estrutura legal e compliance afinado. O licenciamento no Banco Central, seguindo as regulamentações exigidas, regras de PLD (Prevenção à Lavagem de Dinheiro), KYC (Know Your Client) e LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados), precisam estar no radar desde o início do deal, sob risco de comprometer não apenas a operação, mas a reputação da empresa.

De fato, o varejo brasileiro está deixando de ser apenas um ponto de venda, e se tornando uma infraestrutura de consumo. Quem dominar essa transição com visão estratégica, capacidade de execução e respeito às especificidades do setor financeiro estará mais bem posicionado para disputar o futuro. Porque nesse novo jogo, não ganha quem vende mais, ganha quem constrói relacionamentos duradouros, recorrentes e rentáveis com o consumidor.

(*) - É CEO da Value Capital, boutique de M&A especializada em middle market.

Sardenberg, Doutor Agro e Ferreirinha estão na programação da FICOMEX 2025

Jornalista Carlos Alberto Sardenberg abre a programação com palestra magna e mediará debate entre governadores. Evento também reúne especialistas renomados em economia, agronegócio, inovação e mercado global. Grandes palestrantes nacionais e internacionais estão confirmados na programação da Feira Internacional do Comércio Exterior do Brasil Central (FICOMEX), de 4 a 6 de setembro, no Centro de Convenções de Goiânia. A FICOMEX 2025, uma realização da ACIEG e da Faciest, será inaugurada com a palestra magna do jornalista Carlos Alberto Sardenberg. Além dele, o agrônomo Marcos Fava Neves, o Doutor Agro, o economista-chefe do Banco do Brasil, Marcelo Rebelo Lopes, e Carlos Ferreirinha, o maior especialista em luxo e gestão de mercados premium da América Latina, serão as principais atrações do palco da Arena FICOMEX.

“Conseguimos reunir nomes de grande impacto para os setores da economia, do agronegócio e da inovação. Isso reforça nossa missão de ser o maior evento de internacionalização de negócios do país”, destaca Rubens Fileti, presidente da

Associação Comercial, Industrial e de Serviços do Estado de Goiás.

A abertura oficial da FICOMEX 2025 terá a presença de representantes de governos estaduais, municipais e do setor produtivo, sendo esperado também o embaixador do evento, Gustavo Lima. A cerimônia homenageará com a Comenda FICOMEX representantes de entidades e personalidades que atuam em prol do comércio exterior do Brasil.

Marcos Fava Neves, o Doutor Agro, abre o segundo dia de Feira com a palestra “O Agro Empoderando o Brasil”, um oferecimento da Federação da Agricultura e Pecuária de Goiás (FAEG). A manhã é encerrada com a palestra “Cenário Econômico Brasileiro Pós Tarifas”, conduzida pelo economista-chefe do Banco do Brasil, Marcelo Rebelo Lopes, que também é especialista em mercado de capitais pelo New York Institute of Finance. A agenda do dia envolve ainda a ACIEG Mulher, que traz Carlos Ferreirinha, especialista em gestão e mercado de luxo [https://ficomex.acieg.com.br/#inscricoes].

Registro Civil de Pessoas

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

Faço público a saber que: **APARECIDA ANTUNES DE CAMPOS**, nascida em São Paulo, SP, em 30/08/1970, filha de Boaventura Antunes de Campos e de Ivoni Toledo de Campos, nos termos do artigo 56 da Lei 6015/73 alterada pela Lei Federal 14.822/2022 promoveu a alteração do seu nome para: **HADIJA YARIN ANTUNES DE CAMPOS**.

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

Leapy Ltda.

CNPJ/MF nº 46.814.666/0001-84 - NIRE 35239337190

2ª ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL TRANSFORMAÇÃO DE SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA EM SOCIEDADE POR AÇÕES.
Pelo presente instrumento particular: **Daniel Nunes de Souza Almeida**, RG nº 37.702.388-98, (“Daniel”); **Mathus Vinicius Ramalho Fonseca**, e RG nº 45.452.364-6 SSP/SP/CPF/MF nº 422.556.398-74, (“Mathus”); e **Marlon Wanderlich Leis Vieira**, RG nº 15.574.660 SSP/SP/CPF/MF nº 104.319.756-71, (“Marlon”); em conjunto com Daniel e Mathus, os “Sócios Fundadores”. Unicos sócios da sociedade empresária limitada, denominada **Leapy Ltda.**, (“CNPJ/MF”) sob o nº 46.814.666/0001-84 (“Sociedade”). E, ainda, como intervenientes-aneantes, e acionistas ingressantes da Sociedade nos termos das resoluções tomadas abaixo: **Eduardo Shimizu de Gouveia**, RG nº 34.477.413-2, CPF/MF nº 331.217.388-44, (“Eduardo”); **Gabriel Marcos Pasmann Eisenrath**, RG nº 37.492.396-6, CPF/ME nº 377.002.388-98, (“Gabriel”); **Luiz Guilherme Guimarães Leite**, RG nº 65.593.190, CPF/ME nº 099.301.606-22, (“Luiz Guilherme”); **Marlon Amador Poutrel Junek**, RG nº 30.900.654-4, CPF sob nº 389.625.498-75, (“Marlon”); **Carlos Eduardo Araújo Parizotto**, RG nº 23.006.776-1, CPF/ME nº 256.190.378-85, (“Carlos”); **Enrico Bortoluzzo Cassiano**, RG nº 46.694.343-x, CPF/MF nº 378.514.418-03, (“Enrico”); **João Pedro Gava Rotta**, RG nº 054.698.908-7, (“João”); **Luciana Guimaraes de Carvalho**, RG nº 17.633.329, CPF/ME nº 073.355.576-40, (“Luciana”); **Samih Alexandre Mikhael**, RG nº 53.741.699 SP/GC, CPF/ME sob nº 037.353.781-61, (“Samih”); **Antonio Raphael Zingoni Andrade Macchioni**, RG nº 41.798.508-3, CPF/MF nº 408.916.838-3, (“Antonio”); **Victor Nogueira dos Santos**, RG nº 33.981.960-1, CPF/ME nº 341.886.168-73, (“Victor”); **Bernardo Corrêa Ribeiro**, RG nº MG-11.802.440, CPF/MF nº 108.349.596-82, residente e domiciliado na cidade de Nova Lima, Estado de Minas Gerais, na Alameda do Morro, 110, apt 1306, CEP 34006-083 (“Bernardo”); **Karen Fletcher Lopes Mouavad**, RG nº 38.561.385-4, CPF/ME nº 416.405.048-93, (“Karen”); **Lucas Wu Castro**, RG nº 13.179.844-80 SSP-BA, CPF/MF nº 042.007.675-11, (“Lucas Wu”); **Emerson Luiz Coelho**, RG nº 4.911.346-3, CPF/MF nº 903.955.579-68, (“Emerson”); **Lucas Souza Vaz**, RG nº MG.16.745-909, CPF/ME nº 415.444.908-79, (“Lucas Souza”); **Marcos Hiran Vasconcelos Lopes Silva**, RG nº 24.303.085-x, CPF/MF nº 949.618.916-49, (“Marcos”); **Paulo Rogério Martins**, RG nº 24.345.765-x, CPF/MF nº 195.416.648-65, (“Paulo Rogério”); **Rodolfo Moura Juliano**, RG nº 41.015.327-8, CPF/ME nº 410.076.558-51, (“Rodolfo”); **Saulo Esteves Rodrigues**, RG nº 35.138.526-5, CPF/ME nº 315.890.178-77, (“Saulo”); **Sergio Henrique Galliani**, RG nº 12.566.839, CPF/ME nº 082.736.158-04, (“Sergio”); **Raymond Swaye**, RG nº 52.885.131-7, CPF/ME nº 430.476.018-10, (“Raymond”); **Luiz Eduardo Matos**, RG nº 34.683.654-2, CPF/ME nº 416.988.068-41, (“Luiz Eduardo”); **Massula Participações Ltda.**, CNPJ/MF nº 55.905.916/0001-82, (“Massula”); **Mathus Fernandes Furini**, RG nº 35.807.200-1, inscrito no CPF/ME nº 344.209.278-79, (“Mathus”); **Aury Ronan Franicorino**, RG nº 7.971.865-6, SESEP/PR, CPF/ME nº 039.730.159-61, (“Aury”); **Lucas Terra Cardial**, RG nº 38.162.979-9, CPF/ME nº 410.739.358-50, (“Lucas Terra”); **Synthase Ventures Participações Ltda.**, CNPJ/MF sob o nº 32.994.429/0001-38, registrada na JUCESP sob o NIRE nº 3525468761, (“Synthase”); **Antropofagia, LLC**, empresa domiciliada no exterior, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 33.994.354/0001-58, (“Antropofagia”); **Fabrizio Petenati**, RG nº 24.858.313-x, CPF/ME nº 266.674.188-52, (“Fabrizio”); **Livia Trier Kuga**, RG nº 37.631.370-x (SSP), CPF/ME nº 391.327.468-57, (“Livia”); **Ricardo Luiz Coelho Duarte**, RG nº 33.654.064-4 SSP-SP, inscrito no CPF/ME sob o nº 385.760.808-00, (“Ricardo Duarte”); e **Astella Journey V Master Fund de Investimento em Participações Multiestratégia Responsabilidade Limitada**, CNPJ/MF sob o nº 44.702.849/0001-82, devidamente registrada na Comissão de Valores Mobiliários (“CVM”), neste ato representada por seu gestor, Astella Investimentos, Assessoria, Gestão e Participações Ltda., CNPJ/MF nº 09.268.642/0001-40, representada por seu representante legal, Sr. **Marcelo Hildeberto Sato**, RG nº 22.616.687-9 SSP/SP, CPF/MF nº 172.388.168-65, (“Astella”), e em conjunto com Eduardo, Gabriel, Luiz Guilherme, Marlon, Carlos, Enrico, João, Luciano, Samih, Antonio, Victor, Bruno, Karen, Lucas Wu, Emerson, Lucas Souza, Marcos, Paulo Rogério, Rodolfo, Saulo, Sérgio, Raymond, Luiz Eduardo, Massula, Mathus, Aury, Lucas Terra, Synthase, Antropofagia, Fabrizio, Livia, e Ricardo Duarte, os “Acionistas Ingressantes”. **Resolvem**, de comum acordo e por unanimidade, celebrar a 2ª Alteração do Contrato Social da Sociedade (“Instrumento”), para, entre outras deliberações, transformar a sociedade limitada em sociedade anônima de capital fechado, aumentar o capital social, aceitar o ingresso de novos acionistas, constituir e eleger membros do conselho de administração, e aprovar seu estatuto social, procedendo, para tanto, da seguinte forma: **1. Transformação em Sociedade Anônima**. **1.1.** Os sócios resolvem aprovar a transformação da Sociedade em uma sociedade anônima de capital fechado, a qual será regida pela Lei nº 6.404/76 (“Lei nº 6.404/1976” ou “Lei das Sociedades por Ações”) sub-rogando-se todos os direitos e obrigações pertinentes. **1.2.** Em virtude da transformação indicada acima, a denominação social da Sociedade passa a ser **Leapy S.A.** (doravante “Companhia”), em conformidade com o artigo 3º da Lei nº 6.404/76, sendo que o objeto social e a sede da Companhia permanecerão os mesmos. **1.3.** Considerando a transformação disposta acima, os sócios tornam-se acionistas da Companhia, e passam a deter ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal (“Ações Ordinárias”), mediante a conversão da totalidade das quotas detidas por cada um dos acionistas no capital da Sociedade, na razão de 100 Ações Ordinárias para cada 1 quota. **1.4.** Dessa forma, o capital social da Sociedade, já totalmente subscrito e integralizado, no montante de R\$ 15.000,00, passa a ser representado por 1.500.000 Ações Ordinárias, todas com direito de voto, reconstituindo os sócios o número de ações ordinárias correspondente ao percentual de suas participações societárias anteriores, conforme boletins de subscrição que integram o Anexo I, o Anexo II e o Anexo III. **2. Aumento do Capital Social, Criação de Ações Preferenciais e Conversão dos Mútos Conversíveis e Criação de novas ações**. **2.1.** Os acionistas aprovam, por unanimidade, a criação de ações preferenciais nominativas, sem valor nominal, com direito a voto, sem restrições, que conferirão aos seus titulares prioridade no reembolso do capital sem prêmio no caso de liquidação da Companhia ou evento de liquidez (“Ações Preferenciais”), subdivididas em Ações Preferenciais Classe Seed-1, Ações Preferenciais Classe Seed-2, Ações Preferenciais Classe A e Ações Preferenciais Classe A-1. Os direitos, preferências e vantagens das ações preferenciais serão descritos no estatuto social da Companhia. **2.2.** Considerando que o capital social da Companhia encontra-se totalmente subscrito e integralizado em moeda corrente nacional, os atuais acionistas, mediante renúncia de seus respectivos direitos de preferência na subscrição de novas ações emitidas pela Companhia, resolvem aumentar o capital social da Companhia de R\$ 15.000,00 para R\$ 17.191.908,48, mediante a emissão de 652.236 novas ações, sendo 66.700 Ações Preferenciais Classe Seed-1, 39.392 Ações Preferenciais Classe Seed-2, 537.144 Ações Preferenciais Classe A e 3.000 Ações Preferenciais Classe A-1, conforme especificado nos respectivos boletins de subscrição. Todos os valores integralizados são destinados ao capital social da Sociedade. **2.3.** O Anexo IV, Anexo V, Anexo VI, Anexo VII, Anexo VIII, Anexo IX, Anexo X, Anexo XI, Anexo XII, Anexo XIII, Anexo XIV, Anexo XV, Anexo XVI, Anexo XVII, Anexo XVIII, Anexo XIX, Anexo XX, Anexo XXI, Anexo XXII, Anexo XXIII, Anexo XXIV, Anexo XXV, Anexo XXVI, Anexo XXVII, Anexo XXVIII, Anexo XXIX, Anexo XXX, Anexo XXXI, Anexo XXXII, Anexo XXXIII, Anexo XXXIV, Anexo XXXV, Anexo XXXVI, Anexo XXXVII, Anexo XXXVIII, Anexo XXXIX, Anexo XL, Anexo XLI, Anexo XLII, Anexo XLIII, Anexo XLIV, Anexo XLV, Anexo XLVI e o Anexo XLVII deste instrumento contém os boletins de subscrição das Ações Preferenciais ora subscritas, detalhando o respectivo subscritor como novo acionista da Companhia, bem como o número de ações emitidas, o preço de emissão e as condições de pagamento por parte de cada Acionista Ingressante. Os sócios e os Acionistas Ingressantes (doravante denominados, em conjunto, simplesmente como acionistas da Companhia) esclarecem que as Ações Preferenciais ora emitidas são integralizadas nos termos dos respectivos boletins de subscrição contra a Companhia. Mediante a assinatura dos respectivos boletins de subscrição, os Acionistas Ingressantes se tornam acionistas da Companhia, e passam a deter Ações Preferenciais, nominativas e sem valor nominal. **2.4.** Adicionalmente, os acionistas aprovam, por unanimidade, a criação de capital autorizado da Companhia em até (i) 191.511 Ações Ordinárias para emissão única e exclusivamente nos termos do plano de opção de compra de ações, nos termos que venham a ser aprovados pelo conselho de administração da Companhia, e (ii) 65.260 Ações Preferenciais Classe A, que poderão ser emitidas exclusivamente nos termos do Contrato de Investimento e Subscrição de Ações firmado entre os acionistas nesta data. **2.5.** O conselho de administração da Companhia terá poderes para a emissão de ações sob o capital autorizado sem a necessidade de aprovação em assembleia geral, nos termos do plano de opção de compra de ações. **3. Criação do Conselho de Administração e Eleição de Seus Membros**. **3.1.** Os acionistas aprovam a criação do Conselho de Administração da Companhia, que será composto por 4 membros, acionistas ou não da Companhia, residentes ou não no país, com mandato unificado de 2 anos, permitida a reeleição. As normas sobre convocação, instalação e funcionamento do Conselho de Administração serão estabelecidas no Estatuto Social da Companhia, cujas cláusulas relacionadas à administração da Companhia serão alteradas para prever a existência e o funcionamento do Conselho de Administração. **3.2.** Os acionistas decidem eleger para compor o Conselho de Administração da Companhia os seguintes membros: (i) **Daniel Nunes de Souza Almeida**, acima qualificado, como membro presidente do Conselho de Administração da Companhia; (ii) **Mathus Vinicius Ramalho Fonseca**, acima qualificado, como membro do Conselho de Administração da Companhia; (iii) **Marlon Wanderlich Leis Vieira**, acima qualificado, como membro do Conselho de Administração da Companhia; e (iv) **Marcelo Hildeberto Sato**, RG nº 22.616.687-9 SSP/SP, inscrito no CPF/MF sob o nº 172.388.168-65, como membro do Conselho de Administração da Companhia. **3.3.** Os membros do Conselho de Administração ora eleitos são empilhados em seus cargos de acordo com os Termos de Pressão anexo a este Instrumento na forma do Anexo XLVIII, Anexo XLIX, Anexo L e do Anexo LI pelo prazo de 2 anos. **4. Aprovação do Estatuto Social da Companhia**. **4.1.** Adicionalmente, os acionistas aprovam por unanimidade, sem que possam reservar ou ressaltar, o Estatuto Social da Companhia, que integra o presente instrumento nos termos do Anexo LI e será mantido na sede da Companhia, o qual, juntamente com a Lei das Sociedades por Ações e o acordo de acionistas da Companhia, que está arquivado em sua sede e das demais disposições legais aplicáveis, passa a reger a Companhia a partir desta data. **E, por estarem justos e acordados**, os acionistas assinam o presente instrumento eletronicamente, o qual segue para registro na JUCESP, São Paulo/SP, 30/04/2025. **Visto do advogado: Paula Bobrow** - OAB/SP nº 414.235. Integra da Ata se encontra disponível no site: www.jornalempresasnegocios.com.br.
Juceesp sob NIRE nº 35300669282 e nº 224.325/25-5 em 11/07/2025. Aloizio E. Soares Junior - Secretário Geral em Exercício.



RonFullHD_CANVA

AVANÇO

MESMO COM RECUO DO E-COMMERCE, VAREJO BRASILEIRO CRESCE 2,4%

Avanço vem puxado pelas lojas físicas, enquanto o digital recuou 6,8%, apontando a necessidade de estratégias mais integradas entre canais

O varejo brasileiro cresceu 2,4% em julho de 2025, segundo o Índice do Varejo Stone (IVS), divulgado pela Forbes Brasil. Enquanto as lojas físicas registraram avanço mais moderado, de 0,7%, o comércio digital apresentou retração de 6,8% no período. Apesar da desaceleração pontual do e-commerce, especialistas destacam que os marketplaces e as estratégias digitais seguem como protagonistas da transformação do setor, reforçando a importância da presença online para resultados consistentes e competitivos.

Para o especialista em marketing e estratégia de negócios Frederico Burlamaqui, o crescimento do varejo digital e a força dos marketplaces estão diretamente ligados às mudanças no comportamento do consumidor brasileiro. “O cliente de hoje é mais informado e conectado. Muitas compras começam online, mesmo quando a finalização ocorre na loja física. Marketplaces reúnem variedade, preço competitivo e conveniência, oferecendo experiência segura e eficiente tanto para o consumidor quanto para as marcas”, explica.

Experiência física e digital - Burlamaqui explica que mesmo com o crescimento acelerado do comércio online, as lojas físicas continuam tendo papel estratégico, principalmente em segmentos que exigem interação direta com o produto ou atendimento especializado. “As lojas físicas não perderam relevância, mas precisam se reinventar para atender às novas expectativas do consumidor. Integrar a experiência do cliente no ponto físico com o digital permite oferecer mais praticidade, conforto e personalização. Isso não só aumenta a satisfação do consumidor, mas também fortalece a fidelização e potencializa o ticket médio, criando um ciclo virtuoso de engajamento e receita”, afirma.

Além de integrar lojas físicas e digitais, a profissionalização do varejo online se torna um fator essencial para manter a competitividade e atender às novas expectativas do consumidor. Nesse ponto, investimentos em logística ágil, atendimento personalizado e análise de dados permitem que as campanhas sejam mais segmentadas e assertivas, potencializando a experiência de compra em todos os canais. “Marketplaces oferecem estrutura e tráfego, mas o verdadeiro sucesso depende de uma gestão cuidadosa do mix de produtos, dos prazos de entrega e da comunicação com o consumidor. Empresas que enxergam o digital como uma extensão natural do negócio conseguem resultados consistentes e duradouros, construindo vantagem competitiva sustentável”, explica.



Divulgação

Dicas do especialista para varejistas se adaptarem ao cenário digital

1 Integração de canais – A unificação de estoque, preços e comunicação entre lojas físicas e online cria uma experiência fluida para o cliente, evitando confusão e reforçando a confiança. “Quando o consumidor percebe que a marca oferece uma jornada contínua, seja comprando na loja ou pelo e-commerce, aumenta a fidelização e o ticket médio”, explica Burlamaqui.

2 Presença em marketplaces estratégicos – Escolher plataformas que conversem com o público-alvo e investir em posicionamento dentro delas aumenta visibilidade e vendas. “Não se trata apenas de estar presente, mas de se destacar. Marketplaces podem trazer tráfego, mas quem se comunica de forma clara e segmentada consegue converter muito mais”, afirma o especialista.

3 Otimização logística – Garantir prazos competitivos, rastreamento eficiente e entregas confiáveis é decisivo para a satisfação do consumidor. “A experiência de entrega impacta diretamente na percepção da marca. Problemas logísticos podem destruir a reputação construída com esforço”, alerta Burlamaqui.

4 Uso de dados para personalização – Informações de compra e navegação permitem criar ofertas segmentadas e aumentar a conversão. “Quem entende o comportamento do consumidor consegue antecipar necessidades e oferecer exatamente o que ele busca, aumentando engajamento e vendas”, explica.

5 Treinamento de equipes – Capacitar colaboradores para atender bem tanto no físico quanto no digital garante consistência da marca. “O atendimento humanizado faz diferença. Equipes bem preparadas transformam experiências em fidelização”, destaca Burlamaqui.

6 Investimento em experiência do cliente – Embalagens atrativas, pós-venda eficiente e atenção aos detalhes geram percepção de valor e fidelidade. “Experiência não é só preço ou produto; é cada interação. Marcas que investem nisso se diferenciam no mercado”, comenta o especialista.

7 Adoção de tecnologia de apoio – Ferramentas de CRM, automação de marketing e gestão de estoque ajudam a otimizar processos e decisões estratégicas. “Tecnologia permite eficiência e rapidez. Quem usa dados para tomar decisões minimiza erros e maximiza oportunidades”, diz Burlamaqui.

8 Exploração de social commerce – Integrar vendas a redes sociais amplia alcance e facilita compras impulsivas. “As redes sociais não são só canais de marketing; são pontos de venda estratégicos para engajar e converter o consumidor”, reforça o especialista.

9 Monitoramento de métricas de performance – Acompanhar taxa de conversão, abandono de carrinho e ticket médio ajuda a ajustar estratégias rapidamente. “Sem medir performance, não há como corrigir rotas. Indicadores mostram onde melhorar e onde investir mais”, alerta Burlamaqui.

10 Promoções inteligentes – Campanhas limitadas no tempo e personalizadas estimulam engajamento sem comprometer a margem. “Promoção bem planejada cria senso de urgência e valor percebido, mas precisa ser estratégica para não afetar lucratividade”, conclui o especialista.



Blue_Planet_Studio_CANVA