

CADA VEZ MAIS RELEVANTE



HOLDING FAMILIAR: A ESTRATÉGIA QUE EVITA BRIGAS ENTRE HERDEIROS E PROTEGE O PATRIMÔNIO

▶▶ Leia na página 8

IA x Customer Experience: o que você precisa saber para empreender?

No Brasil, as pessoas seguem apostando no empreendedorismo. Segundo uma pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), o número de CNPJs chegou a 1.407.010 até março de 2025.

Mas, se por um lado o número de interessados em empreender aumenta, por outro, os desafios também evoluem, exigindo novos conhecimentos, novas ferramentas e um novo olhar para o mercado.

Empreender não é apenas sobre ter uma boa ideia ou o desejo de "ser o próprio chefe". É sobre disciplina, consistência, capacidade de adaptação e, principalmente, entendimento de como o mundo está mudando. Assim, os dois conceitos se destacam nesse novo cenário: Inteligência Artificial (IA) e Customer Experience (CX). Essas não são apenas tendências, são pilares e existe uma diferença fundamental entre eles: a IA é a tecnologia e o CX é o resultado que você deseja alcançar com ela.

Com a IA, é possível automatizar processos, prever comportamentos e tomar decisões mais assertivas com base em dados. Com o Customer Experience, é possível perceber como o cliente interage com a sua marca. Ou seja, usar IA não garante um bom CX, mas uma IA bem aplicada pode transformar completamente a experiência do cliente. O futuro pertence a quem souber unir os dois: inovação com empatia, automação com personalização.

Apesar de todas as tecnologias que temos disponíveis, empreender continua sendo sobre pessoas. Para isso, algumas habilidades continuam sendo insubstituíveis. Nada grande se constrói sozinho. No início, talvez você só tenha um parceiro,

Uniping_CANVA



“ Criar metas, organizar prazos e usar ferramentas (como OKRs ou aplicativos de produtividade) pode parecer simples, mas faz toda a diferença entre estagnar ou avançar.

um fornecedor ou um cliente. Mas já será preciso saber como se relacionar, dar e receber feedbacks, entender o que motiva e o que trava as pessoas.

Outro ponto importante é ter um bom planejamento, sem ele, não há crescimento. Criar metas, organizar prazos e usar ferramentas (como OKRs ou aplicativos de produtividade) pode parecer simples, mas faz toda a diferença entre estagnar ou avançar. Além disso, o autoconhecimento é o combustível da evolução. Quem não reconhece seus pontos fracos, dificilmente conseguirá liderar outros ou lidar com os obstáculos do caminho.

Ao pensar em habilidades técnicas, é necessário dominar ou ao menos conhecer bem a análise de dados, saber extrair insi-

ghts de relatórios, dashboards e pesquisas pode revelar oportunidades escondidas e tornar suas decisões mais estratégicas. E a aplicabilidade da IA pode ajudar, mas para isso, é preciso saber como usá-la. Ferramentas de automação, atendimento, recomendação de produtos ou análise de comportamento estão aí e são acessíveis, sendo necessário entender como elas podem auxiliar o crescimento do seu negócio.

O cliente do futuro é mais exigente, mais informado e menos tolerante a experiências ruins. Entender o comportamento humano e aceitar que a atualização deve ser constante para compreender cada vez mais o cliente é essencial para se adaptar rapidamente.

(Fonte: Eduardo Córdova é CEO e fundador do market4u).

Na era dos dados, gerar insights confiáveis é o novo desafio

Vivemos a era dos dados. Diariamente, segundo a IBM, o mundo gera 2,5 quintilhões de dados. ▶▶

Super CEO: até onde vai sua responsabilidade?

Se tem um executivo estratégico para alavancar o crescimento da empresa, certamente, esse é o CEO. A fama de sua responsabilidade nas operações corporativas é totalmente justificada, afinal, é ele quem toma decisões difíceis e define as estratégias e governanças que serão seguidas com base nas metas estipuladas. ▶▶

Como combater revenda ilegal de ingressos digitais

Com o avanço da tecnologia, muitas empresas que realizam compra e venda de ingressos para eventos se digitalizaram. ▶▶

Fintechs apostam nas novas gerações para construir o mercado de amanhã

O interesse dos jovens por oportunidades de trabalho fora do país, visando acelerar seu crescimento profissional, nunca foi tão evidente. Um estudo da Deel confirma essa movimentação ao mostrar que, em 2024, a contratação de brasileiros por companhias estrangeiras aumentou mais de 50%. Mas será que esse desenvolvimento não poderia acontecer aqui mesmo, no Brasil? As fintechs mostram que sim. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

ESTUDE NA CHINA

FEIRA EDUCACIONAL Estude em Pequim - China

ESPM - Rua Dr. Álvaro Alvim, 123 - Vila Mariana, São Paulo

ESTANDES DA FEIRA

- 7 Universidades
- 7 módulos de Ensino Médio
- Exposição HSK 2025

OPORTUNIDADES

- UNIVERSITÁRIOS: graduação, mestrado e doutorado nas universidades chinesas
- ENSINO MÉDIO: cursos de verão ou inverno

18 de junho, às 10h

1ª Edição da Feira Educacional "Estude em Pequim, China"

São Paulo recebe, no próximo dia 18 de junho, terça-feira, a primeira edição da feira "Estude em Pequim, China" – promovida pelo Instituto Confúcio da Unesp em parceria com a ESPM. O evento contará com a participação de 15 instituições de ensino chinesas, divididas em sete universidades, sete escolas de ensino médio e o Chinese Testing International Co., Ltd., central - responsável pela realização dos exames de proficiência em chinês. Com entrada gratuita, a Feira Educacional acontece das 10h às 16h no campus da ESPM. A cerimônia de abertura acontecerá às 10h30. O objetivo é oferecer aos alunos oportunidades de graduação, mestrado e doutorado nas universidades chinesas, bem como promover cursos de verão ou inverno e programas de intercâmbio na China para alunos do ensino médio (ESPM - Rua Dr. Álvaro Alvim, 123 - Vila Mariana, São Paulo – SP). ▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI



Senac lança Orango, plataforma digital com cursos 100% gratuitos e certificação

@O Senac acaba de lançar o Orango, plataforma de educação digital pensada sob medida para a geração Z, jovens entre 16 e 24 anos que estão ingressando no mercado de trabalho. Mais do que um ambiente virtual de aprendizagem, o Orango é um convite à experimentação, com cursos 100% gratuitos, curtos, interativos, com certificação e alinhados às tendências do mercado. Com interface intuitiva, o Orango representa um avanço estratégico na democratização da educação ao proporcionar uma experiência de aprendizado alinhada ao ritmo, aos interesses e à individualidade de cada jovem. O nome Orango já mostra a que veio: diferente, ousado e cheio de personalidade. Escolhido para provocar curiosidade, reforça a proposta de que aprender pode — e deve — ser uma experiência fora do comum. A identidade visual é outro diferencial: cores vibrantes, stickers e elementos gráficos animados foram pensados para dialogar com os hábitos visuais da geração Z (<https://orango.senac.br>). ▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Ranking Merco de Responsabilidade ESG 2024

A Merco, referência internacional na avaliação da reputação corporativa lança oficialmente no Brasil a 11ª edição do Ranking Merco de Responsabilidade ESG 2024. No resultado desse ano em primeiro lugar entre as empresas mais responsáveis no Brasil está a Natura (1º), seguida pelo Grupo Boticário (2º) e Ambev (3º). Além do Ranking geral são elaborados três rankings um para cada variável E (Meio Ambiente), S (Âmbito Interno, Social, Clientes e Sociedade) e G (Ética e Governança Corporativa), todos liderados pela Natura (O ranking completo, juntamente com a metodologia detalhada da Merco, está disponível para consulta no site oficial da organização: <https://www.merco.info/br/ranking-merco-responsabilidade-gobierno-corporativo>).

OPINIÃO

Como a IA transforma o ecossistema bancário brasileiro em AI-Centric

Alessandro Buonopane (*)

O setor bancário brasileiro vive uma inflexão histórica, guiada por um salto expressivo em investimentos em tecnologia que, nos últimos cinco anos, cresceram 58,4%, atingindo R\$ 47,8 bilhões previstos para 2025, segundo pesquisa da Febraban.

Esse ritmo intenso de alocação de recursos não apenas consolida os bancos como protagonistas da transformação digital, mas também ancora e acelera o desenvolvimento de todo o ecossistema de tecnologia da informação no país. No centro dessa revolução está a Inteligência Artificial (IA), que, junto à computação em nuvem, transforma radicalmente a estrutura, os produtos e a operação das instituições financeiras.

Vivemos um momento em que ser “digital-first” já não é suficiente e essa movimentação não ocorre ao acaso. Ela sustenta, de forma direta, a evolução de companhias de tecnologia – especialmente aquelas com atuação “AI-Centric” – que veem no setor financeiro um cliente cada vez mais sofisticado, exigente e disposto a investir em soluções de ponta.

O impulso por IA, IA Generativa e Analytics tem gerado um ciclo virtuoso: quanto mais os bancos avançam em maturidade tecnológica, mais demandam soluções inovadoras, abrindo espaço para parcerias, novos modelos de negócio e desenvolvimento de talentos especializados. No nosso caso, o setor financeiro é mais que um vertical de negócios – é um verdadeiro laboratório vivo para aplicações de IA em escala.

A consolidação da IA como um dos pilares da arquitetura bancária vai além do discurso. O estudo da Febraban mostra que 61% de aumento no investimento em IA e dados será destinado a aplicações com foco em eficiência operacional, segurança, personalização e predição. Os resultados são claros:

- 38% dos bancos que já implementaram IA registram ganhos superiores.
- 20% de crescimento em eficiência.
- 80% já incorporam IA Generativa em suas operações com aumentos mensuráveis de produtividade.

No entanto, o dado mais revelador talvez seja outro: menos da metade dessas instituições possui governança estruturada para IA, o que abre oportunidades para empresas de tecnologia atuarem também na maturidade e segurança dessa transformação. Essa corrida pela inteligência traz efeitos multiplicadores.

Em um país com desafios estruturais e gaps de infraestrutura, ver o setor financeiro migrar todos os seus domínios de negócios para a nuvem e ampliar os investimentos em cloud em 89% das instituições cria um padrão de exigência e competitividade. O impacto é imediato: infraestrutura mais flexível e escalável, maior capacidade de processar dados em tempo real e um ambiente mais propício à inovação

contínua. Trata-se de uma base tecnológica que, ao se consolidar nos bancos, beneficia toda a cadeia – de fintechs a provedores de software corporativo.

A tecnologia, quando aliada à estratégia, transforma não só o que fazemos, mas como pensamos. A personalização em tempo real, habilitada por IA e dados, já se tornou uma exigência dos clientes bancários e, com isso, molda todo o desenho de jornada e relacionamento das instituições. Segundo projeções internacionais, o mercado global de hiperpersonalização no setor financeiro pode alcançar US\$ 21,79 bilhões até 2031. Para as empresas de tecnologia que fornecem esse tipo de solução, há uma janela rara de oportunidades para escalar inovação com impacto direto e mensurável nos negócios de seus clientes.

O avanço da IA nos bancos também tem efeitos internos importantes: R\$ 1,4 bilhão serão investidos para melhorar a experiência de trabalho dos colaboradores, incluindo estratégias de reskilling e novas contratações em TI. Hoje, 11% do quadro dos bancos já está concentrado em tecnologia, com demanda crescente por desenvolvedores, cientistas de dados e especialistas em cibersegurança. Isso reforça um ponto crucial: inovação tecnológica no setor bancário é também uma política ativa de desenvolvimento de talentos e geração de empregos qualificados.

Em um cenário global onde 81% dos CEOs do setor bancário consideram o investimento em IA Generativa uma prioridade máxima, o Brasil se destaca não apenas pelo volume, porém pela velocidade de adoção. A tecnologia é, hoje, o maior diferencial competitivo dos bancos, e as empresas “AI-Centric” que atuam nesse ecossistema têm papel-chave em ajudar essas instituições a transformarem dados em decisões, processos em plataformas inteligentes e clientes como protagonistas de jornadas digitais transformadoras. Tudo isso posiciona o país como um centro de excelência em tecnologia bancária e contribui para o fortalecimento da imagem de polo de inovação tecnológica.

O futuro promete desafios e oportunidades ainda maiores, com tendências como tokenização de ativos, revolução nos pagamentos internacionais e transformação da engenharia de software através da IA. Mais do que uma reação à disrupção, o setor financeiro está pavimentando a trilha da próxima era da economia digital. O investimento contínuo em tecnologia por parte dos bancos não apenas sustenta, mas desafia o setor de TI brasileiro a inovar constantemente, com agilidade, responsabilidade e visão de futuro.

Em tempos de incerteza, esse movimento é um sinal claro: a transformação digital não é mais uma escolha – é o caminho para a relevância e a resiliência. O crescimento dos investimentos bancários em tecnologia não apenas sustenta, mas acelera o desenvolvimento do setor tecnológico brasileiro, criando um círculo virtuoso de inovação que beneficia toda a economia e reforça a posição do Brasil como protagonista na transformação digital global.

(*) CEO Brasil da GFT Technologies.

Tecnologia da Microsoft revoluciona previsão do tempo com inteligência artificial

A Microsoft anunciou uma ferramenta que deve trazer um avanço significativo à meteorologia.

Vivaldo José Breternitz (*)

Trata-se de um novo modelo de inteligência artificial capaz de prever com alta precisão a qualidade do ar, furacões, tufões e outros fenômenos atmosféricos.

A novidade foi detalhada em um artigo publicado na prestigiada revista *Nature* e em uma postagem no blog oficial da empresa. Batizado de Aurora, o modelo utiliza técnicas avançadas de IA e foi treinado com uma imensa quantidade de dados provenientes de satélites, radares, estações meteorológicas, simulações e dados históricos sobre o tempo.

Segundo a Microsoft, o Aurora supera métodos meteorológicos tradicionais tanto em velocidade quanto em exatidão, podendo ainda ser ajustado com dados adicionais para oferecer previsões mais específicas e localizadas.

Embora modelos meteorológicos baseados em IA não sejam novidade — o Google DeepMind, por exemplo, lançou recentemente o WeatherNext —, a Microsoft posiciona o Aurora como um dos líderes da área. O modelo se destaca por sua capacidade de apoiar centros de pesquisa e contribuir para o avanço da meteorologia.

Em testes, o Aurora previu a chegada do tufão Doksuri à China e às Filipinas com quatro dias de antecedência, superando inclusive previsões feitas por especialistas. Além disso, o modelo também se destacou ao antecipar a trajetória de ciclones tropicais durante a temporada 2022-2023, superando o desempenho do Centro Nacional de Furacões dos Estados Unidos. Outro feito foi a previsão bem-sucedida da tempestade de areia que atingiu o Iraque em 2022.

Tendo exigido uma infraestrutura computacional robusta para ser treinado, a Microsoft afirma que o Aurora é altamente eficiente na geração de previsões, conseguindo produzir resultados em segundos — enquanto sistemas tradicionais podem levar horas mesmo com o uso de supercomputadores.



Como parte de seu compromisso com a pesquisa aberta, a Microsoft disponibilizou o código-fonte do modelo ao público. Além disso, está incorporando uma versão especializada do Aurora em seu aplicativo MSN Weather, permitindo previsões horárias detalhadas, inclusive sobre cobertura de nuvens.

Com essa inovação, a Microsoft dá um passo importante na integração da inteligência artificial à ciência climática, oferecendo ferramentas que podem salvar vidas e mitigar os impactos de desastres naturais.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor e consultor – vjnitiz@gmail.com.

IA, linguagem e produtividade para cibersegurança

A cibersegurança sempre está ligada ao negócio e, claro, com a IA não poderia ser diferente.

Mas o que muitos não esperavam era a rápida evolução no nosso dia a dia. Nem mesmo os mais otimistas fanáticos da Lei de Moore acreditariam nessa velocidade.

Pois bem, a era dos assistentes pessoais — e não estamos falando de Alexa ou algo assim — estamos falando de cenários muito mais evoluídos que adaptam linguagem falada, imagens, vídeos e até sons.

Quando olhamos essa dinâmica sob os olhos de cibersegurança, pensamos em como restringir ou limitar os usuários, só que dessa vez não será tão simples.

Boa parte da codificação dos sistemas já está sendo elaborada por IA e logo mais precisaremos dela para entender algo feito só por ela. Então precisamos entender como aproveitar melhor essa “extensão” de nossos cérebros — afinal, nós precisamos dormir — e quem pode ficar acordado é a IA (mesmo que gaste muita energia!).

A produtividade está em transformação, e precisamos nos adaptar para não



coibir a evolução com ideias antigas de cibersegurança. SIM, precisamos repensar como manter os controles, pois quem não evoluir será dragado para um espaço perdido na escuridão da lentidão.

Um analista que entender como utilizar os “assistentes” será mais produtivo, mas não necessariamente mais inteligente. É onde entram as tecnologias, integradoras e toda a cadeia de serviços de cibersegurança.

Agora, teremos nessa cadeia a IA prote-

gendo outras IAs maliciosas, mas também teremos cibersegurança desempenhada em partes por uma IA.

Cabe a nós inserirmos em nosso ecossistema a melhor cadeia de proteção HOMEM/MÁQUINA para cada tipo de negócio, unindo a inovação com o futuro da cibersegurança. Em um tempo de mudanças rápidas, os que se destacam são os que apresentam extrema capacidade de adaptação.

(Fonte: Gabriel Rimoli, diretor de produtos e alianças da NetSecurity).

News @TI

CESAR apoia Desafio InovaSolar

O CESAR realiza no dia 03 de junho, às 16h, um Meet Up online para debater o Desafio InovaSolar, uma iniciativa da ENGIE Brasil Energia para financiar projetos de pesquisa, desenvolvimento e inovação. Na ocasião, empreendedores poderão tirar dúvidas sobre o edital, que terá

foco na eficiência operacional e geração de energia dos parques solares no Brasil. Participam do encontro Lauro Elias Neto, diretor-executivo do CESAR; Caroline Dutra, coordenadora de Inovação e Pesquisa & Desenvolvimento da ENGIE; e Juliano Mazute, analista de Inovação e Pesquisa & Desenvolvimento da ENGIE (www.ENGIE.com.br/desafio-inovasolar).

ricardosouza@netjen.com.br

Editorias

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

Comercial: comercial@netjen.com.br

Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

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

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

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

Jornal Empresas & Negócios Ltda

Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP: 04128-080

Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: (netjen@netjen.com.br)

Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90

JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)

Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.

Alckmin diz que Haddad terá apoio integral do governo para meta fiscal

O vice-presidente da República e ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, Geraldo Alckmin, disse que o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, terá todo o apoio do governo para equilibrar a questão fiscal do país e alcançar a meta prevista

“Se fala muito da questão fiscal, mas quero lembrar o seguinte: o Haddad terá nosso apoio integral, para a gente fazer tudo que precisa fazer, contingenciamentos, esforço fiscal, para não ter déficit”, afirmou, durante a participação na mesa de abertura do Fórum Nova Indústria Brasil, promovido pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), na sede da instituição, no centro do Rio de Janeiro.

O vice-presidente ainda comparou o cenário fiscal atual com o de 2020, primeiro ano da pandemia da Covid-19. “O Brasil tinha um PIB de R\$ 8,5 trilhões, não pagou um centavo de dívida



Vice-presidente espera resultados positivos para economia em 2025.

e gastou quase R\$ 800 bilhões a mais. Quase 10% de déficit primário. Qual a desculpa? Covid. Covid teve no mundo inteiro. Quanto o México teve de déficit primário? 0,5%. Nós fizemos 9,1%”.

Já no ano passado, Alckmin avalia que, apesar da seca

enorme que o país enfrentou e que derrubou a safra, o PIB brasileiro cresceu 3,4%, e a indústria de transformação, 3,8%. “Ela que levantou o PIB. A indústria automotiva do mundo cresceu 2%, e, no Brasil, 9,1%, cinco vezes a média mundial”, observou.

O vice-presidente destaca que o BNDES tem sido um parceiro essencial da indústria e que espera um ano mais positivo em 2025.

“Se Deus quiser, vamos ter um ótimo ano. A safra agrícola recorde. O dólar, que estava em R\$ 6,20, baixou para R\$ 5,70. É só cair a taxa de juros, e a economia vai crescer. Como estamos em tempo de papa, é bom lembrar o papa Paulo VI, que na encíclica Populorum Progressio [publicada em 26 de março de 1967] dizia: o desenvolvimento é o novo nome da paz. Paz verdadeira, emprego, renda, vida digna para as pessoas”, concluiu (ABR).

Como o retail media virou o novo epicentro da publicidade digital

Jessé Benedito (*)

A publicidade digital vem passando por uma transformação estrutural há algum tempo. O que antes era domínio exclusivo dos grandes veículos de mídia e de plataformas como Google e Meta agora se expande para novos territórios: supermercados e plataformas de e-commerce. Com a ascensão do retail media, os varejistas assumem um novo papel no ecossistema publicitário: o de verdadeiros publishers.

Segundo a Appsflyer, esse mercado deve movimentar US\$ 280 bilhões globalmente até 2027. Só nos Estados Unidos, o canal cresceu 20,4% em 2024, atingindo US\$ 52,3 bilhões, tornando-se o segmento que mais cresce atualmente. Na América Latina, a expectativa é que o setor triplique de tamanho até 2028. O Brasil lidera essa tendência, com projeções de chegar a US\$ 1,3 bilhão até 2030, partindo de US\$ 857 milhões em 2024.

Esse crescimento é impulsionado por três grandes forças:

- A digitalização acelerada do consumo
- O declínio dos cookies de terceiros
- A valorização dos dados proprietários

Sites de supermercados e marketplaces tornaram-se ambientes ricos em dados comportamentais, permitindo uma segmentação extremamente precisa e conversões em tempo real. Na prática, os pontos de venda evoluíram para pontos de mídia — e os varejistas agora disputam ativamente os orçamentos antes reservados à mídia tradicional.

Para as marcas, a proposta de valor é clara: mais eficiência, melhor segmentação e mensuração precisa. Ao impactar o consumidor em

momentos-chave da jornada — muitas vezes quando a intenção de compra já está presente — o retail media se posiciona como um dos canais mais eficazes. Nos EUA, o Walmart já supera US\$ 4 bilhões em receita com publicidade digital, enquanto a Target movimentou cerca de US\$ 1,2 bilhão. No Brasil, iniciativas como o Magalu Ads e o Carrefour Links ganham força, com formatos que vão desde buscas patrocinadas até vídeos e anúncios em display.

Ainda assim, o setor enfrenta desafios. A falta de padronização entre as plataformas dificulta o planejamento e a mensuração integrada. Além disso, à medida que o canal começa a ser utilizado também para objetivos de topo de funil, como branding e consideração, cresce a demanda por novas metodologias para avaliar impacto.

Nesse contexto, o uso de soluções como as Data Clean Rooms tem se tornado essencial. Essas plataformas permitem o compartilhamento seguro de dados entre marcas e varejistas, respeitando a privacidade do consumidor e aumentando em até 30% a performance das campanhas. No Brasil, mais de 60% dos varejistas já adotaram ou estão em processo de adoção dessa tecnologia.

Com dados proprietários, acesso a audiências altamente qualificadas e influência direta sobre a jornada de compra, os varejistas se consolidam como um novo polo estratégico da publicidade digital.

Mais do que uma tendência, trata-se de uma mudança de paradigma. O futuro da mídia está nas prateleiras — físicas ou digitais — dos grandes varejistas. Hoje, quem vende produto também vende atenção.

(*) Gerente Líder de Parcerias da Yango Ads Space no Brasil.

Resgate automático no Sistema Valores a Receber

O Banco Central anunciou uma nova funcionalidade no Sistema Valores a Receber (SVR). Será possível habilitar a solicitação automática de resgate de valores.

“A novidade é apenas na forma de solicitar o resgate. Antes, era necessário fazer um procedimento manual para cada pedido de resgate. Agora, quem quiser, pode automatizar as solicitações. Todas as demais funcionalidades do sistema continuam iguais”, informou o BC.

Os valores a serem resgatados são o “dinheiro esquecido” por cidadãos ou empresas em instituições financeiras como bancos e consórcios, sem que tenham sido reclamados ou transferidos para a conta do titular.

De acordo com o BC, a ideia é “facilitar ainda mais a vida do cidadão, que não precisará consultar o sistema periodicamente nem registrar manualmente a solicitação de cada valor que existe em seu nome”. Segundo

a autoridade monetária, a adesão ao serviço é facultativa.

A habilitação para o acesso ao SVR deve ser feita a partir de uma conta gov.br de nível prata ou ouro e verificação em duas etapas ativada.

“A solicitação automática é exclusiva para pessoas físicas e está disponível apenas para quem possui chave pix do tipo CPF. Quem ainda não possui essa chave deve cadastrá-la junto à sua instituição financeira”, explicou o BC.

Ainda segundo o banco, o crédito será feito diretamente pela instituição financeira na conta do cidadão. Não serão enviados avisos do BC informando a existência de algum valor devolvido.

“As instituições financeiras que não aderiram ao termo de devolução via Pix continuarão exigindo solicitação manual. Isso também se aplica a valores oriundos de contas conjuntas”, esclarece o BC (ABR).

Sistema vai bloquear abertura de contas fraudulentas

O Banco Central (BC) anunciou a implementação de um novo sistema para que os correntistas possam bloquear a abertura de contas fraudulentas em seu nome. O serviço deve ficar disponível em até seis meses. Segundo a resolução do BC, isso deve ocorrer até 1º de dezembro.

O BC informou que a nova funcionalidade foi desenvolvida para evitar a abertura de contas com identidade falsa, ou a inclusão de um novo titular em contas conjuntas, ou de novos responsáveis em contas de pessoas jurídicas.

“O sistema do BC permitirá ao cidadão reverter a informação, por tempo indeterminado, ou não, conforme sua vontade, a qualquer momento. O sistema mostrará as ativações e as desativações realizadas, bem como as consultas feitas por instituições financeiras sobre a possibilidade de abertura de novas contas”, disse a instituição.

Pelo novo sistema, a pessoa deverá acessar a página Meu BC, fazer o login e informar que não quer abrir uma nova conta, seja corrente, poupança ou de pagamento. A decisão é opcional e poderá ser revertida a qualquer momento (ABR).



A – Violência contra Mulher

Mulheres vítimas de violência contam com apoio para denunciar e buscar segurança no Estado de São Paulo. Os serviços se expandiram nos últimos dois anos, com mais delegacias, chegada do aplicativo Mulher Segura e o início do protocolo Não se Cale. São 141 Delegacias de Defesa da Mulher (DDMs) físicas, além de 162 salas DDMs em plantões 24 horas e a DDM online. As moradores de São Paulo contam ainda com a Cabine Lilás, um serviço exclusivo da PM para atendimento de mulheres vítimas de violência doméstica ou familiar.

B – Inadimplência

O cenário econômico chama atenção. Pelo oitavo mês seguido, desde setembro de 2024, a cidade de Santos registra alta na inadimplência. Todos os meses, a CDL Santos Praia, divulga o levantamento realizado pela CNDL e o SPC Brasil. Neste registro, o número de devedores em Santos em abril teve uma alta (0,81%). Em março foi de (1,34%). Na região Sudeste a alta foi de 1,23% e no Brasil de 1,09%. Os números são divulgados mensalmente e com base de dados do SPC. No período de um ano, entre abril/2025 e abril/2024, a alta acumulada em Santos é de (3,72%), na região Sudeste (3,40%) e no Brasil (4,59%).

C – Preço da Gasolina

O bairro da Liberdade é a região com o preço do litro da gasolina mais alto em São Paulo: R\$ 7,39. O valor é 31,9% maior do que o preço médio do combustível encontrado no País, região que detém o valor médio da gasolina mais barato na capital paulista: R\$ 5,60. Os dados foram coletados pela ValeCard, empresa especializada em meios de pagamento e gestão de frotas, entre os dias 1º e 13 de maio. Outros bairros com os preços médios da gasolina mais elevados são Vila Pirajussara, Pirituba, Vila Santa Catarina e Cambuci. Por outro lado, Quarta Parada, Vila rio Branco, Jardim Presidente e Vila Moinho Velho estão entre os bairros com os valores médios mais baixos na cidade.

D – Recorde

A movimentação de contêineres no Porto de Santos cresceu em abril e bateu recorde pelo quarto mês consecutivo em 2025. Em abril, foram movimentados 459,7 mil TEU (medida padrão para contêineres). O movimento acumulado no ano chegou a 1,8 milhão de TEU, resultado também recorde para o 1º quadrimestre. No total de cargas do mês, houve um aumento de 0,7%, com o registro de 14,8 milhões de toneladas (contra 14,7 milhões em abril de 2023). O complexo soja (grãos e farelo) foi novamente o destaque, com 5,9 milhões de toneladas de soja embarcadas, um crescimento de 1,3% em relação a abril do ano passado.

E – Prêmio Nobel

Onorte-americano Paul Romer, um dos economistas mais influentes do século 21, vencedor do Prêmio Nobel de Economia em 2018, é um dos keynote speakers confirmados para o Febraban Tech 2025, principal evento de tecnologia e inovação do setor financeiro, que será realizado de 10 a 12 de junho, no Transamerica Expo Center, em São Paulo. A 35ª edição terá como tema central “A aceleração do Setor Financeiro na Era da Inteligência”. Ex-representante do Banco Mundial, Romer é reconhecido por suas contribuições à chamada “economia das ideias”, que destaca o papel do conhecimento e da inovação no crescimento sustentável. Saiba mais: (https://febrabantech.com/home).

F – Programa de Estágio

A Indovinya, divisão de negócios da Indorama Ventures PCL, líder na produção de intermediários químicos e surfactantes, com presença global e uma das principais produtoras petroquímicas do mundo, está com as inscrições abertas para o Programa de Estágio #GoInterns, que oferece 23 vagas de estágio, com modelos de trabalho híbrido ou presencial, a depender da área de atuação. Há oportunidades de estágio para estudantes do ensino superior nos municípios de Camaçari/BA, Mauá, São Paulo, Suzano e Triunfo/RS. Os cursos elegíveis são: Administração, Ciências Contábeis, Direito, Engenharias, Química, Química Industrial e correlatos, com previsão de formação entre junho de 2027 e dezembro de 2028. Link de inscrição: (https://www.ciadeestagios.com.br/vagas/indovinya/).

G – Mercado em Crescimento

Como parte de sua estratégia de crescimento no mercado brasileiro de cafés, a Nestlé anuncia um novo aporte de R\$ 500 milhões até 2028. Os recursos serão destinados à ampliação da capacidade produtiva do país, à expansão do parque de máquinas de Nestlé Profissional e à aceleração de processos de inovação voltados à jornada do consumidor. O novo aporte se soma ao investimento anunciado em 2024, totalizando R\$1,5 bilhões em quatro anos, reforçando o papel estratégico do Brasil no crescimento global da companhia, em um dos maiores mercados consumidores de café do mundo.

H – Queda nos Preços

A CAO Chery anuncia a conclusão da implementação da sua “Política de Preço Justo”, agora estendida à linha de modelos eletrificados Plug-in Hybrid. A medida resulta em reduções significativas de preços em até R\$ 20 mil, reforçando o compromisso da marca com transparência, competitividade e acesso ampliado à mobilidade sustentável. Os ajustes de preços foram viabilizados graças à combinação de fatores como o aumento de escala produtiva na fábrica de Anápolis (GO), expansão da Rede de Concessionárias, crescimento consistente nas vendas e a estabilização da cotação do dólar em patamares mais baixos. Esses elementos permitiram à marca repassar ganhos de eficiência diretamente ao consumidor final.

I – Performance do Varejo

A HiPartners acaba de divulgar o Índice de Performance do Varejo (IPV) referente ao mês de abril de 2025. O indicador revela um cenário de recuperação expressiva no comércio varejista, impulsionado pelo aumento no fluxo de visitação e crescimento no faturamento das lojas físicas. O levantamento é realizado pela HiPartners a partir de dados das empresas FX Data Intelligence e F360, além de análise da 4Intelligence. As lojas de shopping registraram aumento de 1,2% no fluxo de visitação, enquanto as lojas de rua cresceram 11,60%. O faturamento também acompanhou a movimentação positiva, alcançando 14,34% nas lojas de shopping e 12,67% nas lojas de rua.

J – Favela do Moinho

Um mês após o início das mudanças na Favela do Moinho, 216 famílias já deixaram o local para residir em casas dignas e seguras. O número representa 25% do total dos cerca de 850 cadastrados no plano de reassentamento voluntário iniciado pelo Governo do Estado de São Paulo em 22 de abril. As famílias podem optar por apartamentos oferecidos em um leque de 25 empreendimentos, em diferentes estágios: prontos, em construção ou com obras a iniciar.

Nova indústria de dados demanda performance e valor em primeiro lugar

Jorge Moskovitz (*)

Nos últimos anos, testemunhamos uma revolução na indústria de dados. A transformação digital, antes um imperativo, já é uma realidade consolidada. A discussão mudou: não se trata mais de "se" as empresas devem integrar inteligência artificial (IA) e analytics avançado em seus processos, mas "como" garantir que essas soluções entreguem performance e valor reais.

As experimentações deram lugar à execução eficiente. A adoção da IA generativa e de soluções avançadas de analytics aumentou e se tornou uma necessidade operacional. Agora, as organizações precisam priorizar estabilidade e experiência superiores para garantir que seus produtos de dados – uma abordagem que entrega conjuntos de dados de alta qualidade, com curadoria, prontos para uso facilitado e para IA – realmente tragam resultados de negócios. A performance deixa de ser um detalhe técnico para virar um fator estratégico. Por isso, produtos de dados lentos, instáveis ou incapazes de gerar insights acionáveis não têm espaço no mercado.

Nesse cenário, não basta integrar diferentes fontes de dados ou oferecer dashboards interativos. O desafio é fazer com que cada consulta (query) a dados, análise e previsão sejam úteis, rápidas e impactantes. Essa performance dos produtos de dados deve focar na excelência em toda a jornada do dado, desde sua captura até sua transformação em insights valiosos, com agilidade, estabilidade e segurança. Ela deve ser priorizada quando falamos da obtenção e uso de informações de valor e, para garanti-la, há alguns pilares essenciais a serem adotados.

O monitoramento contínuo do desempenho dos produtos de dados em tempo real é um dos principais pilares, importante para a identificação de gargalos e otimização de processos antes que impactem negativamente o usuário final. No varejo, especialmente durante períodos de alta demanda como a Black Friday, por exemplo, o monitoramento constante da performance dos produtos de dados pode ser a chave para o sucesso. Com a implementação de uma solução de analytics com monitoramento contínuo baseada em IA, varejos conseguem identificar gargalos no processamento de dados e otimizar consultas nos sites antes que os usuários finais – seus clientes – percebam a lentidão gerada pela ocasião. Como resultado, a experiência do usuário é aprimorada, aumentando as conversões durante o evento.

Ainda nesse contexto, o uso de streaming de dados, que processa informações conforme chegam, garante a geração de insights sem sobrecarregar a infraestrutura dos negócios. A otimização de cálculos, com agregações dinâmicas, também permite análises rápidas mesmo com grandes volumes de informações. Já cargas incrementais, com técnicas como Change Data Capture (CDC) para evitar o reprocessamento desnecessário e tornar processos de ETL/ELT (extração, transformação e carregamento) mais otimizados, também são algumas das peças-chave para assegurar o uso estratégico e a performance dos dados.

A otimização de recursos também é parte fundamental dessa jornada, equilibrando eficiência e custos. Infraestruturas de dados devem ser escaláveis e eficientes, e a Nuvem é uma abordagem importante nesse sentido. No entanto, a gestão de custos com Cloud Computing, armazenamento e processamento é essencial para garantir que a performance não gere despesas excessivas sem retorno.

Em um caso real, uma fintech que enfrentava um volume crescente de transações conseguiu reduzir seus custos de armazenamento e processamento de dados na nuvem em 30% ao utilizar ferramentas de otimização como compressão de dados, ajuste dinâmico de carga e priorização de consultas a dados críticos, mantendo a performance e garantindo escalabilidade.

Estratégias como a movimentação de dados antigos para camadas de armazenamento mais econômicas, por exemplo, também podem reduzir os custos em até 30%, enquanto a implementação de pré-agregações acelera cálculos e análises, diminuindo o tempo de resposta. Além disso, políticas de retenção inteligente, baseadas em regras de catálogo de dados bem definidas, garantem que apenas dados essenciais estejam disponíveis a todo momento sem sobrecarregar a infraestrutura.

Vale ressaltar que performance não é só uma questão técnica; ela precisa ser percebida pelo usuário que consome os dados. A experiência na interação é um fator central para o sucesso do analytics. Interfaces intuitivas, respostas rápidas e insights acionáveis são determinantes para a adoção e o impacto positivo dos dados nos negócios. Empresas que investem em soluções conversacionais, que permitem consultas a dados em linguagem natural; dashboards com design responsivos e baseados em UX (User Experience) dinâmico para visualizações simplificadas; e insights gerados por IA via machine learning, tornam os dados mais acessíveis e eliminam as barreiras técnicas para os usuários.

Sustentar esse nível de desempenho e usabilidade exige um compromisso contínuo com a evolução. As empresas precisam estar sempre acompanhando a crescente complexidade dos seus dados e as mudanças no mercado para se manterem à frente, mantendo um ciclo constante de revisão de processos e adoção de novas tecnologias.

Estamos vivendo uma nova era na indústria, na qual os dados são o principal ativo das organizações, e a performance no seu uso define o sucesso ou fracasso dos negócios. Por isso, não basta ter acesso a informações; é fundamental transformá-las em valor. As companhias que entenderem essa nova dinâmica e focarem na performance de seus produtos de dados estarão preparadas para liderar o futuro. O momento é agora: performance e valor devem ser o centro da estratégia de dados de toda organização que busca crescimento e relevância nesse mercado digitalizado.

(*) Executivo de Contas Enterprise da Qlik.

SAP Business One: o que esperar da ferramenta no futuro?

A SAP, uma das maiores e mais respeitadas empresas de tecnologia do mundo, vem, constantemente, anunciando uma série de melhorias no seu portfólio de produtos e serviços. Entre as os aplicativos e soluções empresariais, está o SAP Business One, o sistema de gestão para empresas em crescimento

Marco Vonzodas (*) e Antônio Machado (**)

Com mais de 20 anos no mercado, o SAP Business One soma, atualmente, mais de 82 mil clientes, 1,2 milhão de usuários, mais de 850 parceiros em todo o mundo implementando e atendendo clientes, mantendo presença em 50 países, com 28 idiomas à escolha do usuário.

Os dados mostram o tamanho do impacto e da representatividade que o SAP Business One, possui globalmente. Compreendendo essa importância, desde 2023, a SAP vem realizando uma série de inovações e aprimoramentos na solução, buscando aperfeiçoar suas funcionalidades, otimizar a experiência do usuário e atender melhor às necessidades do negócio e do mercado que, claramente, está em constante evolução e mudança.

Entre as ações, a multinacional alemã tem investido no fortalecimento da segurança da solução, direcionando esforços para expandir funcionalidades, promover integrações e garantir ainda mais inteligência para os negócios dos usuários do ERP. Além disso, nos últimos meses, a ferramenta vem recebendo diversas atualizações que visam facilitar o dia a dia dos usuários.

Como exemplos das atualizações recentes, está a nova interface web, baseada no SAP Fiori, sistema de design premiado para todos os produtos da SAP que oferece



uma experiência moderna e intuitiva, permitindo o gerenciamento da organização diretamente do navegador e a integração com o sistema Microsoft 365.

Mais do que apenas um software empresarial, o SAP Business One é uma solução estratégica para o crescimento e inovação das pequenas e médias empresas. Por isso, o ERP está sempre evoluindo com o intuito de atender às necessidades do mercado.

Em se tratando da IA, a extensibilidade do ERP está preparada para permitir que parceiros criem e inovem com serviços e agentes voltados a esta tecnologia, além de possibilitar que os usuários desenvolvam suas próprias extensões e aplicativos aproveitando a mais recente tecnologia de IA generativa. Além disso, cada cliente tem assegurada a liberdade de escolher a solução apropriada para atender às suas necessidades.

E, considerando que o mundo está caminhando cada vez mais para o ambiente em cloud, a multinacional também tem investido na integração com o SAP Business Technology Platform (BTP), plataforma em nuvem que fornece as ferramentas e os serviços necessários para desenvolver, integrar e estender aplicações.

E para o futuro? A SAP pretende lançar novas funcionalidades que vão desde melhorias na gestão de identidade e autenticação, até a integração com serviços de armazenamento em nuvem como SharePoint e Google Drive. Todas essas incorporações abrem margem para o lançamento da versão 11, prevista para acontecer em 2027, a qual promete trazer novas ferramentas de gestão na nuvem, mantendo segurança e escalabilidade com integração nativa com serviços cloud.

A série de investimentos e aprimoramentos feitos na

solução ajuda a demonstrar as razões pelas quais o SAP Business One é uma solução vantajosa. Com a interface intuitiva e constantes integrações, a ferramenta é ideal para pequenas e médias empresas que querem se destacar no mercado.

Na prática, o ERP é a escolha certa para organizações que buscam flexibilidade e escalabilidade, uma vez que acompanha todo o crescimento da empresa. Por sua vez, é importante enfatizar que, quando essa jornada é guiada por especialistas, ganhos desde usabilidade, customização, produtividade até a redução de custos e aumento do desempenho são garantidos. Sendo assim, é essencial contar com o apoio do parceiro certo nessa caminhada, afinal, tudo o que temos até hoje já empolga, mas o que virá pela frente no software é ainda melhor.

(*) CEO da Okser.

(**) Head de Produtos da Okser.

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: **GABRIEL PREGNOLATO DIAS**, estado civil solteiro, filho de Antonio Carlos Dias e de Monica Maria Pregnolato Dias, residente e domiciliado na Vila Prudente, nesta Capital - São Paulo - SP. A pretendente: **MARIA VICTÓRIA BRANDÃO OLIVEIRA**, estado civil solteira, filha de Jose Messias de Oliveira e de Marlene Brandão Oliveira, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Tujuguaba, nº 70, apto. 103, Vila Prudente, nesta Capital - São Paulo-SP, e a pretendente é residente à Rua Cafesópolis, nº 94, casa 06, 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.

A pretendente: **DESRYRÉE GIESTEIRA SOARES**, estado civil solteira, filha de Milton de Carvalho Soares e de Sonia Regina Giesteira Soares, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **KAREN NORA FRANCISCO**, estado civil solteira, filha de Reynaldo Francisco e de Lazara Lucia Nora Francisco, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **LEANDRO KENDY NAKAMURA FERNANDES**, estado civil solteiro, filho de Sandro Fernandes e de Claudia Miyo Nakamura, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **NATHALIA NEMEC DE SOUZA**, estado civil solteira, filha de Marcelo Gomes de Souza e de Sonia Regina Nemecc de Souza, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **DAVID AMARAL DAS NEVES SILVA**, estado civil solteiro, filho de Roberto Amaral da Silva e de Gildevania das Neves Silva, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **LARISSA DOS SANTOS DO NASCIMENTO**, estado civil solteira, filha de Josias Ramos do Nascimento e de Maria Aparecida dos Santos, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **LUIS ANTONIO SOARES PINTO**, estado civil divorciado, filho de Orlando de Oliveira Pinto e de Eldi Soares, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **MARGARETE PINHEIRO FIDELES**, estado civil divorciada, filha de José Servita Fideles e de Maria da Penha Pinheiro Fideles, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **ERASMO CARLOS QUERINO**, estado civil solteiro, filho de Manoel Querino Filho e de Divina Lucia Batista Querino, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **KAREN DE MORAES VELOSO**, estado civil solteira, filha de Carlos Roberto Veloso e de Maria Tereza de Moraes Veloso, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **VICTOR PIMPÃO DE TOLEDO**, estado civil solteiro, filho de Sandro de Andreia Toledo e de Erika Melissa de Cássia Pimpão Toledo, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **NATALIA SANTOS DE SOUZA**, estado civil solteira, filha de Rogério Ferreira de Souza e de Sonia Regina dos Santos, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **DAVID ANTONIO CAPARROZ SALVADORE**, estado civil divorciado, filho de Pedro Caparroz Rodrigues e de Leny Salvador Caparroz, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **DÉBORA BERALDO FRANCO**, estado civil viúva, filha de Helio Beraldo e de Janete Beraldo, residente e domiciliada no Jardim Bela Vista - Santo André - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Siqueira Bueno, nº 2238, Alto da Mooca, neste Subdistrito - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Independência, nº 680, apto. 03, Jardim Bela Vista - 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: **LUCAS BARROS DE MATTOS**, estado civil viúvo, filho de Ailton Aparecido de Mattos e de Sueli Stevanato Barros de Mattos, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **TAÍS SALGUEIRO BANDEIRA**, estado civil solteira, filha de Osvaldo Bandeira e de Darlene Maria de Castro Salgueiro, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **RAMON SILVA SANDI**, estado civil solteiro, filho de Antonio Carlos Vieira Sandi e de Zelia Maria de Jesus e Silva, residente e domiciliado na Vila Metalúrgica - Santo André - SP. A pretendente: **BIANCA GIESE DA ROCHA**, estado civil solteira, filha de Marcelo Villa da Rocha e de Maria Emilia Giese, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Avenida dos Estados, nº 5350, apto. 1507, bloco 02, Vila Metalúrgica, em Santo André - SP e a pretendente é residente à Rua João Teixeira da Silva, nº 415, apto. 42, torre 01, Alto da Mooca, neste Subdistrito - São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Art igo 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.

O pretendente: **FELIPE DA SILVA ZATTAR**, estado civil solteiro, filho de Edson Zattar e de Luciene da Silva Zattar, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **YASMIN FUENTES DE FREITAS BORGES**, estado civil solteira, filha de Rubens Borges e de Rosemeire Fuentes de Freitas, residente e domiciliada no Subdistrito da Mooca, nesta Capital - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Cambará, 49, casa 07, neste Subdistrito, Alto da Mooca, São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Francisco Otaviano, nº 19, apto. 13, Subdistrito da Mooca, neste 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.

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

Por que medir a maturidade é crucial para a resiliência cibernética?

Eu, frequentemente, digo que a resiliência cibernética não é algo que se pode comprar; é uma propriedade emergente que ocorre depois que uma organização toma as medidas preparatórias e operacionais apropriadas para ser capaz de resistir a um ciberataque

James Blake (*)

Trabalhei certa vez para um CEO cujo resposta padrão a qualquer problema era colocar um caminhão cheio de dinheiro sobre o problema e despejar notas de dólar até que o problema desaparecesse. Acostumado a discutir continuidade de negócios tradicional e cenários de recuperação de desastres, ele ficou incrivelmente frustrado pelo fato de que "esses caras da cibersegurança não conseguem me dar uma resposta definitiva sobre quanto tempo vamos ficar fora do ar".

Esse CEO estava acostumado com incidentes nos quais as causas principais são relativamente fáceis de determinar - desastre natural, falha de equipamentos ou software, perda de energia, má configuração ou inundação. A recuperação geralmente era em massa para o mesmo ambiente ou outro alternativo, longe da causa da interrupção. A orquestração era, em grande parte, uma questão de conhecer as interdependências, e a velocidade da recuperação era simplesmente um fator da velocidade do pipeline, velocidade do disco e velocidade da solução de backup. Tínhamos uma boa fórmula de RTO (Objetivo de Tempo de Recuperação) e RPO (Objetivo de Ponto de Recuperação) que podíamos calcular e testar regularmente.

Eu tive que explicar que, em um incidente cibernético, especialmente um de grande escala e destrutivo como um ataque de ransomware ou wiper, existem muito mais variáveis e a maioria delas só pode ser controlada até certo ponto. Os adversários cibernéticos podem escolher entre centenas de técnicas de ataque espalhadas pelas 14 táticas do MITRE ATT&CK, estão tornando nossos controles de segurança de endpoints cegos usando drivers de dispositivos vulneráveis, vivem das nossas próprias ferramentas de TI, e estão armando vulnerabilidades em exploits que são integrados em suas plataformas de Ransomware-as-a-Service muito mais rápido do que quase todas as organizações podem corrigir. Eles entraram por uma máquina ou por cinquenta? Todos esses sistemas podem agora ter mecanismos de persistência, dando a eles uma cabeça de praia para relançar o ataque - o tempo necessário para investigar e remediar



uma máquina ou cinquenta é vastamente diferente.

Em incidentes cibernéticos, a recuperação pode envolver corrigir sistemas, reverter configurações individuais para versões sem mecanismos de persistência, adicionar controles ou regras adicionais aos existentes para prevenir um novo ataque, remover contas maliciosas ou provedores de autenticação, rotacionar chaves e senhas - tudo isso leva tempo. Quanto tempo? Bem, não somos nós que controlamos isso, é o adversário. Essa incapacidade dos profissionais de segurança de dar aos líderes empresariais prazos discretos sobre resposta a incidentes e recuperação segura muitas vezes os faz se sentir inseguros, mas é a realidade em que vivemos. Frequentemente percebo que são as organizações que se comprometeram com RTOs muito rígidos que são as menos preparadas para lidar com um ciberataque, pois frequentemente se recuperam prematuramente sem remediação, apenas para serem reinfectadas ou retacadas logo depois.

Uma vez que estabelecemos a diferença entre continuidade de negócios, recuperação de desastres e o que é necessário para se recuperar de forma segura, sem deixar a organização aberta a um novo ataque, o CEO começou a perceber que dinheiro e equipe eram apenas parte da solução. O planejamento, o apoio em toda a organização, a colaboração entre TI e Segurança e uma abordagem pragmática e gradual de melhorias foram mais eficazes do que simplesmente contratar mais pessoas e comprar mais produtos. Alcançar resiliência cibernética não se trata apenas de implantar a mais recente tecnologia,

trata-se de aplicar essa tecnologia de maneira apropriada para a estrutura, cultura e capacidade da organização; construir os fluxos de trabalho e processos adequados para operacionalizar essa tecnologia; e desenvolver as habilidades e a memória muscular necessárias na equipe da organização, para que, quando o ataque inevitável ocorrer, todos saibam seu papel e exatamente o que fazer.

Se quisermos minimizar esse cronograma indeterminado de resposta, a melhor maneira de fazer isso é construir a resiliência cibernética, e isso deve ser visto como uma cadeia, com cada aspecto técnico, de processo ou de pessoas como um elo dessa cadeia. Como diz o velho ditado, "uma cadeia é tão forte quanto seu elo mais fraco", e assim é com a resiliência cibernética. O elo mais fraco de monitoramento de alertas, caça a ameaças, gestão de vulnerabilidades, proteção de backups, forense digital, resposta a incidentes, registro de logs, autenticação, realização de simulações e exercícios realistas, manutenção de regras de controles e inteligência de ameaças pode derrubar todo o nível geral de resiliência. Frequentemente vejo organizações começando um grande projeto waterfall para abordar apenas um aspecto, enquanto há outro componente na cadeia que está um "incêndio". Mesmo pequenas melhorias incrementais nesse elo mais fraco trariam dividendos muito maiores do que um foco míope em tornar aquele único projeto perfeito.

Olhando as manchetes que mostram organizações com orçamentos e equipes massivos de cibersegurança ainda sofrendo impactos significativos de ransomware, deveríamos olhar não apenas para aumentar os gastos e contratações, mas para garantir que estamos aplicando nosso dinheiro e esforço nas áreas que entregarão o maior retorno em resiliência cibernética aumentada. Dar um passo atrás e medir a capacidade relativa de cada aspecto na cadeia de resiliência, e continuar fazendo isso à medida que amadurecemos, é o caminho para garantir que possamos passar de zero a herói sem descobrir que a cadeia se quebra devido a algum elo fraco imprevisível.

(*) Vice-presidente de Estratégia de Ciber-Resiliência.

Da carteira assinada ao CNPJ: desafios e oportunidades na gig economy

O que considerar antes de sair do CLT para empreender.

A transição do regime de trabalho com carteira assinada (CLT) para o empreendedorismo tem se intensificado no Brasil, impulsionada pela expansão da chamada "gig economy" — modelo econômico baseado em trabalhos temporários ou sob demanda. Dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) indicam que, até março de 2025, foram abertos 1.407.010 novos CNPJs.

Rafael Caribé, CEO da Agilize Contabilidade, ressalta que a decisão de migrar do emprego formal para o empreendedorismo requer uma análise criteriosa dos aspectos fiscais e contábeis envolvidos.

"É fundamental que o profissional compreenda as implicações tributárias dessa mudança, considerando fatores como regime de tributação, obrigações acessórias e planejamento financeiro", afirma Caribé.

O crescimento expressivo no número de empresas reflete uma tendência de busca por maior autonomia profissional. Em 2024, o Brasil registrou a abertura de mais de 4,15 milhões de pequenos negócios, superando o recorde anterior de 3,94 milhões em 2021. Esse movimento evidencia a necessidade de suporte adequado para que os novos empreendedores possam se estabelecer de forma sustentável.

Nesse contexto, a contabilidade online tem se mostrado uma ferramenta eficaz para auxiliar na formalização e gestão dos negócios. "Plataformas com tecnologia oferecem soluções que simplificam processos burocráticos, permitindo que o empreendedor foque no desenvolvimento de suas atividades", destaca Caribé.

Segundo o CEO, a decisão de empreender deve ser acompanhada de um planejamento estratégico que leve em conta não apenas os aspectos operacionais, mas também as obrigações legais e fiscais.

"A orientação de profissionais especializados pode ser determinante para o sucesso nessa nova jornada profissional", alerta.

Rafael Caribé também destaca a importância da formalização como passo essencial para o crescimento sustentável de qualquer negócio.

"Ao se formalizar, o empreendedor não apenas se adequa às exigências legais, mas também ganha acesso a benefícios como melhores condições de obtenção de crédito, critérios para atender clientes maiores, abertura de conta jurídica, proteção da pessoa física, e possibilidade de participação em licitações. Isso pode representar o início da escalada de uma pequena empresa rumo à consolidação no mercado", conclui o especialista.

Cinpal Cia. Industrial de Peças para Automóveis

CNPJ 49.656.192/0001-88 - NIRE 35.300.039.092
Edital de Convocação - Assembleias Gerais Ordinária e Extraordinária
 Ficam os Senhores Acionistas da Cinpal Cia. Industrial de Peças para Automóveis ("Companhia") convocados, conforme disposto no artigo 9º do Estatuto Social da Companhia, para se reunirem em Assembleias Gerais Ordinária e Extraordinária, a serem realizadas cumulativamente, em primeira convocação, no dia 4 de junho de 2025, às 14:00 horas, na sede da Companhia, na cidade de Taboão da Serra, Estado de São Paulo, na Avenida Paulo Ayres, nº 240, CEP 06767-220, a fim de deliberar sobre a seguinte ordem do dia: Em Assembleia Geral Ordinária: a) Tomar as contas dos administradores, examinar, discutir e votar as demonstrações financeiras referentes ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024; b) Aprovar a proposta de orçamento de capital para o exercício de 2025, para fins do artigo 196 da Lei das S.A.; c) Deliberar sobre a destinação do lucro líquido do exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024; d) Fixar o limite dos honorários do Conselho de Administração e da Diretoria para o exercício social de 2025; e) Em Assembleia Geral Extraordinária: e) Aprovar o aumento de capital social da Companhia, mediante a capitalização de parte das reservas de lucros apuradas nas demonstrações financeiras referentes ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024, no valor total de R\$ 200.000.000,00 (duzentos milhões de reais), sem emissão de novas ações, e a consequente alteração do artigo 5º caput do Estatuto Social da Companhia, para atualizar a cifra do capital social. Os documentos a que se refere o art. 133 da Lei no 6.404/76 foram publicados no jornal Empresas e Negócios em 29 de abril de 2025 de forma resumida, e divulgados simultaneamente na página do mesmo jornal na internet. Todos os documentos de suporte necessários às deliberações constantes da ordem do dia encontram-se à disposição dos Senhores Acionistas na sede da Companhia. Taboão da Serra, 27 de maio de 2025.
 Giancarlo Arduini - Presidente do Conselho de Administração. (27, 28 e 29)


Aldri Participações SPE Ltda


CNPJ: 52.695.182/0001-66 - NIRE: 35.262.492.406
Reunião Extraordinária de Sócios
 Nos termos do §1º da cláusula 10ª do contrato social, são convocadas as sócias da Aldri Participações SPE Ltda, para a Reunião Extraordinária de Sócios, a se realizar no endereço da sua sede social em São Paulo/SP, Avenida Engenheiro Luiz Carlos Berrini, 105, conjunto 1007-C, CEP 04571-010, no dia 05/06/2025, às 10h, em 1ª chamada, e não havendo quórum, às 10:30h, em 2ª chamada, com o número de sócios presentes para tratar da seguinte ordem do dia: (I) deliberação sobre a venda da aeronave denominada Cessna Aircraft, modelo 510, fabricada no ano de 2007, com número de série 510-0004, matrícula nº 25945, prefixo PS-BUZ, conforme previsto na cláusula 9ª, §5º do contrato social da Sociedade; (II) deliberar sobre o distrato, a dissolução e a liquidação da Sociedade; bem como, (III) autorizar a diretoria a tomar todas as providências que se fizerem necessárias para que seja dado o cabal cumprimento desejado em todas as determinações tomadas nesta Reunião Extraordinária de Sócios.
 SP 26/05/2025. Adriano Pagni Buzaid - Administrador.

Edital de Citação com Prazo de 20 dias. Processo nº 1089639-03/2023.8.26.0100. O Dr. Renato de Abreu Perine, MMº Juiz de Direito da 42ª Vara Cível do Foro Central da Capital/SP. Faz Saber a **Alexandre Gonçalves De Paiva**, vulgo "Paiva nas Ruas", RG. 24.647.978 SSP/SP e CPF. 201.232.738-97, que **Dayana Garcia Alves**, já qualificada nos autos, ajuizou ação de indenização por danos morais c/c obrigações de fazer e não fazer com pedido de tutela antecipada, onde a Autora tomou conhecimento que o réu praticou ofensas com postar em seu perfil "@paivasruas" e requer a procedência do feito com antecipação de tutela e determinar ao réu que exclua a postagem de (fake news) sob pena de astreintes a serem fixadas por V. Excelência, sugerindo R\$ 1.000,00 por dia de descumprimento da obrigação e R\$ 5.000,00 por cada postagem nova que viole a obrigação de não fazer e indenização por dano moral em valor não inferior a R\$ 10.000,00 e condená-lo em ônus de sucumbência. Dá-se à causa o valor de R\$ 10.000,00 (Julho/2023). Estando o réu em local incerto, expede-se o edital, para que no prazo de 15 dias, após fluir o prazo de 20 dias supra, ofereça defesa, sendo advertido dos arts. 344 e 355, II do NCPC, ficando advertido que será nomeado curador especial em caso de revelia, art. 257, IV do NCPC. Será o presente edital, afixado e publicado na forma da Lei.



O JORNAL CERTIFICA
AS PUBLICAÇÕES LEGAIS
COM PONTUALIDADE E
TRANSPARÊNCIA, CUMPRINDO
AS NORMAS JURÍDICAS.
AFINAL, O JORNAL É LEGAL.



Edital de Citação prazo de 30 dias. Processo Nº 1000386-97.2023.8.26.0554 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 5ª VC, do Foro de Santo André, Estado de SP, Dr(a). Adriana Bertoni Holmo Figueira, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) **Nivaldo Pecelli**, e **Jose Antonio de Lima**, que lhe foi proposta uma ação de Procedimento Comum Cível por parte de **Momentum Empreendimentos Imobiliários Ltda**, alegando em síntese que os réus adquiriram o Lote "22" da Quadra "AZ" do loteamento Ninho Verde - II obrigando-se ao pagamento da taxa de conservação e das contribuições ao Fundo de Melhoramentos do empreendimento. Ocorre que os Réus se encontram inadimplentes com suas obrigações contratuais, pois deixaram de efetuar o pagamento das taxas de conservação e também das contribuições ao Fundo de Melhoramentos do Loteamento relacionadas nas planilhas juntadas aos autos. Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua Citação, por Edital, para os atos e termos da ação proposta e para que, no prazo de 15 dias, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, apresente resposta. Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. Santo André, aos 15 de maio de 2025.

Edital de Intimação Prazo de 20 dias. Processo Nº 0013367-48.2024.8.26.0100. O MMº Juiz de Direito da 2ª Vara Cível do Foro Central Cível, Estado de São Paulo, Dr. Renato de Abreu Perine, na forma da Lei, etc. Faz Saber a **ALEXANDRE GONÇALVES DE PAIVA** (CPF. 201.232.738-97), que por este Juízo, tramita uma ação de Cumprimento de sentença, movida por **DAYANA GARCIA ALVES**. Encontrando-se o réu em lugar incerto, nos termos do artigo 513, §2º, IV do CPC, foi determinada a intimação por Edital, para que, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, pague a quantia fixada, devidamente atualizada, sob pena de multa de 10% sobre o valor do débito e honorários advocatícios de 10% (artigo 523 e parágrafos, do Código de Processo Civil). Fica ciente, ainda, que nos termos do artigo 525 do Código de Processo Civil, transcorrido o período acima indicado sem o pagamento voluntário, inicia-se o prazo de 15 (quinze) dias úteis para que o executado, independentemente de penhora ou nova intimação, apresente, nos próprios autos, sua impugnação. Será o presente edital, afixado e publicado na forma da Lei. Dado e passado nesta cidade de São Paulo, aos 07 de maio de 2025.





Como a digitalização está remodelando os pagamentos corporativos

Setor deve movimentar US\$ 90 bilhões por ano até 2027

A transformação digital dos meios de pagamento tem redefinido o comportamento financeiro dos brasileiros. Impulsionado por tecnologias como Pix, carteiras digitais e pagamentos por aproximação, o setor está em plena expansão e deve movimentar cerca de US\$ 90 bilhões anualmente até 2027, segundo o relatório da Global Payments do Boston Consulting Group (BCG) de 2023. O avanço aponta para um cenário cada vez mais distante do uso de cédulas e até mesmo de cartões físicos.

Embora a digitalização represente eficiência e agilidade, o equilíbrio entre os diferentes métodos de pagamento segue sendo fundamental para o bom funcionamento do ecossistema financeiro. É o que defende Victor Papi, Diretor de Produto e Receita da Transfeera, fintech que oferece soluções de pagamentos para empresas. “A diversidade de meios é essencial. Cada ferramenta tem suas particularidades e pode ser mais ou menos eficiente a depender do contexto das organizações. No entanto, os cartões apresentam limitações claras, principalmente para empresas, como altas taxas de transação e juros”, analisa.



Entre os principais desafios nas empresas, o diretor destaca a dificuldade de controle e conciliação de despesas com cartões, especialmente em empresas que lidam com múltiplos fornecedores. “A gestão financeira fica comprometida. Apesar disso, o cartão de crédito ainda encontra resistência à substituição, justamente pela possibilidade de parcelamento e uso de um limite com pagamento posterior. Já meios como o débito e o pré-pago tendem a ser substituídos com mais facilidade por outros meios de pagamento”, explica.

A diversificação dos meios e o papel do Pix no novo cenário

O Pix, por sua agilidade, baixo custo e liquidez imediata, tem se consolidado como uma ferramenta estratégica e digitalizada para os negócios.

Para o executivo, a adoção dessa tecnologia no dia a dia das empresas pode ser determinante para otimizar o fluxo de caixa. “Reduzir o tempo de compensação e garantir previsibilidade no recebimento de pagamentos é um ganho relevante para a gestão financeira”, afirma o executivo.

Além do Pix, outras soluções como wallets digitais e blockchain também têm potencial para redesenhar o futuro dos pagamentos. As wallets funcionam como facilitadoras para o consumidor final, ao reunir diferentes formas de pagamento em um único ambiente. Já o blockchain, embora ainda distante de uma adoção em massa no Brasil, pode revolucionar transações internacionais ao eliminar intermediários, reduzir custos e aumentar a transparência e a segurança das operações.

Apesar do avanço das tecnologias, a migração para um sistema de pagamentos 100% digital ainda exige superação de alguns obstáculos. Segundo Papi, a integração com sistemas legados, o treinamento de equipes, a resistência à mudança e as preocupações com segurança cibernética são alguns dos principais pontos de atenção para empresas que desejam se adaptar a esse novo modelo.

“Atualmente, qualquer método de pagamento depende, em alguma medida, de uma conexão digital, o que aumenta a exposição a ataques como phishing, fraudes e falhas sistêmicas. Por outro lado, as soluções digitais oferecem recursos robustos de segurança, como autenticação multifator, criptografia e monitoramento em tempo real, desde que implementadas de forma adequada”, destaca Papi.

Diante disso, garantir diversidade de meios de pagamento, infraestrutura tecnológica segura e eficiente serão pontos essenciais para que as empresas possam acompanhar a evolução do setor de pagamentos e se posicionem com competitividade em um mercado cada vez mais digital e dinâmico.

O papel estratégico das agências nas campanhas de varejo

Henrique Casagrande (*)

Ainda é comum confundir retail media com ações promocionais ou de trade marketing

Mas é essencial reforçar: retail media é mídia — e, como qualquer canal digital relevante, exige planejamento, segmentação e estratégia.

As agências desempenham um papel central nesse cenário. São elas que ajudam marcas a navegar a complexidade dos canais de varejo, conectando áreas como mídia, comercial e marketing, e garantindo que os investimentos tragam retorno real.

Com crescimento de 43,5% em 2024, o Brasil é o segundo país com maior avanço em retail media no mundo, segundo a Insider Intelligence. A expectativa é que, até 2027, o canal represente mais de 25% de todo o investimento em mídia digital globalmente.

Ainda em estruturação no país, o retail media demanda profissionais especializados e entendimento das regras, audiências e inventários próprios de cada varejista. Não existe uma abordagem única que funcione para todos — e é aí que o trabalho da agência se diferencia. Uma das principais forças do retail media é atuar sobre uma audiência que já está em modo de compra ou pesquisa. Isso muda a lógica da comunicação. A função da agência é aproveitar esse contexto e aplicar segmentações inteligentes, como:

- Quem comprou da concorrência;
- Quem abandonou o carrinho;
- Quem comprou há mais de seis meses.

Essa segmentação pode ser cruzada com categorias como beleza, moda, eletrônicos ou alimentos. É esse nível de refinamento que torna a comunicação relevante e eficaz.

As sete etapas essenciais do planejamento em retail media

1) Entender o objetivo da campanha: Tudo começa com um briefing bem feito. Qual produto será divulgado? Qual a verba? O foco é visibilidade, vendas, ROAS ou geração de leads? Ter essas respostas define os próximos passos.

2) Alinhar com o time comercial: Não adianta anunciar sem estoque, com preço inadequado ou sem condições comerciais atrativas. A agência precisa trabalhar em sinergia com o time comercial para garantir que as campanhas sejam viáveis e convertam.

Além disso, pode ser mais estratégico anun-

ciar em uma rede regional com presença local forte do que no maior varejista nacional — tudo depende das margens, condições e da relação com o consumidor.

3) Considerar o calendário promocional:

Além de datas clássicas como Natal e Black Friday, ações como o Amazon Prime Day ou liquidações próprias dos varejistas geram picos de tráfego e ampliam o impacto da campanha.

4) Definir a tática e os formatos:

A estratégia se transforma em tática: como, onde e com que formato impactar o consumidor. Os formatos mais comuns são:

- **On-site:** busca patrocinada, banners nos e-commerces;
- **Off-site:** anúncios em redes sociais que direcionam para o varejo;
- **In-store/O2O:** ativações físicas ligadas ao digital.

A combinação certa depende da jornada do consumidor e do objetivo da marca.

5) Projeção de resultados:

A agência define KPIs e distribui a verba com base em histórico, benchmarks e metas. A mensuração eficiente é o que transforma mídia em investimento estratégico.

6) Ajustes e validação com o cliente:

O plano deve ser flexível. Ajustes são esperados e fazem parte do processo colaborativo com o cliente. É comum realocar verbas entre canais para obter melhor desempenho.

7) Monitoramento e otimização:

Com a campanha no ar, começa o acompanhamento em tempo real. Análises e ajustes garantem que os objetivos sejam atingidos — ou superados.

Retail media não é só mídia: é estratégia, inteligência comercial e domínio técnico. O papel da agência vai muito além da operação — envolve compreender o negócio, atuar com dados, integrar áreas e planejar com visão ampla.

Se a agência ainda trata retail media como uma extensão do trade tradicional, está perdendo a oportunidade de entregar valor real.

O diferencial está em como transformar canais tradicionais em meios de comunicação. E o mercado está pronto para quem souber conduzir essa transformação.

(*) - Media Director & Associate Partner da Cadastra

Indústria perde mais de R\$ 700 mil por hora com paradas não planejadas

Gargalo da produção e equipamentos sem funcionar são algumas das grandes dores dos gestores. Manutenções evitam prejuízos.

Na indústria, qualquer interrupção, por mais breve que seja, pode se traduzir em prejuízos. A parada de uma máquina gera uma quebra no ciclo produtivo, impactando diretamente a produção, causando atrasos nas entregas, comprometendo a qualidade do produto e elevando os custos operacionais. Essa situação representa uma das maiores preocupações dos gestores, que, além de lidarem com desafios internos, enfrentam a constante pressão da competitividade no mercado.

Estudos recentes reforçam a gravidade das paradas não planejadas na indústria. De acordo com uma pesquisa realizada pela ABB, empresa internacional líder em tecnologias de eletrificação e automação, mais de dois terços das empresas do ramo industrial sofrem paradas não planejadas pelo menos uma vez por mês, custando para a maioria das empresas cerca de R\$712.500,00 por hora.

Embora a implementação de soluções disruptivas da Indústria 4.0 seja um passo estratégico para a modernização e eficiência dos processos, essa iniciativa, por si só, não é suficiente para superar todos os desafios do setor, como o cumprimento de prazos e outras exigências contratuais.

Segundo o especialista Luiz Guilherme Santos, gerente técnico da Soma Solution, a integração de tecnologia com suporte especializado é uma solução para evitar interrupções desnecessárias que resultam em prejuízos. De acordo com uma pesquisa da ABB, as manutenções preditiva e preventiva, conduzidas por especialistas, reduzem significativamente a necessidade de manutenção reativa, ainda praticada por 21% das empresas entrevistadas.

“Profissionais qualificados atuam de modo preventivo, intervindo para evitar falhas iminentes”, diz o profissional que, ao entender que paradas não previstas são prejudiciais, criou um programa específico de assistência que conta com



capacitação via treinamentos regulares. A Soma Solution atua no setor de equipamentos de inspeção, automação e codificação para a indústria.

“Nesse contexto, a consultoria especializada emerge como um diferencial competitivo significativo. Profissionais com expertise específica podem oferecer uma perspectiva objetiva sobre os desafios enfrentados pela empresa, identificando oportunidades de melhoria e implementando soluções inovadoras”, defende.

A boa notícia é que o mercado está cada vez mais atento a essa necessidade. Segundo a mesma pesquisa da ABB, 60% dos entrevistados planejam aumentar seus investimentos em manutenção nos próximos anos. Além disso, um terço pretende ampliar esses gastos em mais de 10%, reforçando a crescente conscientização empresarial sobre o tema.

“É fato: a combinação de tecnologias avançadas com a expertise de consultorias especializadas e uma gestão eficiente do conhecimento constitui uma estratégia robusta para minimizar interrupções na produção e assegurar a competitividade no setor industrial”, sublinha Santos.



Reforma Tributária pode desidratar o Simples Nacional, ampliar arrecadação e reduzir o rombo da Previdência

Considerada por muitos anos como um verdadeiro 'manicômio tributário', a legislação brasileira sobre a cobrança de impostos indiretos produziria um montante de papel de peso superior a 7,6 toneladas caso alguém tivesse a iniciativa de imprimir todas as normas em papel A4

Paulo Zirnberger (*)

Final, desde a promulgação da Constituição Federal de 1988 até hoje, ao todo, seriam mais de 400 mil normas tributárias distribuídas por um volume total que ultrapassaria 60 mil páginas. Aliás, o advogado mineiro Vinícios Leoncio, publicou a imagem icônica de todo este volume reunido. Diante deste cenário, a Reforma Tributária aprovada no ano passado foi recebida como se fosse um tratamento medicinal para a doença da burocracia. Isto porque o novo conjunto de regras tem o mérito de reduzir todo este volume de legislação da casa das toneladas para algo em torno de 'apenas' 200 Kg de papel, usando os mesmos critérios.

Apesar disso, analisando a questão por uma ótica mais profunda, é possível afirmar que a Reforma Tributária pode ter efeitos colaterais perigosos na forma de uma desidratação do Simples Nacional e das empresas de serviços. Ela pode tanto ampliar quanto acelerar a mortalidade de micros, pequenas e médias empresas por todo o país.

A principal fonte para este raciocínio é que vivemos tempos nos quais se busca, desesperadamente, atingir as metas do Arcabouço Fiscal. Neste sentido, existe uma verdadeira guerra declarada e nesta batalha, aumentar a arrecadação e diminuir os gastos são as únicas armas disponíveis. Diante deste quadro, a desidratação do Simples Nacional implica tanto a redução da renúncia quanto a diminuição do rombo previdenciário ao longo do tempo, o que viabiliza a concretização do ditado popular: 'matar dois coelhos com uma cajadada só'.

Só para ter uma ideia do que significaria a migração de empresas do Simples para os outros regimes, basta analisar as fontes de renúncias e incentivos fiscais brasileiros acima da casa dos R\$10 bilhões. Essa lista apresenta



na liderança absoluta o Simples Nacional, com R\$101,8 bilhões. Na sequência, mas muito distantes, aparecem a Zona Franca de Manaus (ZFM), com R\$ 36,3 bilhões, a Desoneração da Folha de Pagamento, com R\$ 26,5 bilhões, a Cesta Básica de Alimentos (Desoneração de PIS/Cofins), com R\$ 23,5 bilhões e, finalmente, os Incentivos para a Agricultura e Pecuária (Desoneração de PIS/Cofins) com R\$ 10,4 bilhões.

Já uma análise da questão pela ótica do rombo previdenciário também coloca o Simples Nacional no papel de um ofensor. Isso porque, apesar de contribuir com alíquotas menores ao INSS em relação às empresas do Lucro Presumido e do Lucro Real, os trabalhadores das empresas do Simples, tanto dos MEIs, quanto das pequenas e médias empresas, têm direito integral à aposentadoria e a todos os demais serviços oferecidos pela previdência.

Os dois cenários transformam o Simples Nacional numa espécie de vilão e o ataque a este sistema se manifestaria na Reforma Tributária em primeiro lugar na forma de uma promessa de desoneração das cadeias produtivas. Ao aplicar o recolhimento de IBS e CBS no conceito de crédito tributário, a Reforma produzirá naturalmente uma migração das empresas do Simples para o Lucro Real ou Presumido. Isso acontecerá porque as grandes empresas praticamente exigirão isso

de seus fornecedores.

Na prática, a dinâmica imposta pela Reforma Tributária com a desoneração da cadeia produtiva implica numa estratégia de maximização de créditos em todas as compras realizadas. Desta forma, se o Simples Nacional oferecer um recolhimento que seja inferior à alíquota cheia dos IBS e CBS fica clara a possibilidade deste regime perder atratividade para os tradicionais clientes das empresas que o utilizam. Nesse caso, as empresas do Simples Nacional podem optar por recolher as alíquotas integrais e dessa forma irão operar num regime misto de Simples Nacional e de créditos integrais. Uma complexidade que as mais de 18 milhões de empresas do Simples não sabem gerir.

Com o objetivo de obter vantagens na forma de créditos tributários, as empresas compradoras de serviços e matérias primas vão preferir fazer negócios com parceiros comerciais que utilizam o Lucro Real e Presumido porque eles viabilizarão mais créditos. Neste sentido, a empresa do Simples Nacional poderá até oferecer um preço menor pelo produto, mas esse 'mais barato' vai precisar compensar o crédito menor que ela vai produzir. Considerando que uma grande empresa compre de, aproximadamente, 3 mil fornecedores diferentes, atualmente se estima que mais da metade deles sejam do Simples Nacional. Se o Simples origina créditos de 9% e as empresas do Lucro

Presumido repassam 28% em forma de IBS e do CBS, é natural que esses 50% do Simples tenham que mudar de regime para ganhar competitividade frente aos empreendimentos da outra modalidade.

O problema é que essa migração será prejudicial às empresas do Simples que não terão vantagem nenhuma com isso. Pelo contrário, elas terão que aprender a trabalhar com esse regime de créditos e débitos tributários. Para isso, terão despesas maiores com seus contadores e escritórios de contabilidade para gerenciar toda essa mecânica. Sem mencionar que seus preços de venda terão de subir para compensar as maiores alíquotas, parece um círculo vicioso e perigoso para a sobrevivência.

Atualmente, as empresas cadastradas pelo regime do Simples Nacional na modalidade MEI registram uma mortalidade entre 29% e 35% a cada cinco anos. Já as pequenas e médias companhias também do Simples possuem uma taxa menor, mas ainda grande, de 21% a 25% no mesmo período. Caso a migração de regimes se confirme, é natural esperar que estes índices de mortalidade se tornem ainda maiores e mais rápidos ao longo dos anos com o agravante de que o Simples abriga 84% das empresas instituídas no país, consolidando o regime como o maior empregador dos trabalhadores nacionais.

Por conta de tudo isso, é muito importante que as empresas do Simples entendam o que elas têm de fortalezas e competências para que elas consigam se reorganizar e buscar formas de saírem fortalecidas e não enfraquecidas desta transformação que exige estratégia inteligente de adaptação a esse novo sistema.

(*) CEO da Omnitax, startup que atua por meio de uma plataforma de inteligência tributária adaptativa que opera desde o pedido de compra até a contabilização da venda em tempo real.

Bets e influenciadores: Uma parceria que custa caro à sociedade

Patrícia Punder (*)

Apesar de serem legais no Brasil, o caso das bets — plataformas de apostas esportivas online — levanta um sério debate moral que merece atenção. A legalização das apostas, consolidada pela regulamentação que permite o funcionamento de empresas estrangeiras mediante o pagamento de tributos e o cumprimento de exigências mínimas, não elimina os dilemas éticos envolvidos nessa prática.

Embora estejam dentro da legalidade, as bets promovem uma atividade que pode se transformar em vício, explorando psicologicamente os usuários e alimentando comportamentos compulsivos, especialmente entre os mais vulneráveis social e economicamente. A participação de influenciadores digitais na CPI das bets em andamento escancarou esta realidade. Ou seja, apesar de ser legal no Brasil, será que a atuação das bets é moral?

O marketing agressivo, onipresente nas redes sociais e em eventos esportivos, transforma o ato de apostar em algo banal, quase uma extensão do entretenimento esportivo. Celebidades e influenciadores digitais, muitos deles com grande apelo entre jovens e adolescentes, promovem as casas de apostas como se fossem inofensivas, omitindo os riscos associados.

Um estudo recente da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP), revelou que 81% dos universitários brasileiros já apostaram em plataformas de bets, com 72,8% participando regularmente. O estudo também identificou uma correlação entre o comportamento de apostas e o desenvolvimento de transtornos mentais como ansiedade, depressão e estresse financeiro.

Essa banalização contribui para a normalização de comportamentos que no longo prazo, podem resultar em prejuízos financeiros severos, dívidas, problemas familiares e até transtornos mentais como ansiedade e depressão. Em muitos casos, o apostador não percebe que está se envolvendo em uma atividade com alto potencial destrutivo até que as consequências já sejam irreversíveis. Apesar dos avisos indicando se tratar de uma diversão e não um meio de ganhar dinheiro, na prática não é o que tem acontecido. Muito menos a indicação de "jogar com responsabilidade" ou até que menores de 18 anos não podem fazer uso das plataformas de bets. Infelizmente, a realidade tem sido outra.

O apelo das bets está fortemente relacionado a um sonho ilusório de enriquecimento rápido. Em um país com altos índices de desigualdade e desemprego, muitos brasileiros veem nas apostas uma chance de mudança de vida, ignorando as estatísticas desfavoráveis e os mecanismos de controle

que favorecem as casas de apostas.

A esperança de lucro fácil, alimentada por campanhas publicitárias que glamurizam ganhos pontuais, mascara a realidade de que a imensa maioria dos jogadores perde dinheiro. Assim, embora o Estado arrecade com tributos sobre essas atividades e de muitos influenciadores ficarem milionários com as bets, é moralmente questionável que se lucre sobre a fragilidade de uma população muitas vezes desesperada por alternativas de renda. Sim, a influência dos influenciadores digitais que muitas vezes possuem milhões de seguidores e expõem um estilo de vida milionário, faz aflorar no inconsciente de muitos brasileiros que quem trabalha é "burro", que o dinheiro deveria vir fácil e sem esforço, como a vida destes influenciadores é demonstrada nas redes sociais.

Outro ponto preocupante é a influência que as bets exercem sobre o esporte. Há indícios de manipulação de resultados, fraudes e envolvimento de atletas em esquemas ilícitos para favorecer determinadas apostas.

Esse cenário põe em risco a integridade das competições e mina a confiança do público no esporte como um espetáculo limpo e justo. Ainda que nem todas as plataformas estejam envolvidas em práticas duvidosas, a falta de fiscalização rigorosa e de mecanismos de controle eficientes abre espaço para irregularidades que comprometem o sistema como um todo.

Devemos lembrar do passado onde a Fórmula 1 era praticamente promovida por empresas de cigarro e bebidas. Empresas que eram legalizadas e ganhavam muito dinheiro com produtos que podem gerar outros vícios, como o tabagismo e o alcoolismo. E o que foi feito? Banir o patrocínio e as marcas destas empresas de atuarem na Fórmula 1. Apesar de serem legais, as empresas e marcas foram questionadas sobre a questão moral de promover suas marcas para praticamente todo o mundo.

Portanto, ainda que legalizadas, as apostas esportivas online representam um problema moral relevante. O Estado, ao permitir e tributar essas atividades, assume uma postura ambígua: por um lado, regula e arrecada, por outro, falha em proteger adequadamente a população dos efeitos nocivos desse mercado.

A legalidade, nesse caso, não é sinônimo de legitimidade ética. É fundamental que haja uma discussão mais profunda e crítica sobre o papel social das bets, bem como uma responsabilização mais clara das empresas e dos promotores desse sistema. A moralidade não se limita ao que está na lei, mas ao impacto real que determinada prática causa nas vidas das pessoas e na estrutura social.

(*) Advogada e CEO da Punder Advogados.

Pontos de venda: especialistas dão dicas para reter mão de obra qualificada

Conheça cinco estratégias infalíveis para investir na satisfação do atendimento. A alta rotatividade de funcionários nos pontos de venda é um dos maiores desafios enfrentados pelas empresas. Além de gerar custos com recrutamento e treinamento, a troca constante de colaboradores impacta diretamente a qualidade do atendimento, produtividade do negócio e os custos operacionais, especialmente em setores onde o contato humano é essencial. Para entender como lidar com essa questão, especialistas destacam estratégias eficientes para reter talentos e construir equipes qualificadas.

Segundo os especialistas Norma Waichert e Thiago Lupatini a retenção de mão de obra requer esforço contínuo, mas os resultados são compensadores. "Investir no bem-estar, desenvolvimento e na satisfação dos colaboradores não só reduz a rotatividade, mas também contribui para

um atendimento ao cliente de excelência e melhores resultados financeiros", pontua o casal que à frente de multinegócios, entre eles a rede de alimentação saudável Banana Food, fundada em 2017, na cidade capixaba de Colatina, e com unidades ainda no Rio de Janeiro e Mato Grosso.

Confira cinco dicas de como reter mão de obra qualificada nos negócios:

- 1) Invista em Treinamento e Desenvolvimento:** ofereça treinamentos contínuos, desde a integração inicial até capacitações periódicas. Proporcione também oportunidades para que os colaboradores desenvolvam novas habilidades;
- 2) Ofereça Benefícios Competitivos:** além do salário, inclua vantagens como vale-alimentação, assistência médica e descontos em produtos da loja. Con-

sidere benefícios inovadores, como parcerias com academias ou programas de bem-estar;

- 3) Promova um Ambiente de Trabalho Saudável:** estimule a comunicação aberta, ofereça feedback construtivo e reconheça as conquistas. Crie também canais anônimos para sugestões e reclamações;
- 4) Estruture caminhos claros para promoções e crescimento interno:** comunique os critérios para avançar na carreira e realize avaliações de desempenho regularmente;
- 5) Flexibilize e adapte horários:** ofereça escalas ajustáveis ou a possibilidade de troca de turnos. Para quem tem filhos ou compromissos pessoais, isso pode ser um fator determinante para permanecer.



BlackCAT_CANVA

CADA VEZ MAIS RELEVANTE

HOLDING FAMILIAR: A ESTRATÉGIA QUE EVITA BRIGAS ENTRE HERDEIROS E PROTEGE O PATRIMÔNIO

O planejamento sucessório é um tema que ganha cada vez mais relevância no Brasil, especialmente diante do envelhecimento da população e do crescimento das disputas judiciais entre familiares após a morte de um ente querido.

Em um país onde 90% das empresas não estatais são familiares e respondem por cerca de 65% do PIB, segundo dados do IBGE e Sebrae, a preocupação com a continuidade dos negócios e a preservação do patrimônio tem impulsionado o uso da holding familiar como uma solução eficiente e estratégica.

A holding familiar é uma empresa criada para concentrar e administrar o patrimônio de uma ou mais pessoas da mesma família. Pode incluir imóveis, participações societárias, aplicações financeiras e outros bens. Ao transferir esses ativos para a holding, os sócios passam a deter cotas da empresa em vez de bens diretamente em seus nomes. Com isso, a sucessão pode ser organizada de forma planejada, com regras claras estabelecidas em contrato social e acordos de quotistas, o que ajuda a evitar conflitos, desgastes emocionais e longas batalhas judiciais.

Essa estrutura tem se tornado cada vez mais comum no Brasil. Segundo levantamento da PwC, o número de holdings familiares cresceu mais de 30% nos últimos cinco anos, impulsionado principalmente pelas incertezas tributárias e pelo desejo de proteger o patrimônio. As vantagens são diversas: além da proteção patrimonial (muito embora esta proteção seja relativa), há redução de custos com impostos na sucessão (como o ITCMD), agilidade na transferência de bens e manutenção do controle dos ativos dentro da família.



Comstock_Images_CANVA

Gislene Costa, advogada que atua na área de planejamento patrimonial e sucessório, explica que o grande diferencial da holding é permitir que o processo de sucessão aconteça ainda em vida, com a participação

ativa do patriarca ou matriarca na definição das regras. “Planejar o patrimônio vai muito além de pensar na herança. É um gesto de responsabilidade com o futuro da família, que evita disputas e garante a continuidade do que foi construído com tanto esforço”, afirma. Ela ressalta que muitas famílias deixam para discutir esses temas apenas quando um imprevisto acontece, o que torna o processo mais doloroso e custoso.

O impacto da reforma tributária em curso também tem feito crescer a procura por esse tipo de estrutura. A padronização da alíquota máxima do ITCMD em 8% para todos os estados, por exemplo, preocupa famílias com patrimônio elevado. Em estados como São Paulo, onde a alíquota era de 4%, a mudança representa o dobro da tributação em caso de herança. Em vez de aguardar esse cenário mais oneroso, muitas famílias têm preferido antecipar a sucessão por meio da holding, aproveitando ainda os benefícios legais em vigor.

Além disso, a holding permite maior organização e eficiência na gestão dos bens. Em vez de imóveis dispersos em nome de diferentes pessoas, por exemplo, tudo passa a ser controlado por uma única pessoa jurídica, o que facilita o planejamento tributário e evita problemas como inventários demorados e bloqueios judiciais. Em casos de empresas familiares, a holding também pode atuar como instrumento de governança, separando a figura do herdeiro da figura do gestor e profissionalizando a gestão dos negócios.

Gislene aponta que a criação de uma holding não deve ser feita de forma genérica, com contratos “de prateleira”. Cada família possui uma realidade específica, e o planejamento precisa levar em conta variáveis como o regime de casamento dos sócios, a existência de herdeiros menores, eventuais disputas anteriores e os objetivos futuros dos envolvidos. “O bom planejamento é aquele que traz segurança jurídica e paz para a família. É uma ferramenta de amor e de legado, quando feita com consciência”, conclui.

No cenário atual, em que cresce o número de litígios familiares relacionados à herança — cerca de 20% das ações nas varas de família do país envolvem disputa por bens, segundo o CNJ — estruturar uma holding deixou de ser uma estratégia apenas para grandes fortunas. Hoje, famílias com patrimônio modesto também têm buscado essa alternativa como forma de proteger o que foi construído, garantir estabilidade e preservar vínculos familiares. A holding, mais do que uma estrutura jurídica, tem se mostrado um instrumento de preservação de histórias, vínculos e da paz entre gerações.



South_agency_CANVA