

Lula e Trump conversam por telefone e decidem negociar tarifas



Crise do metanol afeta receita de bares paulistas em até 60%



Conheça Trionda, a bola tecnológica da Adidas para a Copa 2026



ISTO É Dinheiro

Edição 3 - 10/10/25

INVASÃO CHINESA

A implacável expansão da China no setor de automóveis avança pelo Brasil e em escala global, mas é um movimento que não está livre de riscos e solavancos

ISTOÉ
sustentável

COP 30

UMA VITRINE INTERNACIONAL

Acompanhe a cobertura
do evento histórico em
sustentavel.istoe.com.br



Carta ao leitor

O novo país do automóvel

Com vocação superlativa para números, seja eles quais forem, a China ainda assim impressiona quando se trata de sua efervescente indústria automobilística. Apenas um deles já traduz a escala do setor: o país tem hoje inacreditáveis 129 marcas de automóveis, tanto elétricos como a combustão. Essas empresas despejaram no mercado local e internacional inacreditáveis 31 milhões de veículos no ano passado. Nenhum país sequer chega perto disso hoje.

Obviamente, o contexto para esse cenário é muito peculiar. Há duas décadas, o governo chinês tem investido pesadamente na construção de



TAN YUNFENG/VCG

Fábrica de veículos elétricos da Geely Automobile na província de Zhejiang

seu setor automobilístico. O dinheiro flui tanto para startups que pesquisam equipamentos e sistemas para eletrificação quanto para políticas de impulsionamento de vendas. Mas, como toda contrução artificial à margem das leis de mercado, essa política está sujeita

a altos riscos. Especialistas apontam que existirá espaço para no máximo 15 marcas chinesas até 2030. Até que isso aconteça (se é que de fato acontecerá), o mundo assistirá a uma ebulição sem precedentes — e o Brasil é parte importante nisso.

Índice

- 4 ENTREVISTA
- 7 ECONOMIA
- 10 BRASIL
- 12 INTERNACIONAL
- 14 NÚMEROS DA SEMANA
- 15 CAPITAIS
- 18 EMPRESAS
- 26 CARREIRAS
- 28 RURAL
- 32 AUTO
- 37 CONSUMO
- 39 O MELHOR DAS REDES
- 40 PALAVRA POR PALAVRA
- 41 COLUNA

CAPA: MONTAGEM COM FOTOS DE DARKO VOJINOVIC/AP, PABLO PORCIUNCUA/AFP, JIM WATSON/AFP E DIVULGAÇÃO



Metanol: receita de bares cai até 60%

FOTOS DIVULGAÇÃO



Meio milhão de pirulitos vendidos em 48h



Adidas: Trionda é a próxima bola da Copa

Expediente

ISTOÉ publicações

ISTOÉ PUBLICAÇÕES LTDA.
CEO E DIRETOR EDITORIAL:
Daniel Hessel Teich

Dinheiro

EDITORA: Érica Polo
DIRETOR DE ARTE: Alexandre Akermann
DESIGNER: Mayara Novais
DIRETOR DE MERCADO LEITOR
E LOGÍSTICA: Edgardo A. Zabala
www.istoe.com.br
Instagram: @revistaistoe
YouTube: m.youtube.com/@revistaISTOE
X: @revistaISTOE
TikTok: @revistaistoe
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/istoe/>

Redação e correspondência:
Rua Iguatemi, 192, 19º andar, Itaim Bibi,
São Paulo, SP, CEP 01451-010
ISTOÉ – A SEMANA é uma publicação semanal de ISTOÉ PUBLICAÇÕES LTDA., empresa detentora das marcas ISTOÉ e coligadas, tanto em plataformas digitais como meios impressos. A empresa não tem qualquer vinculação editorial e societária com a EDITORA TRÊS COMÉRCIO DE PUBLICAÇÕES LTDA. (em liquidação judicial)

“Corte de juros a partir de janeiro chegará atrasado”

Cassiana Fernandes, economista-chefe e head do banco americano J.P. Morgan para a América Latina, aponta que o Banco Central já tem elementos suficientes para considerar a redução da taxa Selic a partir do fim do ano

Banco de investimentos norte-americano projeta IPCA de 3,6% para o ano que vem, um patamar mais baixo que o consenso apresentado em recente boletim Focus, divulgado semanalmente pelo BC, e que traz as expectativas de agentes econômicos para o Brasil



ANA NOBRE/CDI

Na contramão das expectativas de economistas e agentes financeiros no Brasil, o J.P. Morgan acredita que há espaço para reduzir a taxa de juros (Selic) já em dezembro deste ano. “Nossa projeção para o primeiro corte é dezembro, com uma redução de 0,25 ponto”, disse Cassiana Fernandes, economista-chefe e head de research do J.P. Morgan para a América Latina. A leitura é feita com base em alguns pilares, entre eles, o dólar menos forte por mais tempo e a resposta da atividade econômica ao remédio ministrado pelo Banco Central do Brasil (BC), que levou a Selic a 15% ao ano – o maior pa-

tamar em duas décadas. “Nossos indicadores de alta frequência apontam o terceiro trimestre rodando próximo de zero. Nesse ambiente, as projeções de inflação caem, expectativas cedem e, na minha visão, em dezembro já haverá sinais suficientes para o BC iniciar cortes. Se começar em janeiro, estará atrasado, porque o nível atual de juros é muito alto com a economia rodando abaixo do potencial por três trimestres”, disse. A economista falou sobre economia americana e os desafios como liderança feminina em uma estrutura global.

Eduardo Vargas

O que pode acontecer com a taxa de juros no Brasil? Qual é a sua projeção para a Selic e por que?

Nossa projeção para o primeiro corte é dezembro deste ano, com redução de 0,25 ponto. Depois, ao longo de 2026, projetamos cortes de 0,50 ponto por reunião, terminando o ano que vem em 10,75%. Olho muito o que acontece no mundo e como isso bate aqui. Vemos um dólar menos forte por mais tempo, sem aquele “excepcionalismo” recente dos Estados Unidos. Isso favorece moedas emergentes e ajuda a inflação de bens transacionáveis. Também trabalhamos com petróleo mais fraco – oferta cres-

cendo mais que a demanda — o que reduz pressões em energia e combustíveis. Além disso, a economia global desacelera. Com a Selic a 15% [atual], a política monetária está restritiva por aqui e não há espaço para estímulo fiscal relevante dentro das regras atuais. Resultado: a atividade doméstica desacelera. Nossos indicadores de alta frequência apontam o terceiro trimestre rodando próximo de zero. Nesse ambiente, as projeções de inflação caem, expectativas cedem e, na minha visão, em dezembro já haverá sinais suficientes para o BC iniciar cortes. Se começar em janeiro, estará atrasado, porque o nível atual de juros é muito alto com a economia rodando abaixo do potencial por três trimestres.

Um corte em dezembro comprometeria a comunicação recente do Banco Central, que fala em manter juros elevados por “período suficientemente prolongado”?

Credibilidade é ganha quando se toma a melhor decisão a cada momento, com o conjunto de informações disponível. Se a inflação vier mais baixa e a atividade mais fraca, é natural mudar a percepção. Em novembro, há espaço para o BC ajustar a comunicação e iniciar cortes em dezembro. O risco é de tempo, isso pode escorregar para janeiro. Mas, começando mais tarde, começará de um nível mais apertado.

Quais setores mais sentiram a Selic restritiva?

Os ligados a crédito, sobretudo varejo de bens duráveis (dados de vendas, crédito e inadimplência mostram desaceleração) e as empresas muito endividadas, já que o custo e a rolagem da dívida ficaram mais difíceis. Tanto que vemos o aumento de recuperações judiciais. A vantagem do ciclo atual foi o balanço privado ainda saudável, a deterioração pós-pandemia de covid-19 pesou mais no setor público. Mesmo assim, já há desarranjos que sugerem desaceleração efetiva, abrindo espaço para o afrouxamento monetário no fim do ano.

E a inflação recente? Onde está o “mocinho” e onde estão os riscos?

O núcleo de serviços do IPCA-15 surpreendeu positivamente. Mesmo ex-



REPRODUÇÃO/ISTOE

cluindo o item específico de seguros de automóveis, a tendência de desinflação ficou mais confiável. No começo do ano, a inflação implícita nas NTN-Bs [Nota do Tesouro Nacional] chegou a rodar acima de 7% e o Focus [Boletim divulgado às segundas-feiras pelo Banco Central, com expectativas de agentes do mercado] indicava patamar perto de 6%. Hoje, o Focus para 2025 indica 4,8% — e a inflação implícita chegou a rodar abaixo disso em alguns momentos. O câmbio ajuda o cenário, já que um dólar em R\$ 5,30 preocupa menos do que acima de R\$ 6. O setor de serviços segue resiliente porque o mercado de trabalho ainda está apertado, mas essa correlação pode ter mudado com as transformações estruturais e as reformas que ocorreram desde 2016/2017. Talvez a taxa de desemprego “neutra” seja mais baixa do que pensávamos. Para alimentos e bebidas, nosso cenário de commodities e câmbio aponta números confortáveis, e para habitação, por sua vez, a deflação de agosto teve muito de descontos de eletricidade. Mas para 2026 projetamos IPCA de 3,6% — 60/70 pontos abaixo do consenso do boletim Focus.

Mudar a meta de inflação ajudaria?

Trocar a meta com expectativas sancionadas piora a credibilidade. Esse debate só faz sentido quando a inflação roda na meta por alguns anos e você pode discutir custo/benefício social. Não vejo por que o Brasil precisaria de meta acima de 3% se a maioria dos emergentes usa 3%. Metas mais altas não nos li-

vraram de indexações no passado. Hoje, o papel do BC é trazer a inflação para a meta de 3% definida pelo Conselho Monetário Nacional (CMN).

E o quadro fiscal? Quais os principais riscos para sua projeção de juros?

O fiscal preocupa muito. Em exercícios de dinâmica da dívida é difícil estabilizá-la em horizonte razoável — continuaria crescendo por anos, talvez décadas, partindo de um nível já alto. Quem quer que vença 2026 [eleições presidenciais] precisará fazer um ajuste significativo, repensando a estrutura de gastos. Há agenda de racionalização, mas será preciso avançar em reforma administrativa (focando em eficiência do Estado), em revisão de subsídios e de programas ineficientes. No curto prazo, o risco local para o nosso cenário é descumprir o arcabouço, ou seja, abrir mão das metas e afrouxar o teto de 2,5% de crescimento real dos gastos. Medidas já no pipeline, como a isenção de Imposto de Renda para quem ganha até R\$ 5 mil e o aumento real do mínimo, de 2,5% em janeiro, geram impulso no 1º trimestre. A lei eleitoral limita estímulos seis meses antes do pleito, o que dá mais espaço ao BC para cortar os juros com a inflação sob controle. O perigo é mudar a meta pelo não cumprimento e, a partir daí, perder o ancoragem. No fim de 2024 vimos como a perda de credibilidade fiscal piora o câmbio e as expectativas e, por fim, como isso bate na aprovação do governo via inflação.

As reformas já feitas bastam? Onde insistir?

De 2016 para cá o Brasil avançou muito em reformas, algo raro no mundo (fora o pacote recente da Argentina). Mas não basta. Os exercícios de dívida ainda não estabilizam. Precisamos de produtividade. Sou otimista com a reforma tributária aprovada em 2023, terá riscos e judicializações, mas deve simplificar um dos sistemas mais complexos do mundo e ampliar a base arrecadatória pelo desenho do IVA (Imposto sobre Valor Agregado, em que o comprador vira “fiscal” para aproveitar créditos). Falta ainda reduzir burocracia, avançar na eficiência do setor público e manter a discussão previdenciária viva. Observado ajuste pelo lado da receita, significa mais carga tributária — já alta versus pares — e isso prejudica o crescimento. O foco do governo deve ser gastar melhor, cortando desperdícios, não programas sociais eficazes.

Como vê a atuação do Federal Reserve (Fed, o Banco Central dos EUA) e a economia norte-americana?

O Fed tem sido coerente e seguiu expectativas. A economia dá sinais de fraqueza em algumas frentes, mas revisamos o curto prazo para cima, e o mercado de trabalho esfria gradualmente. O corte gradual é necessário porque tarifas elevadas podem virar pressão de custos e se propagar em salários quando o mercado está apertado. Nossa projeção: já houve um corte, estimamos mais dois neste ano, e queda até 3,50%–3,25% em meados do ano que vem. Esse gradualismo, com alguma desaceleração, mantém o dólar relativamente fraco e ajuda os países emergentes com política monetária muito restritiva a normalizar juros.

Qual é o impacto das tarifas de Donald Trump para os EUA e o Brasil?

O pico de preocupação veio após o “Liberation Day”, em abril, mas o repasse foi menor que o temido e o impacto em atividade também. O temor era um efeito dominó de retaliações, mas isso não ocorreu de forma ampla e foi benéfico ao quadro global. Nos EUA, a conta recaiu mais no consumidor. Para o Brasil, economia relativamente fechada e com



exportações concentradas em commodities redirecionáveis, não revisamos o Produto Interno Bruto (PIB) por causa das tarifas. A postura pragmática do governo brasileiro — sem retaliações — foi positiva. A retaliação teria sido mais inflacionária e resultaria em menor crescimento. Há incertezas jurídicas sobre a forma final das tarifas nos EUA, se mais setoriais ou mais amplas. Em resumo: tarifas mais altas são vento contrário de curto prazo, mas a magnitude final ainda é incerta.

Qual é o cenário para o dólar?

Trabalhamos com dólar ao final deste ano perto do nível atual, em cerca de R\$ 5,30. O diferencial de juros ajuda, e não vemos cenário de grande desvalorização do real se não houver choque doméstico (discussões orçamentárias e políticas) ou uma reversão global relevante na tendência de dólar mais fraco.

Saindo da macroeconomia, como é atuar em um banco global no Brasil? O que muda em cultura e compliance?

A presença global fortalece o J.P. Morgan. Seguimos regulações de todos os países onde atuamos, o que torna regras de compliance muito fortes. Algumas decisões são menos ágeis, mas mais seguras. Do lado de research, ter um time espalhado pelo mundo, próximo de governos e com experiências diversas, melhora muito a análise. O networking facilita o acesso a lições de reformas em outros países — fizemos, por exemplo,

trabalhos conjuntos com o time da Índia por causa da reforma tributária de lá. E há algo, ainda, sobre o Brasil: mercados emergentes formam economistas resilientes. O BC brasileiro foi o primeiro a reconhecer que a inflação pós-pandemia não era só de oferta e subiu os juros cedo. Aqui olhamos a inflação no detalhe, item a item e essa cultura de granularidade impressiona nossos pares. O mercado financeiro brasileiro é ágil (inflação alta no passado tornou tempo um ativo caro), vide bancos digitais e Pix. Quando nossos chefes vêm ao Brasil, se impressionam com a profundidade das perguntas e análises, inclusive sobre EUA.

O que você diria que aprendeu ao liderar o grupo de mulheres?

Virei mentora depois de ouvir de uma estagiária que queria “ser a próxima Cassiana”. Não foi algo que busquei, mas percebi que poderia ter impacto e abrir oportunidades. Em empresa global, a diversidade cultural, religiosa e de experiências é um ativo — e enriquece a análise econômica, que precisa entender sociedades e histórias. A participação feminina na diretoria já foi maioria, hoje é robusta. Em diversidade, o essencial é conhecer o seu corpo de funcionários e usar boas práticas que funcionaram em outras empresas. Mentoria ajuda muito, mas nada anda sem o engajamento da alta liderança. Se a empresa busca líderes em parcela pequena da população, paga mais caro e tem menos ideias — é ineficiente. **D**

Rearranjo de caixa

Sinal verde da Câmara dos Deputados para o projeto de isenção do Imposto de Renda alivia parte dos assalariados e os pequenos empreendedores, enquanto afeta profissionais liberais. Mas o governo federal patina para aprovar a compensação



LUIZ MARQUES/AGÊNCIA BRASIL

Projeto do IR, que passou na Câmara, espera o sinal verde dos senadores

A aprovação do texto-base da reforma do Imposto de Renda (IR) pela Câmara dos Deputados, no início de outubro, vai impactar favoravelmente não só os trabalhadores com carteira assinada, mas também um número expressivo de empreendedores e donos de pequenos negócios se aprovado pelo Senado. Por outro lado, o projeto inclui alta de IR pago por profissionais liberais – quem fatura mais de R\$ 50 mil mensais, ou R\$ 600 mil por ano. Paralelamente à

trajetória para aprovar a promessa de campanha feita por Luis Inácio Lula da Silva em 2022 (a isenção de IR a quem ganha até R\$ 5 mil por mês), está a batalha do governo federal para compensar o caixa. O Executivo se esforçou junto ao Congresso para aprovar a Medida Provisória 1303, a qual propõe tributar aplicações financeiras como debêntures – mas patinou. A MP caducou no dia 8.

Por partes. Pelo projeto de IR, que ainda precisa de aprovação dos sena-

dores, a isenção será aplicada a quem tem renda mensal de até R\$ 5 mil. A mudança, contudo, se estende aos microempreendedores individuais (MEIs) e deve, portanto, beneficiar 78% dos empreendedores do país. A maior parte deles tem renda mensal abaixo do teto de R\$ 5 mil – um rendimento médio mensal de R\$ 4.554. O cálculo é do Atlas dos Pequenos Negócios, um estudo elaborado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), a partir da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2024. O Brasil tem quase metade da sua população, cerca de 96,7 milhões de pessoas, dependendo direta ou indiretamente da renda gerada pelos pequenos negócios. A estimativa de renda anual do setor foi de R\$ 717 bilhões no ano passado.

A aprovação do projeto, pelos deputados, pavimentará antecipadamente um caminho favorável para as eleições de 2026. Com a elevação do teto para R\$ 5 mil, o governo estima que 10 milhões de trabalhadores passarão a ter isenção de IR, somando um total de 15 milhões de pessoas. Hoje, ela se aplica a quem ganha até dois salários mínimos, ou R\$ 3.036. A especialista em Direito Tributário Bárbara Guarinão, da Lewandowski Libertuci Advogados, fez uma simulação para a IstoÉ Dinheiro, mostrando a economia anual para os trabalhadores. Considerando o 13º salário, a economia para quem ganha até R\$ 5 mil pode chegar a R\$ 4 mil por ano.

A proposta também cria uma alíquota progressiva para quem ganha entre R\$ 5.000,01 e R\$ 7.350. Mas acima desse valor, as alíquotas progressivas já existentes – 7,5%, 15%, 22,5% e 27,5% – seguem inalteradas. Quem ganha com lucros e dividendos acima de R\$ 50 mil por mês, ou R\$ 600 mil por ano, universo que inclui profissionais liberais, passará a pagar uma alíquota progressiva de IR que pode chegar a 10%. Essa medida alcançará um grupo de 141,4 mil brasileiros, o que representa 0,13% dos contribuintes. Segundo o governo federal, essas pessoas pagam hoje uma alíquota efetiva média de apenas 2,54% de IR. Para os assalariados com renda acima de R\$ 50 mil, contudo, não há alteração de alíquota, a qual vai permanecer em 27,5%. **D**

Com reportagem de Ana Carolina Nunes

A química rendeu conversa

Lula e Trump falaram por telefone. Foi dada a largada para um processo de negociações entre Brasil e Estados Unidos, com foco em redução de tarifas

João Vítor Revedilho, de Brasília



Em conversa telefônica na última segunda-feira, 6, Lula e Trump decidiram avançar em negociações sobre 'tarifaço'

O primeiro passo de uma possível retomada nas relações diplomáticas entre Brasil e Estados Unidos foi dado na segunda-feira, 6, depois de três longos meses de impasse – e sem diálogo. Um tema fundamental é parte do imbróglio, o 'tarifaço' de 50% imposto pelo presidente norte-americano Donald Trump aos exportadores brasileiros em julho último. Os dois países ensaiam a via de diálogo, que pode trazer algum consenso e atenuar o problema nas relações bilaterais, depois do encontro em Nova York, em evento da Organização das Nações Unidas (ONU) ao final de setembro, quando aparentemente houve "química" nos bastidores entre Trump e Luis Inácio Lula da Silva (Lula), nas palavras do americano.

A conversa entre os dois mandatários, na segunda-feira, não foi longa. O

telefonema, que durou 30 minutos, foi o primeiro diálogo oficial entre eles. Lula estava no Palácio do Alvorada quando recebeu a ligação de Trump, intermediada pelo Itamaraty. Ao seu lado estavam Geraldo Alckmin (vice-presidente), Fernando Haddad (Fazenda), Sidônio Palmeira (Secom), Celso Amorim (assessor especial) e Mauro Vieira (Itamaraty) – seu esquadrão para tratar de tarifas. Lula sugeriu que a tarifa cobrada para o Brasil volte ao patamar de 10%, inicialmente anunciado para o país em abril, quando Trump 'tarifou' mais de 50 países. O fim das sanções sobre autoridades brasileiras entrou na lista de pedidos do presidente.

No tom amistoso da conversa (diferentemente das alfinetadas que vinham sendo distribuídas de um para outro via redes sociais ou via imprensa em meses mais recentes) ficou decidido que ambos

os países avançarão nas negociações. De um lado, o Planalto escalou Alckmin, Haddad e Vieira para intermediar o acordo. A Casa Branca, por sua vez, indicou o secretário de Estado, Marco Rubio, para comandar as articulações pelos Estados Unidos. O 'tarifaço' de 50% foi anunciado por Trump em 9 de julho, por meio de carta divulgada nas redes sociais. Foi nesta ocasião que, numa tacada só, a tarifa sobre produtos brasileiros passou dos 10% para 50%. No documento, a Casa Branca deu justificativas políticas envolvendo o processo contra o ex-presidente Jair Bolsonaro (PL), condenado a 27 anos e três meses de prisão por participação na trama golpista. Mas a justificativa guardava em seu pano de fundo o incômodo de Donald Trump com alguns movimentos de Lula. O anúncio do norte-americano



Haddad, Vieira e Alckmin (acima) vão intermediar negociações com o secretário de Estado dos EUA, Marco Rubio (abaixo)

no ocorreu logo após a reunião anual da cúpula dos Brics (Brasil, a Rússia, a Índia, a China e a África do Sul) no Rio de Janeiro em 6 e 7 de julho deste ano. Na ocasião, Lula anunciou decisões estratégicas dos países – a exemplo de ressuscitar um plano dos países de criar moeda única que substituiria o dólar para transações entre eles. Além disso, ocorreram à época decisões do Supremo Tribunal Federal (STF) que não agradaram as big techs – gigantes americanas de tecnologia.

Durante a conversa telefônica, Lula, ademais, reforçou o convite para que Trump participe da conferência do clima, a COP30, que vai acontecer em novembro em Belém. Trump, em coletiva, sinalizou que virá ao Brasil em algum momento. Ambos ainda combinaram um encontro presencial, provavelmente na cúpula de países do Sudeste Asiático, na Malásia, no fim do mês. Ao final da conversa, o presidente brasileiro e Trump trocaram celulares, abrindo um canal direto de diálogo – o que o petista não costuma fazer. Embora a relação esteja aparentemente apaziguada, o Planalto olha com lupa para as tratativas com Marco Rubio. O secretário de



Estado americano faz parte da ala ideológica do governo Trump, já fez críticas públicas ao Brasil e chegou a defender Bolsonaro nas redes sociais. Para evitar resistência, Lula chegou a pedir a Donald Trump que Rubio negociasse “sem preconceito” com o Brasil. Apesar do pé atrás, interlocutores do governo federal acreditam na possibilidade de consenso sobre as tarifas. As apostas oscilam entre retomada dos iniciais 10%, outros avaliam manutenção de tarifa mais alta para alguns produtos (de até 25%). Um ministro de Lula, que pediu anonimato à IstoÉ, disse não ver problemas nas tratativas com Rubio. Na avaliação dessa fonte, as chances da retomada dos problemas são mínimas. “A solução sairá com ou sem Rubio. O presidente Lula e o Trump podem resolver isso seja presencialmente ou por telefone diretamente”, disse. O primeiro passo para o avanço da negociação vai acontecer na próxima semana, quando Fernando Haddad irá à Nova York para participar da reunião de outono da cúpula do G20 e das reuniões do Fundo Monetário Internacional (FMI). O ministro já afirmou que deve tentar uma agenda com Scott Bessent, chefe do Tesouro americano. **D**



FOTOS DIVULGAÇÃO

Associação aponta que 74% dos bares mantiveram o faturamento, mas proprietários viram recuo de 60%

Ressaca tóxica

Contaminação de bebidas destiladas por metanol, que provocou mortes e hospitalizações, afeta o setor de bares

Matheus Almeida

As contaminações por metanol ocorridas em garrafas de destilados, com dez mortes registradas até a quarta-feira, 8, já afeta o setor de bares na capital de São Paulo – estado que concentra o maior volume de notificações. Proprietários de estabelecimentos entrevistados pela IstoÉ Dinheiro reportaram quedas de até 60% no faturamento, com as casas mais esvaziadas e consumo menor do que o usual de drinks entre os poucos clientes presen-

tes. “Tem muito menos pessoas, e o pessoal não quer tomar destilado nenhum. Só a cervejinha”, contou o proprietário do bar Amigos do Zé, no bairro da Consolação, José Rodrigues. O empresário disse que seu faturamento caiu de médios R\$ 15 mil no final de semana para perto dos R\$ 5 mil. Clientes que estão sempre na casa, e que preferem drinks com destilados, desta vez pediram cerveja ou refrigerante. Dona de outro estabelecimento na capital paulista, o

Comandante Bar (Vila Mariana), Tata Jorge viu o público frequentador reduzir de 200 pessoas para menos de 40.

O Comandante Bar chegou a dispensar quatro atendentes normalmente acionados por diária para reforçar o serviço nos finais de semana. “Assim como eu, outros donos de bares também estão sentindo. Não é uma crise local”, opina a proprietária do estabelecimento. Apesar das queixas, a Associação de Bares e Restaurantes de São Paulo (Abrasel-SP) divulgou nesta semana que 74% dos estabelecimentos mantiveram o faturamento durante o final de semana passado – logo após os primeiros casos de mistura de metanol em bebidas virem à tona. Entre os 26% que relataram algum tipo de queda, há maior dependência da vendas de destilados. Nos bares do grupo Hungry (Bar Jobim, Garota da Vila e Garota da Chácara, em



O Garota da Chácara manteve a receita, mas clientes trocaram o destilado por outras bebidas

Moema, Vila Olímpia e Chácara Santo Antônio), por exemplo, o faturamento não diminuiu. A maior mudança veio na troca feita por clientes que costumam comprar pacotes open bar para festas com drinks por outros mais simples, que dão direito a cerveja e chope. “A nossa expectativa é uma migração do consumo de destilados para produtos como cerveja, chope, até mesmo vinho”, disse o coproprietário, André Silveira, à IstoÉ Dinheiro.

As ‘baladas’ também são afetadas. Dono de quatro estabelecimentos, em locais como rua Augusta e na Bela Vista, Daniel Prado reporta mudanças no Kat Klub (que teve queda de 20% no público e de 80% na venda de destilados); no Augusta Hi-Fi e Theatre (cujo público reduziu 30%) e no Cool Doce, o único com movimento estável, apesar de uma troca de drinks por enlatados. Os proprietários se queixam de falta de informação. “Percebemos que as pessoas não sabem

que marcas evitar, por exemplo, quais foram adulteradas e podem apresentar risco. Há várias opções, fora os enlatados, que são totalmente seguros”, afirma Prado. Para tentar suprir essa lacuna informativa, os próprios estabelecimentos estão produzindo cardápios alternativos para o momento de crise. “Existem drinks que fogem totalmente do que está sendo investigado”, segue Prado, citando licores, saquês, vinhos e destilados artesanais. “Nossa missão agora é criar opções para que as pessoas percebam que ainda existem alternativas sem arriscar a saúde”, continua. Outros estabelecimentos, como o Comandante Bar e o Amigos do Zé, suspenderam totalmente a venda de destilados por ora.

Na segunda, 6, o governador de São Paulo, Tarcísio de Freitas (Republicanos), disse que o problema de contaminação com metanol tem afetado bebidas destiladas caras, como uísques de marca. Por não ser um adepto de bebidas alcoólicas, o governador fez uma brincadeira e disse que iria se preocupar quando adulterassem refrigerantes. “Jack Daniel’s, Johnnie Walker, enfim, todas essas bebidas que são objeto de falsificação. Não vou me aventurar aqui nessa área, que não é a minha praia, está certo? No dia em que falsificarem Coca-Cola, eu vou me preocupar”, disse, em coletiva de imprensa, referindo-se a famosas marcas de uísque. Até segunda-feira, o Brasil contabilizava 17 casos confirmados de intoxicação por metanol e outros 200 em investigação. Cerca de 82,49% das notificações no país estão concentradas no estado de São Paulo. Em seguida, aparece o Paraná com dois casos confirmados e quatro em investigação.

Os últimos dados do governo do estado apontam que foram vistoriados 18 bares ou distribuidoras de bebidas, dos quais 11 foram interditados cautelarmente por conta de questões sanitárias. Para estimular as pessoas a saírem de casa, vários estabelecimentos passaram a compartilhar posts em suas redes sociais, em que demonstram confiança em seus fornecedores. Outros, como os bares do grupo Hungry, passaram a disponibilizar notas fiscais para os clientes. Alguns empresários estão retendo notas fiscais junto aos balcões em vez de enviar para o escritório, uma forma de apresentar ao consumidor. **D**

DIVULGAÇÃO

Dinheiro no mundo

As notícias que se destacaram no noticiário internacional

Estados Unidos

Chip, IA e nuvens

De olho no avanço do universo de data centers, ou centros de processamento de dados, a norte-americana Cisco Systems lançou um chip de rede projetado para conectar essas estruturas que atendem inteligência artificial e unidades de computação em nuvem da Microsoft e do Alibaba. O objetivo do chip P200, como foi batizado, é conectar vários data centers para que atuem como um único e grande computador, acirrando a competitividade entre as gigantes de soluções desse universo de negócios.

Argentina

Em busca do socorro

Em uma tentativa de acalmar os mercados locais e aliviar a pressão sobre o peso, moeda argentina, o ministro da Economia do país, Luis Caputo, está nos Estados Unidos delineando o apoio norte-americano, que pode incluir um acordo de swap cambial de US\$20 bilhões, disse a Reuters. Os operadores estimam que o Tesouro argentino, subordinado ao Ministério da Economia, tenha vendido mais de US\$1,6 bilhão nos últimos seis pregões em busca de sustentar a cotação do peso.

Japão

Hackers de cerveja

A fabricante japonesa de cerveja Asahi Breweries, do grupo Asahi, anunciou o retorno das operações de suas seis fábricas depois que interrompidas por um ataque hacker ao final de setembro. Foi o mais recente ataque cibernético de uma série deles direcionados a companhias globais, o que incluiu a Jaguar Land Rover. O ataque que afetou a fabricante de cerveja asiática causou interrupção do fornecimento para restaurantes, bares e lojas japoneses. A companhia com sede em Tóquio também tem clientes distribuídos pela Europa e Oceania.

Arábia Saudita

O bilhão de Cristiano

Após fechar contrato com o Al-Nassr, da Arábia Saudita, Cristiano Ronaldo tornou-se o primeiro jogador de futebol a alcançar o status de bilionário. O Bloomberg Billionaires Index avaliou o patrimônio líquido do craque português em aproximadamente US\$ 1,4 bilhão. O novo contrato foi firmado em junho deste ano por mais de US\$400 milhões. A transferência do jogador do Manchester United para o Al-Nassr, em 2023, já havia tornado Cristiano Ronaldo o mais bem pago da história do futebol, com um salário anual de US\$ 238 milhões.

30,5%

é a proporção de famílias com contas em atraso no Brasil, informou a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). Trata-se do maior patamar da série histórica da pesquisa realizada pela instituição desde 2010. Além disso, 13% delas dizem que não terão condições de pagar as dívidas em atraso – um dado recorde para essa pesquisa.



R\$ 4 mil

é o valor que o trabalhador com renda até R\$ 5 mil mensais conseguirá economizar, a cada ano, se o projeto de lei que isenta essa parte da população do pagamento de Imposto de Renda, aprovado em 1º de outubro na Câmara dos Deputados, passar pelo Senado Federal.

R\$ 5,27 bi

foi o volume de recursos que investidores estrangeiros aportaram na bolsa brasileira de valores em setembro, mesmo em cenário marcado por dúvidas sobre os efeitos do 'tarifaço' de 50% que Donald Trump impôs a setores exportadores brasileiros. Maio, contudo, foi o melhor mês para o fluxo estrangeiro, com R\$ 10,5 bilhões. No ano, o saldo é positivo: R\$ 26,5 bilhões.

69%

é o recuo da Gol na B3 em 2025 até 6 de outubro. A companhia, bem como a Azul (-68,9%), estão entre as maiores perdas da bolsa neste ano, revela um levantamento da consultoria Elos Ayta. As empresas enfrentam forte pressão de custos operacionais, câmbio desfavorável e um ambiente de demanda que ainda não retornou aos patamares pré-pandemia.

20%

foi a queda do volume exportado do Brasil para os Estados Unidos em setembro – o primeiro mês completo do 'tarifaço' norte-americano em vigor. Apesar disso, a balança comercial brasileira registrou recorde para o mês na série histórica ao registrar superávit total de US\$ 2,99 bilhões, já que o país exportou US\$ 30 bilhões e importou US\$ 27,5 bilhões, informou o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) na segunda, 6.





Julya Wellisch, da Anbima: FIDCs captaram R\$ 63 bi até setembro

DIVULGAÇÃO

Foco na economia real

Fundos como os FIDCs e FIPs, que financiam empresas, ampliam a captação no ano, além da renda fixa. Ações e multimercados ainda patinam

A pesar de ter registrado uma captação líquida positiva de R\$ 110,9 bilhões nos primeiros nove meses de 2025, a indústria brasileira de fundos de investimentos ainda enfrenta um cenário de retiradas significativas de recursos em algumas categorias – a exemplo dos fundos de ações e os multimercados (que aportam recursos em diferentes tipos de ativos, como moedas, commodities e empresas listadas em bolsa de valores). A dinâmica é um reflexo do comportamento dos investidores, ainda ressabiados em um ambiente de incertezas econômicas.

A saída de recursos nesse tipo de fundos ocorreu porque a renda fixa – uma classe de investimentos já pre-

ferência do brasileiro – ganhou ainda mais destaque à medida que a taxa de juros básica subiu a 15% ao ano. A Selic foi reajustada entre setembro de 2024 e junho deste ano pelo Banco Central (BC), que busca de conter a inflação. A taxa impulsiona os títulos atrelados a juros, os quais se tornaram mais vantajosos para o investidor. Tanto é que os fundos de renda fixa lideraram a captação de recursos no país entre janeiro e setembro, com fluxo de R\$ 150 bilhões.

Enquanto isso, no mesmo período, os fundos de ações e multimercados tiveram saída líquida de R\$ 50 bilhões e R\$ 73 bilhões, nessa ordem, por conta de aversão a risco por parte de quem aplica. Os dados foram divulgados nes-

ta terça, 7, pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima). Apesar do cenário, os resgates nos multimercados têm sido menores do que os observados em 2024, o que pode indicar início de recuperação.

Julya Wellisch, diretora da Anbima, destacou o desempenho dos Fundos de Investimento em Direitos Creditórios (FIDCs), com captação de R\$ 63 bilhões no período. Esse tipo de fundo vem ganhando espaço no mercado brasileiro por financiar cadeias de fornecimento e empresas, em uma estrutura que promete entregar um pouco mais de segurança ao investidor. Os FIDCs têm diferentes tipos de cotas – sênior e subordinada. A primeira é a última a sofrer perdas em caso de inadimplência por parte de quem tomou dinheiro emprestado do fundo. Para o investidor, o rendimento é mais estável e tem sido escolhida por investidores institucionais (escritórios com grandes volumes de dinheiro aplicado e fundos de pensão, por exemplo). Aos poucos, os FIDCs chegam ao varejo (para a pessoa física). Um outro destaque do período, citado por Julya, é o desempenho Fundos de Investimento em Participações (FIPs), com captação de R\$ 44,7 bilhões.

Os fundos de índices (ETFs), embora representem menos de 1% do patrimônio dos fundos no país, também foram bem no acumulado do ano, com captação líquida de R\$ 7,3 bilhões – movimento impulsionado pelos ETFs de renda fixa, com R\$ 6,6 bilhões em entradas. Em relação à rentabilidade, renda fixa, multimercados e ações evidenciaram bom desempenho no ano. Os fundos de ações indexados registraram rentabilidade de 22%, impulsionada pela recuperação do Ibovespa (índice de desempenho da bolsa brasileira de valores). Em multimercados, os fundos que mantêm posições compradas e vendidas, apresentaram uma rentabilidade de 20,9% (o dobro da média de sua categoria, que foi de 9,1%). Já no segmento de renda fixa, os fundos de crédito livre, que podem ter mais de 20% da carteira em títulos de médio e alto risco, se destacaram com um retorno de 11,1%, ligeiramente acima da taxa DI (referência para investimentos em renda fixa), que foi de 10,4% no período. **D**



Fim da derrapagem?

Vinci Compass assina a compra da gestora Verde, que escorregou em anos recentes, e desembarca no universo dos fundos multimercados

Passados poucos meses desde o primeiro sinal de que a transação ocorreria, a gestora Vinci Compass fechou, nesta semana, um acordo para comprar a Verde Asset Management, empresa comandada por Luis Stuhlberger – respeitado no mercado financeiro no Brasil pela performance de seu negócio desde que fundado, em 1997. Parece contraituitiva a decisão de compra da Vinci se observada a trajetória recente do Fundo Verde, multimercado carro-

-chefe da gestora adquirida que derrapou em anos recentes. A Vinci, contudo, olha para o retrovisor da Verde, gestora com uma trajetória de ganhos consistentes acima do Certificado de Depósito Interbancário (CDI), referência para vários investimentos. O negócio complementa o portfólio da compradora, que desembarca no universo dos fundos multimercados.

A transação envolve a compra de 50,1% da Verde em uma primeira etapa,

com um valor que combina novas ações e dinheiro. Os multimercados, de modo geral, são fundos que derraparam em anos recentes devido ao cenário econômico, e englobam aportes em ativos diversificados, de renda fixa a moedas, commodities e ações. Listada na bolsa norte-americana Nasdaq, a Vinci Compass administra mais de R\$ 300 bilhões em ativos, e pagará R\$ 46,8 milhões em dinheiro e 3,1 milhões de novas ações ordinárias Classe A à gestora adquiri-

Como nasceu a Verde

Luis Stuhlberger, que iniciou sua carreira em 1981, lançou o Fundo Verde em 1997 – um dos mais antigos e bem-sucedidos hedge funds (definição um pouco mais ampla de fundo multimercado) do Brasil – quando ainda sócio da gestora Hedging-Griffo. Em 2007, o Credit Suisse comprou a gestora, mas a autonomia do fundo seguiu nas mãos de Stuhlberger e sua equipe. Em 2015 ele fundou a gestora Verde, carregando consigo o fundo de mesmo nome. Em 2024, a gestora enfrentou um período de desafios significativos, que contribuíram para a sua venda. A crise teve raízes na perda de desempenho do Fundo Verde, um dos principais fundos de investimento da casa. Por meses, o fundo teve retornos inferiores aos do CDI, que serve como referência para muitos investimentos.

A performance negativa foi atribuída a uma série de fatores, incluindo apostas que não deram frutos relacionadas ao cenário macroeconômico brasileiro, volatilidade de mercado e saída de fluxo de capital, já que o interesse de investidores por ativos de renda fixa e os isentos de Imposto de Renda cresceu. Com a aquisição, Stuhlberger e sua equipe ganham acesso à ampla plataforma de distribuição e à estrutura de uma gestora maior, o que pode ajudar a estabilizar o negócio, atrair novos investidores e diversificar os produtos da casa.

Luis Stuhlberger, fundador da Verde, segue como CEO e CIO após a venda para a Vinci



REPRODUÇÃO/INSTAGRAM

da. O pagamento será dividido em duas partes, sendo a primeira na conclusão da transação e a segunda em até dois anos, vinculada ao cumprimento de metas de desempenho. Uma segunda fase do acordo prevê a aquisição dos 49,9% restantes da Verde em cinco anos, por um valor estimado de R\$ 127,4 milhões.

A Vinci Compass já trabalha em um universo amplo de ativos. Faz investimentos em private equity (recursos destinados a empresas privadas não listadas em bolsa de valores e com alto potencial de crescimento), infraestrutura, mercado imobiliário e crédito. Stuhlberger amargou perdas em anos recentes. Desde 2021 viu seu principal fundo, que leva o nome da gestora (Fundo Verde, um multimercado) encolher significativamente devido aos chacoalhões dos mercados e algumas apostas equivocadas – as perdas levaram o dono da Verde a demitir executivos e reestruturar a gestora no ano passado. Com o volume de resgates por parte de cotistas

de fundos, que perderam no período, o valor dos ativos sob gestão da Verde despencou de R\$ 55 bilhões ao final de 2021 para atuais R\$ 16 bilhões.

Conforme o comunicado do negócio, a transação entre Vinci e Verde foi desenhada para uma transição de longo prazo, com os executivos da gestora permanecendo em suas funções atuais. Luis Stuhlberger continuará como CEO e CIO da Verde, se tornando sócio da Vinci Compass. A primeira parte do negócio deve ser concluída no quarto trimestre deste ano, após as aprovações regulatórias. A segunda fase foi estruturada como um “earnout”, ou seja, um pagamento futuro atrelado a resultados. A contrapartida será feita em novas ações ordinárias Classe A ou dinheiro, a critério da Vinci Compass, cujas ações, negociadas nos EUA, fecharam a segunda-feira, 6, a US\$ 10,72. A Vinci afirmou que a transação terá um impacto imediato e positivo no lucro operacional ajustado e no lucro distribuível por ação. **D**



*Saura, do PayPal:
contribuição da subsidiária
brasileira para outros
países onde a empresa atua*

DIVULGAÇÃO

Negócio parcelado

Inflação global impulsiona o hábito de parcelar compras entre norte-americanos e europeus. PayPal, que já atuava em mercados como o Brasil, ganha musculatura

Eduardo Vargas

Algo extremamente comum no Brasil, o pagamento parcelado não é um hábito tão amplamente usual fora do país – mas a realidade está mudando. Parcelar a compra é habitual do brasileiro pela realidade econômica (afinal o país já viveu períodos de inflação crônica), e mundo afora o método vem ganhando tração entre os consumidores em anos recentes. Nos últimos cinco anos, sobretudo, as companhias que atuam no universo de pagamentos

em diferentes geografias passaram a ampliar as soluções nessa modalidade, e com isso vem expandindo os negócios. A causa para o modus operandi do brasileiro ser copiado por populações como a europeia e a norte-americana é a mesma: o contexto inflacionário.

Embora enraizado em países da América Latina, como Brasil e México, o modelo “buy now pay later” – o parcelado –, não era visto como um serviço de grande valor pela indústria de paga-

mentos em países como Estados Unidos e europeus até pouco tempo atrás. No atual momento, as subsidiárias de companhias com presença em vários mercados acabam por trocar conhecimento sobre modelos, o que, neste caso, inclui a expertise sobre esse serviço. Bruno Saura, general manager da operação brasileira do PayPal, em entrevista à IstoÉ Dinheiro, enxerga o cenário como via de mão dupla do ponto de vista de oportunidade. “Não é só o que o PayPal traz de novidade para cá, mas há também contribuição do mercado brasileiro para o PayPal e outras empresas globais”, disse. A companhia expandiu negócios como o PayPal Credit no mercado americano, por exemplo, uma alternativa que permite o parcelamento de compras em mais de quatro parcelas.

Especificamente no Brasil, onde está desde 2011, o PayPal tem novidades e vem buscando crescimento. Com carteira digital desde então, ampliou o seu portfólio de produtos e serviços e, em junho, desembarcou no mercado de adquirentes (como Cielo, Rede e GetNet) – onde não descarta ter uma maquininha própria. Antes de se tornar um adquirente, a companhia era um facilitador de pagamentos. A operação brasileira, que conta com quase 200 funcionários e coloca o país como um dos mais importantes para as operações globais do PayPal na região, tampouco enxerga no Pix, do Banco Central do Brasil (BC), um concorrente direto, disse o executivo.

O PayPal “espelha” facilidade para os seus consumidores – e pode haver complementaridade de negócios entre a empresa com sede nos Estados Unidos e o Pix brasileiro. Ademais, ele conta que o sistema de pagamentos do BC é classificado como um “caso de sucesso global”, já que trouxe “democratização fantástica” para o setor. “Acho que o papel do PayPal traz a seguinte questão: como é que a gente disponibiliza o Pix para nossos vendedores e como os consumidores se aproveitam disso. Ou seja, como ajudamos o mercado a inovar”.

O executivo relata, ainda, que o Pix tem impressionado gestores estrangeiros da empresa. Executivos do PayPal de outros países, muitos deles norte-americanos, enxergam a facilidade que do Pix para realizar as transferências entre diferentes instituições. “Eles real-

Lojas parcelam de roupas a eletrodomésticos no Brasil num modelo que evolui desde 1950

NONA/SHUTTERSTOCK



O parcelamento no Brasil

O parcelamento no Brasil é fruto de um fenômeno socioeconômico profundamente enraizado. Foi uma solução que evoluiu ao longo de décadas para tornar-se um pilar da cultura de consumo e da estrutura econômica do país. As origens da modalidade de pagamento remontam à década de 1950, época em que o sistema bancário era incipiente e os cartões de crédito eram inexistentes – dando vazão ao conhecido crediário dos varejistas, que normalizou a concessão de crédito após uma análise sobre o cliente em potencial. Gigantes como as Casas Bahia cresceram com o livreto de pagamentos mensais. A integração do parcelamento na cultura brasileira foi tão forte que parte dos economistas considera o dito muitas vezes “parcelado sem juros” uma espécie de ficção econômica, dado que os custos do financiamento estariam embutidos no preço final do produto.

mente ficam um pouco perplexos”, conta o executivo do PayPal.

Há pontos de conexão entre o PayPal e o Pix, reforça, inclusive citados na agenda de inovação do Banco Central. Entre eles, a intenção da autoridade monetária de expandir o serviço para transações entre diferentes países. Vale lembrar, ademais, que o BC prepara o lançamento do Pix Parcelado para o final de outubro. Para o PayPal, o serviço de pagamento entre países (ou as

transações crossborder) é “arroz com feijão”. Esse tipo de operação, uma das especialidades do PayPal (e o que fez a companhia expandir capilaridade para mais de 200 países), pode encontrar um novo caminho com o avanço da agenda do Banco Central. Nos próximos meses, a companhia passará a trabalhar com o sistema criado pelo BC como um processamento de pagamentos, permitindo que empresas utilizem o Pix com a ajuda do PayPal. **D**

Movimento estratégico

Sabesp anuncia a compra da EMAE por R\$ 1,1 bilhão, uma operação que deve ser concluída em 2026 e é decisiva para o futuro da companhia

A compra da Empresa Metropolitana de Águas e Energia (EMAE) pela Sabesp, anunciada no último dia 5 de outubro, é vista como uma operação relativamente pequena pelos controladores da empresa recém-privatizada, porém é estratégica segundo seu presidente, Carlos Piani. A operação deve somar R\$ 1,1 bilhão e ainda depende do aval de órgãos reguladores mas é decisiva porque

aumenta a segurança de abastecimento hídrico e agrega geração de energia ao portfólio da companhia de saneamento a baseada na região metropolitana da capital paulista.

É que a EMAE é responsável pela gestão de sistemas hídricos cruciais para o abastecimento da Grande São Paulo, o que inclui as represas Guarapiranga e Billings. Ao adquirir o controle

dessa companhia, portanto, a Sabesp ganha flexibilidade para integrar esses sistemas ao seu próprio portfólio – o que pode fortalecer o abastecimento e reduzir os riscos de eventual crise de falta de água. Em geração, a adquirida detém portfólio de ativos, sobretudo hidrelétricas, com contratos de longo prazo. Isso dá à Sabesp nova fonte de receita e também uma oportunidade para gerar

Usina São Paulo, antiga Usina Traição, na capital paulista, integra o sistema da EMAE





Usina Henry Borden, em Cubatão, gera energia a partir da represa Billings

DIVULGAÇÃO

a própria energia para suas operações. Isso reduz custos e aumenta a eficiência da companhia. A diversificação de ativos pode contribuir para estabilizar as finanças da Sabesp. A compra envolve um imbróglio de antigo controlador.

O anúncio da Sabesp informa que ocorreu a compra do controle acionário da EMAE, ou seja, de 70,1% do capital total da empresa – que pertencia ao FIP Phoenix e à Eletrobras, por R\$ 1,13 bilhão. A compra é o primeiro grande movimento da Sabesp e a aquisição representa o desfecho de um impasse vivido na EMAE. A movimentação envolvendo a EMAE começou em abril de 2024, quando o fundo de investimento (FIP) Phoenix, do empresário Nelson Tanure – que à época arrematou o controle da empresa por R\$ 1 bilhão.

O processo, no entanto, foi marcado por problemas, já que o Phoenix deu as ações da EMAE como garantia para uma emissão de debêntures. Com a primeira parcela do vencimento programada para 27 de setembro e sem o pagamento, a Sabesp entrou na disputa, adquirindo a participação do FIP Phoenix e da Eletrobras.

A Sabesp comprou então 74,9% das ações ordinárias da EMAE por R\$ 59,33 por papel, em um acordo com a Vórtx – empresa que atuou como agente fiduciário e representa os debenturistas credores. A Eletrobras detinha participação, também comprada pela Sabesp nesta operação. Em um comunicado à Comissão de Valores Mobiliários (CVM), a Sabesp reafirmou que o negócio deverá trazer benefícios em duas frentes: segurança hídrica e ativos elétricos. “O acordo deve ser bem-recebido pelo mercado”, diz Felipe Sant’Anna, especialista em ações da Axia Investing. Em sua avaliação, a operação é “estratégica” e “positiva” para todas as partes.

Para a Sabesp especialmente, por ter demonstrado agilidade e estratégia – ou seja, ter ampliado o portfólio de negócios após a privatização (concluída em julho de 2024). O mercado financeiro vê no movimento sinal de modernização, diversificação e maior eficiência operacional, o que tende a melhorar a percepção sobre a companhia. É dizer que os agentes financeiros enxergam menos dependência da burocracia estatal, podendo reagir mais rápido às oportu-

nidades de mercado. O negócio acontece em um momento de valorização das ações tanto da Sabesp quanto da Eletrobras. Superando os R\$ 127 por unidade, a Sabesp acumula uma valorização de quase 50% em 2025. Já os papéis da Eletrobras registraram altas de 63% (ON) e 53% (PNB) no ano até meados da semana que passou.

A privatização da Sabesp foi concluída em 23 de julho do ano passado, quando o governo paulista vendeu parte de sua participação na companhia, em um processo marcado por um intenso debate e polêmicas. Apesar disso foi rápido se comparado a outros processos de privatizações que aconteceram no país. A venda foi efetivada pelo Governo do Estado de São Paulo em julho. Opositores da operação apontam que a venda teve preço abaixo do valor de mercado e que a Equatorial Energia (a principal compradora) não tem experiência no setor de saneamento. A compra da EMAE, no entanto, mostra que a empresa está preocupada em solucionar umas das mazelas que mais afligem os habitantes da Grande São Paulo: falta de água nas secas prolongadas. **D**

Furacão juvenil

Antonela: alcance a mais de 12 milhões de seguidores



Empresários unem produto e comunicação inovadores e, em apenas dois dias, vendem meio milhão de pirulitos sem açúcar ao público da influenciadora Antonela Braga

Eduardo Vargas

Meio milhão de pirulitos vendidos em 48 horas. Foi isso que a Ticky conseguiu – ou ao menos conta que alcançou – ao chegar no mercado há cerca de um mês. A causa não foi o da marca por si só (que até então ninguém conhecia) ou do produto, mas do rosto que apareceu nas redes sociais das campanhas: o de Antonela Braga. Com 16 anos completados há algumas semanas, ela é sócia e embaixadora da companhia. A influenciadora possui 8,6 milhões de seguidores no TikTok e 3,8 milhões no Instagram. Neste ano, ela atraiu ainda mais holofotes depois de uma polêmica que envolveu um grupo de jovens influenciadores no qual estava inserida – o episódio reuniu Duda Guerra, namorada de Benício Huck, filho de Angélica e Luciano Huck. Depois do bafafá nas redes sociais, ambas ganharam seguidores.

Em uma aposta no alcance digital (e no poder de influência que a moça tem junto às pessoas com menos de 30 anos, a Geração Z), então, Antonela foi convidada a integrar o quadro societário da Ticky, que lançou a nova marca de pirulitos zero açúcar. A jovem, que se tornou rosto de campanhas publicitárias, lançou o produto com uma proposta que vai além do convencional, prometendo, em partes, ajudar a reduzir a dependência de cigarros eletrônicos, os chamados vapes, um hábito popular entre os jovens. Além disso, apesar de ser um produto de conveniência, a Ticky foi lançada de forma inusitada, com vendas exclusivas pela internet.

Um pacote com 16 pirulitos custa R\$ 56, sem incluir o frete, que dependendo da região, pode ter um preço igual ou superior ao do produto. Mesmo com essas barreiras, o sucesso foi estrondoso. Santiago Vieira, sócio-fundador e idealizador da marca, contou à IstoÉ Dinheiro que os pirulitos tiveram 500 mil unidades vendidas em apenas dois dias. Em seguida, após dobrar o estoque, a marca vendeu tudo em uma semana. “Começamos a operação no pior canal possível: lançamos no site. A pessoa precisa pagar frete e esperar dias. Mesmo assim foi estrondoso”, disse o empresário também dono do espaço Nosso Camarote, disputado por grandes marcas na Marquês de Sapucaí, durante o Carnaval do Rio de Janeiro. Gregorio Kelnel, amigo

Kelnel, Antonela e Vieira, sócios da Ticky, ensaiam expansão no varejo



Saúde e controvérsias

Apesar da promessa de auxílio na redução do consumo de cigarros eletrônicos, não há evidências científicas que comprovem a eficácia do pirulito para cortar a dependência em nicotina. Especialistas em tabagismo indicam que o hábito de consumir algo pode funcionar como um ajuste comportamental, aliviando o desejo psicológico de levar algo à boca. Mais uma controvérsia é a presença do dióxido de titânio (E171) no pirulito sabor algodão doce da marca. O aditivo, que dá brilho a alimentos, foi banido em 2022 pela Autoridade Europeia para a Segurança dos Alimentos no continente por seus possíveis efeitos genotóxicos (danos às células). A Agência Internacional de Pesquisa em Câncer (IARC), da OMS, o classifica como “possivelmente cancerígeno”. No Brasil, a Anvisa ainda permite o uso da substância. Santiago Vieira defende a empresa, afirmando que a Ticky prioriza “matéria-prima nobre” e é assessorada por acadêmicos de nutrição da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

tribuição de Antonela não ficou restrita à imagem. “Foi importante para nós [sócios fundadores] ouvirmos a Antonela, que é uma pessoa mais jovem, ouvirmos o público dela”, disse. Apesar do perfil maduro da jovem, sua família, especialmente a mãe, tem acompanhado de perto os movimentos da adolescente nos negócios em que se envolve.

A trajetória da Ticky começou há cerca de um ano, com as primeiras peças publicitárias e vendas iniciadas em agosto de 2025. A maior fatia das vendas se concentrou no Sudeste, mas a demanda foi tamanha que a empresa teve vendas até para o Acre, com fretes que chegavam a R\$ 40. Com os estoques zerados e a demanda aquecida, a companhia projeta chegar a eventos e grandes varejistas nos próximos meses. Embora não divulgue números de faturamento, a empresa estima que as vendas já estejam na casa das dezenas de milhões. (A venda dos 500 mil pirulitos em pacotes de 16 rendeu faturamento bruto de R\$ 1,75 milhão). **D**

DIVULGAÇÃO

de infância de Vieira, também integra o quadro da Ticky.

A escolha do pirulito, especificamente, foi uma espécie de sacada. Veio para sanar uma lacuna no mercado: diferentemente de um pirulito comum, o produto sem açúcar se enquadra na

categoria de itens classificados pelo varejo como “difíceis de encontrar” – são produtos escassos nas prateleiras, e mais atrativos para lojistas, justamente porque não há pares. A marca já ensaia uma expansão em breve no segmento. Santiago Vieira disse ainda que a con-

Mudança de rumo

Depois de amargar dez pontos de perda em margem de lucro em 2021, ano em que abriu capital na B3, Espaçolaser volta a respirar e olha para a expansão da rede

Eduardo Vargas

Focada em depilação a laser, a Espaçolaser respira um pouco mais aliviada em 2025, embora esteja ainda em meio a um processo de reestruturação depois de amargar momentos difíceis após a abertura de capital, em 2021. Naquele ano, quando desembarcou na bolsa brasileira de valores, a companhia tinha como tese de negócio a recompra de franquias para aumentar sua base de lojas próprias. Mas o plano não deu certo. A operação de recompra de fran-

quias foi acelerada, o que resultou em uma sobrecarga na estrutura de capital da empresa e a consequente queima de caixa – é a leitura do mercado. Assim, a companhia amargou queda de dez pontos percentuais na margem Ebitda (capacidade de gerar lucro) entre 2021 e 2024. Foi então preciso mudar os planos – e a gestão.

A companhia inverteu a estratégia, e focou em um crescimento maior de franquias. O novo plano mira a abertu-

ra de unidades em cidades menores com ao menos 50 mil habitantes, onde a depilação a laser ainda não chegou, ampliando a capilaridade da marca. Diante da estratégia, apesar de a ação da Espaçolaser (ESPA3) ainda estar abaixo do valor do IPO, a companhia tem mostrado sinais de recuperação expressiva nos últimos meses, com uma melhora no desempenho de seu balanço financeiro por treze trimestres consecutivos. A mudança de foco no modelo de expansão é um dos pilares da companhia, tocada há cerca de um ano pela atual CEO (e ex-CFO), Magali Leite. Embora a empresa ainda mantenha a maioria de suas unidades como lojas próprias, o percentual de franquias cresceu de forma expressiva nos últimos anos, ao saltar de 18% para 30% do total de lojas en-

Atual CEO, Magali Leite promove disciplina financeira rigorosa



RENILSON GUIMARAES



Mudança de foco estratégico considera o aumento do número de lojas franqueadas

DOUGLAS DANIEL FOTOGRAFIA

tre 2021 e 2024. A companhia encerrou o ano de 2024 com 806 unidades no Brasil, sendo 562 próprias e 244 franquias, alta significativa de 83,5% no número de franqueados em relação a 2021.

Ao observar as fatias de participação entre lojas próprias e franquias, o modelo de negócio da Espaço Laser é o oposto do que se vê na maioria das redes. A companhia justifica a preferência por unidades próprias com a necessidade de manter o controle sobre a qualidade do serviço. Em entrevista à IstoÉ Dinheiro, Magali explicou a escolha. “Temos uma relação de 60% de lojas próprias e, aos poucos, evoluímos a base de franqueados. A gente acha que é uma via de crescimento importante porque o franqueado da Espaço vem operar com o mesmo padrão de loja própria”, disse. A combinação de margens, tanto das lojas próprias quanto nas franquias, tem sido fundamental para o crescimento contínuo da empresa. “A combinação de margens é bastante saudável. Ajuda no crescimento da companhia, gerando resultado e tem atraído investidores”.

A estratégia da empresa não é limitada ao Brasil. No segundo trimestre de 2025, a companhia somava 73 unidades em outros países da América Latina – como Argentina, Chile, Colômbia e Paraguai – onde a distribuição entre lojas próprias e franquias é praticamente equilibrada. A companhia é líder de mercado em três das quatro geografias onde atua. Desde que Magali assumiu como CEO, a empresa passou por ajustes internos e por uma disciplina financeira rigorosa. Após esforços, inclusive de comunicação com o mercado financeiro (a companhia promoveu um evento chamado ‘Investor Day’ para conversar com agentes do mercado financeiro em abril), a nova gestão conseguiu afastar parte dos receios de investidores. A combinação de diálogo com resultado ajudou os papéis da Espaço Laser a avançarem cerca de 60% desde o início de abril – negociando então acima de R\$ 1,10 por ação.

No seu resultado mais recente, do segundo trimestre de 2025, a empresa reportou um crescimento de 82% no

lucro líquido ajustado, para R\$ 8,8 milhões. A receita líquida cresceu 7%, para R\$ 266,9 milhões, e o Ebitda ajustado subiu 13,8%, para R\$ 64,6 milhões. A companhia comemorou a queda de 5% na dívida líquida, em R\$ 547 milhões em junho, e o endividamento abaixo de duas vezes o Ebitda (a relação entre dívida líquida e Ebitda evidencia quanto tempo uma empresa levará para quitar suas dívidas – via de regra, duas vezes não é considerado alto por agentes financeiros).

Além disso, em maio, a agência de risco Moody’s atribuiu a nota de crédito ‘A.br’ para a empresa, com perspectiva estável, em reconhecimento ao “crescimento sequencial, com manutenção de margens acima da média”. A recuperação financeira da Espaço Laser teve um desdobramento importante em 2025: o pagamento de dividendos aos seus acionistas, algo que não acontecia desde 2021, ano em que a empresa entrou na bolsa. Otimização de custos e despesas tem sido algo “religioso” na gestão, com o objetivo de entregar valor para os acionistas. **D**

Toque feminino

Quando fundou a That Girl, Maria Fernanda Mamede nem sonhava em empreender. O ponto de virada na carreira surgiu quase sem querer, e hoje o negócio está em mais de cinco mil pontos de venda no Brasil e exterior

Cristiani Dias

Maria Fernanda: aposta em 'SOS Fashion'

A história da empresária Maria Fernanda Mamede, com passagens na área financeira de empresas como Sony Music e Coca-Cola, mostra como a inovação pode surgir de necessidades cotidianas. Sem inicialmente em sua carreira ter a intenção de ser empreendedora, acabou por fundar a That Girl em 2012, uma marca que se tornou referência em produtos de "SOS fashion", focados em solucionar os "apertos" do dia a dia feminino. Antes de fundar a empresa, Maria Fernanda convivia com a insatisfação diante da cultura corporativa, especialmente o machismo que identificava no mercado formal.

"A maioria dos cargos de confiança eram ocupados por homens, já que havia exigência de ficar até mais tarde no trabalho", relembra. Um movimento pessoal, no entanto, mudou sua trajetória. Em 2009, durante a gravidez, ela iniciou um blog para compartilhar a experiência da maternidade com a família. O 'Blog da Nanda' acabou ganhando projeção, alcançando cerca de 9 mil acessos diários, um número significativo para a época. A virada em sua carreira ocorreu quando Maria Fernanda descobriu produtos importados que não existiam no Brasil. Sem conseguir importar a marca, ela decidiu criar a própria empresa e começou a vender os itens usando seu blog como plataforma de publicidade. Em 2012, nascia a That Girl.

O primeiro produto, um protetor de seio de silicone que impedia o famoso "farol aceso", tornou-se um símbolo da marca. Apesar do sucesso inicial, nem tudo foi um mar de rosas. A empresária já enfrentou momentos de frustração. Um deles ao participar do programa de televisão Shark Tank Brasil em busca de investimento. "Ninguém quis investir, eu saí arrasada do programa", con-

DIVULGAÇÃO



Estética 'pin-up', dos anos 1950, e diálogo nas redes: estratégias da empresária

de um negócio: crescimento exige planejamento detalhado. “O crescimento muitas vezes leva a um endividamento. Se você não olhar o fluxo de caixa, em vez de crescer você afunda”, comenta.

Mais uma lição do mundo dos negócios é, sem dúvida, a exposição. Quatro anos após a fundação, ou seja, em 2016, a marca participou da Cosmoprof, uma das maiores feiras de beleza do mundo, em Las Vegas, nos Estados Unidos. Entre centenas de expositores, a empresa foi selecionada como uma das dez vencedoras do prêmio Trendsetter – concedido a marcas que definem tendências. “Para mim foi uma alegria imensa porque não eram apenas fornecedores brasileiros. Eram do mundo todo. E estar entre os premiados mostrou que a gente estava no caminho certo”, rememora a empresária.

O reconhecimento internacional abriu portas para a exportação e a assinatura de contratos com grandes clientes, incluindo a rede de varejo norte-americana Forever 21 – que já esteve no Brasil, mas deixou o mercado em 2022. Hoje, a That Girl está em mais de 5 mil pontos de venda no Brasil e no exterior. “Nunca tive investimento externo. Já recebi propostas para vender uma parte da empresa ou até o negócio inteiro, mas eu não tive coragem. A That Girl é como um filho para mim. Sustentar uma marca por 14 anos crescendo ano a ano não é fácil, mas é possível quando você acompanha cada passo de perto”, conta. Depois do interesse demonstrado por marcas internacionais, a exemplo da Forever 21, a exportação se tornou um dos principais pilares para o crescimento da companhia.

Maria Fernanda Mamede costuma apostar em edições limitadas e colaborações criativas, e usa a estética ‘pin-up’ (identidade visual das décadas de 1940 e 1950) para criar embalagens colecionáveis e lançamentos sazonais. A estratégia de comunicação da marca, ademais, reforça o caráter de comunidade, ao dialogar diretamente com as consumidoras nas redes sociais, pedindo feedbacks e sugestões sobre os produtos da marca. “Acho que se a gente puder levar praticidade para o dia a dia das pessoas, eu fico muito feliz. É como se a marca fosse a melhor amiga dentro da bolsa das mulheres”, finaliza. **D**

ESTUDIO BLOOM LTDA

ta. Depois disso – o programa é gravado em São Paulo –, ela decidiu repensar o modelo de negócios e contratou o consultor Sérgio Ferreira, ex-presidente da Chrysler no Brasil.

O trabalho com Ferreira resultou em mudanças rápidas e eficazes. “Com al-

gumas pequenas decisões, começamos a ter dinheiro em caixa. Eu vi que, na verdade, eu nem precisava mesmo de investidor, era só tomar algumas decisões”, afirma. A principal lição aprendida, conta Maria Fernanda, pode parecer óbvia para quem está fora da construção



Pink Farms, em SP, produz 2,5 toneladas de alfaces, rúculas e outras variedades por mês

DIVULGAÇÃO

A roça do futuro

Fazendas verticais de cultura intensiva como a unidade da Pink Farm em São Paulo são a grande promessa para alimentar a humanidade no futuro — mas, por enquanto, funcionam apenas como alternativa urbana para o cultivo de verduras

Ismael Jales

A população mundial deve crescer dos atuais 8,2 bilhões para 9,2 bilhões de pessoas, alta expressiva de 20%, até 2050. Nesse contexto, um dos maiores desafios globais é o ritmo de crescimento da produção de alimentos no campo. Uma projeção da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) indica que, enquanto a produção alimentícia poderá avançar 1,1% ao ano até 2032, a demanda, por

sua vez, deve crescer em um ritmo um pouco maior: 1,3%. Agentes consolidados setoriais (a exemplo de produtores de grãos, bem como empreendedores em outros ramos do agro) estão buscando oportunidades de negócios para entregar soluções, num mundo regado a instabilidades climáticas e conflitos geopolíticos — os quais ganham fôlego e afetam tanto a produção de alimentos como cadeias logísticas de distribuição.

A aceleração da produtividade por hectare e a tecnologia embarcada em sementes são parte das respostas para contribuir com a alta necessária projetada de 70% em vinte e cinco anos. Embora ainda não consolidado globalmente, e por enquanto com foco algumas culturas, o cultivo de alimentos em fazendas verticais soma-se a esses métodos. Esse é um negócio que está, ainda, nas mãos de startups e vem ganhando impulso por ser visto como uma alternativa para a segurança alimentar, além de entregar produção sustentável — a despeito do alto custo pelo uso de energia nas estruturas. Um relatório batizado “Vertical Farming Global Market Report 2025”, da consultoria The Business Research Company, com sede no Reino Unido, indica que o negócio de fazendas verticais moveu US\$ 7,74 bilhões em 2024, e poderá crescer 24% para US\$ 9,55 bilhões neste ano.

Mas o que elas têm de tão diferente? As fazendas verticais são um método de cultivo de alimentos (e inclusive medicamentos) em camadas empilhadas verticalmente, via de regra, em ambientes fechados e controlados, como galpões, armazéns ou contêineres. Seu principal objetivo é otimizar a produção em áreas urbanas, onde o espaço é limitado e o transporte de alimentos frescos é um desafio. No Brasil, o setor é formado ainda por um número restrito de empresas, em sua maioria startups, que enfrentam desafios significativos para escalar suas operações. A viabilidade econômica, especialmente por causa dos custos de energia, é um ponto sensível para a expansão do modelo.

Apesar de um segmento incipiente, o país já tem a maior fazenda vertical da América Latina, a Pink Farms, em São Paulo. A empresa — que se inspira na norte-americana AeroFarms, uma das pioneiras no sistema — conquistou as gigantes do varejo, como Carrefour e Grupo Pão de Açúcar, para quem fornece hortaliças — e há planos ambiciosos de expansão. Assim como a Pink Farms, outras companhias do ramo, a BeGreen e a 100% Livre, atuam no país. A BeGreen, por exemplo, opera uma rede de fazendas urbanas e oferece visitas educativas, além de ter um sistema em que o consumidor colhe o próprio produto. A 100% Livre, por sua vez, buscava



REPRODUÇÃO/INSTAGRAM

Tecnologia avança, mas custo energético nessas fazendas ainda é um desafio

expansão inclusive de portfólio de alimentos ao trabalhar em parceria com a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa).

À medida que a tecnologia nessas fazendas se torna mais eficiente e os custos energéticos diminuírem, o setor poderá ganhar relevância e consolidar-se no Brasil. “É um sistema que vem mudando a forma de produzir alimentos, principalmente em locais onde não há tanta área disponível, como grandes centros urbanos”, comenta Carlos Pedrosa, professor de Agronomia da Faculdade Una Sete Lagoas (MG). Além de economia de espaço, trata-se de produzir em uma área concentrada que otimiza recursos naturais, principalmente minerais, dizem fontes consultadas.

As fazendas verticais aparecem como alternativa para alguns cultivos num mundo que enfrenta desafios para o tratamento de solo – embora a indústria tecnológica de sementes e adubos trabalhe paralelamente nestas soluções. Um dos desafios para elevar a produção de alimentos usando apenas o método convencional é justamente a qualidade (e o esgotamento) das terras. Estudos apontam que entre 30% e 40% da terra arável global enfrenta algum nível de degradação, comprometendo sua produtividade e sustentabilidade no longo prazo. As instalações automatizadas das fazendas verticais buscam o menor impacto ambiental possível. Esses locais protegem

as plantas da luz solar direta, chuva, ventos e outros fenômenos naturais.

Pela necessidade de infraestrutura, esse tipo de negócio envolve um volume significativo de investimentos. Há um outro porém: existe ainda uma variedade limitada de culturas que se adequam. Embora a tecnologia evolua, atualmente a agricultura vertical favorece principalmente o cultivo de vegetais de rápido crescimento e baixa estatura, deixando ainda muitos alimentos básicos de fora de sua lista de cultivo.

A iluminação é feita por lâmpadas de LED coloridas, que conferem ao ambiente um tom rosado e substituem a luz do sol. Na agricultura vertical, a terra tradicional é substituída por sistemas sem solo, como a hidroponia – em que as raízes crescem em água com nutrientes, apoiadas por substratos como fibra de coco ou lã de rocha – e a aeroponia, em que as raízes ficam suspensas e recebem névoa nutritiva e substratos sólidos porosos que seguram água e dão suporte físico, enquanto os nutrientes vêm da solução nutritiva. Somado a isso há o controle preciso de luz, temperatura e umidade. As técnicas combinadas permitem cultivar plantas com menos água, menor risco de pragas e doenças e em qualquer lugar, inclusive em ambientes urbanos.

Em São Paulo, a Pink Farms estruturou sua fazenda na Zona Oeste de São Paulo, em um galpão que lembra mais

um laboratório industrial. Fundada em 2016, com um investimento inicial de R\$ 2 milhões, a startup passou dois anos trabalhando apenas em pesquisa e desenvolvimento da tecnologia que seria aplicada na fazenda vertical. Em 2018, ingressou de vez no mercado produzindo, inicialmente, apenas alfaces. Nos últimos anos, contudo, a empresa expandiu o portfólio, adicionando outras folhas como versões em miniatura de rúcula, couve e brócolis.

A produção é estimada hoje em 2,5 toneladas de folhagens por mês, das quais 65% são alfaces e 35% outras variedades, como rúcula, espinafre, agrião, manjeriço, cebolinha, salsinha, coentro e hortelã. Rafael Delalibera, CEO e um dos fundadores, contou à IstoÉ Dinheiro Rural que a empresa está em fase de expansão e pretende triplicar a produção, ultrapassando 7 toneladas de folhas por mês, com o objetivo de atingir um faturamento anual de R\$ 10 milhões a partir de 2026. “O nosso objetivo é provar que esse modelo é viável em escala. Queremos mostrar ser possível produzir em ambientes controlados, sem agrotóxicos, com mais qualidade e frescor, e que isso não precisa ficar restrito a projetos pilotos. Esse sistema tem potencial para transformar a forma de produzir alimentos no país”, disse Delalibera.

Além de Carrefour e GPA, outras varejistas a exemplo de Mambo, Zaffari, St. Marche e Natural da Terra são clientes da fazenda. A geração de energia elétrica é um dos principais desafios desse tipo de negócio, acrescenta o empresário da Pink Farms. O cerne é o custo: é necessário manter iluminação e climatização constantes. “A energia ainda é um ponto sensível porque precisamos manter a iluminação e a climatização constantes. Utilizamos energia da concessionária, não fazemos geração própria ainda”, explica. A energia elétrica é fundamental já que é base da iluminação artificial, necessária para a fotossíntese, e garante a climatização e circulação de nutrientes, mantendo temperatura, umidade e ventilação ideais. Sem energia constante, estarão em risco a produtividade, a qualidade e a durabilidade do cultivo, o que afetaria o fornecimento contínuo – um elemento crítico, portanto, para o próprio funcionamento da operação. **D**

Mosquitos do bem

Fabricante britânica de defensivos biológicos Oxitec cresce no Brasil produzindo variedade do *Aedes aegypti* modificada geneticamente para combater a dengue

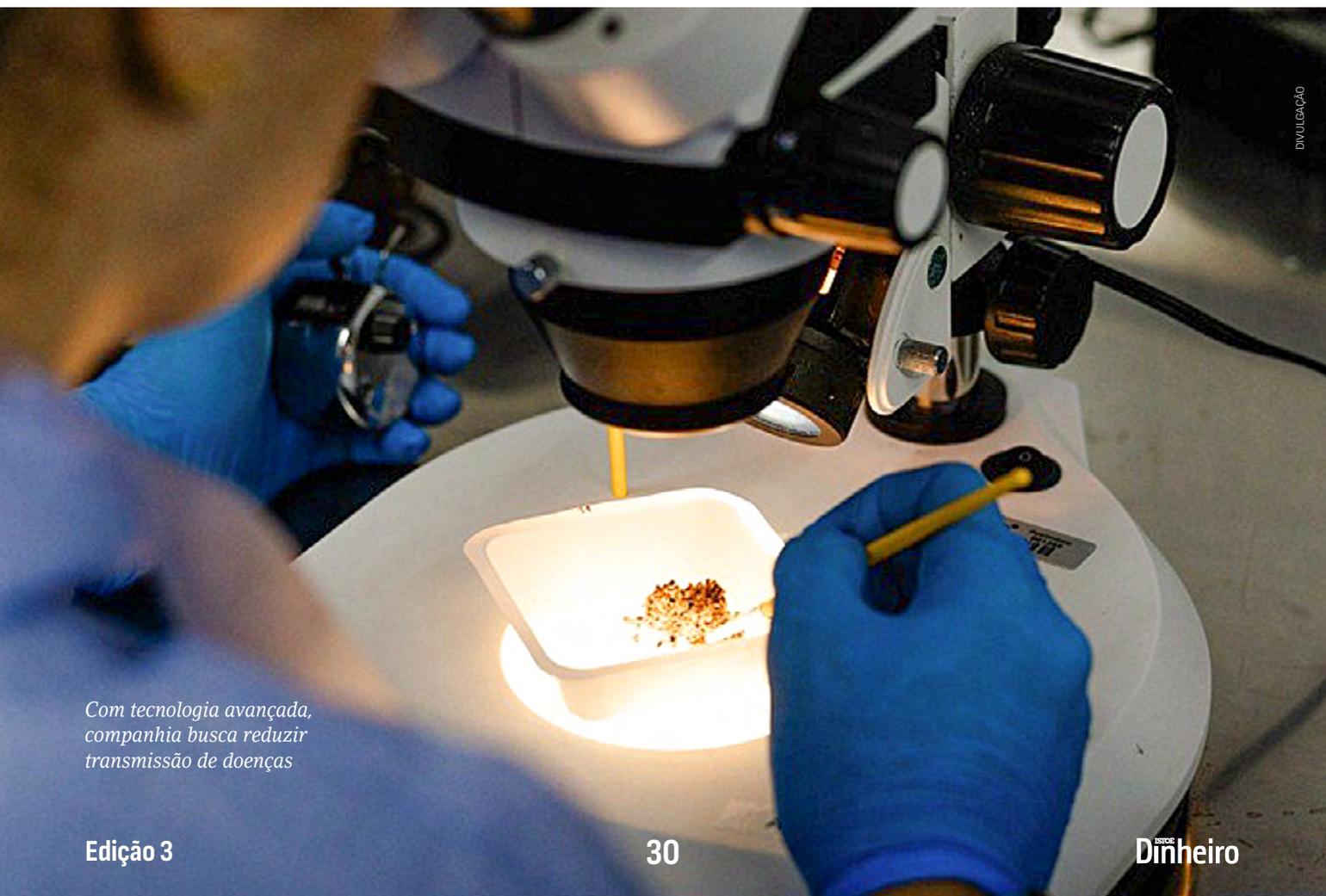
Ismael Jales

Com o fim de encontrar solução para um problema de saúde endêmico em mais de cem países, o Brasil incluído, a companhia britânica de defensivos biológicos Oxitec deu um passo importante no início de outubro. Na quinta-feira 2, a companhia inaugurou no país uma fábrica dedicada à produção e multiplicação de *Aedes aegypti* geneticamente modificados, que poderão combater a incidência de doenças transmitidas por esse tipo de inseto em regiões

tropicais, como a dengue, a zika e a chikungunya. A aposta científica está sob lupa de agentes que atuam globalmente.

A companhia britânica recebeu um aporte de US\$ 12 milhões, em agosto de 2024, da Fundação Gates, do bilionário fundador da Microsoft Bill Gates, com foco em apoiar a capacidade de fornecimento de soluções para o controle da dengue e de outras doenças transmitidas por mosquitos em países de baixa e média renda. Localizada em Campi-

nas (SP), a nova unidade industrial da Oxitec tem 1300 m² e capacidade para produzir 190 milhões de insetos por semana. Com isso, a empresa passa a operar com duas linhas de produção: a de 'Aedes do Bem', disponível no mercado desde 2021, e os mosquitos geneticamente modificados com a bactéria Wolbachia, a mais recente inovação da companhia. A atuação do 'Aedes do Bem' baseia-se na liberação de machos do mosquito geneticamente modificado (que não picam e não transmitem doenças). Ao acasalar com fêmeas selvagens, eles transmitem um gene autolimitante que impede a sobrevivência das fêmeas da geração seguinte – reduzindo gradualmente a população do mosquito transmissor. Já a nova tecnologia, com a bactéria Wolbachia, a qual aguarda



DIVULGAÇÃO

Com tecnologia avançada, companhia busca reduzir transmissão de doenças



Fase de pupa: nesta fase é feita a separação entre machos e fêmeas por tamanho

DIVULGAÇÃO

ainda a liberação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), atua de forma diferente. Nesses mosquitos, a bactéria ocupa o mesmo espaço celular que o vírus utilizaria para se reproduzir, bloqueando sua multiplicação — um mecanismo comparável ao de uma vacina. Quando uma fêmea com Wolbachia cruza com um macho do ambiente, toda a descendência herda a bactéria, limitando a propagação da dengue e de outras arboviroses.

Com as iniciativas, a companhia britânica tem planos de tornar-se a maior “fabricante mundial de mosquitos” capazes de reduzir a transmissão de doenças. Apesar de a empresa ter dado o pontapé na produção de Wolbachia paralelamente à produção de ‘Aedes do Bem’, será preciso o sinal verde da Anvisa para disponibilizar os mosquitos ao mercado brasileiro.

O pedido ao órgão foi feito em março, mas ainda não houve resposta. “Decidimos inaugurar antes da aprovação da Anvisa porque a nova temporada de dengue está se aproximando, e queremos mostrar que estamos prontos. Assim que houver a liberação, temos capacidade para começar a produzir”, contou Natália Ferreira, diretora presidente da Oxitec no Brasil. Procurada pela IstoÉ

Como funciona uma fábrica de mosquitos?

Assim como na produção de qualquer animal no campo, o foco é a reprodução. O processo de produção é altamente automatizado e segue o ciclo de vida do mosquito *Aedes aegypti*, desde o ovo até a fase adulta, antes de ser reembalado como ovo para distribuição. O processo começa com a multiplicação de ovos de linhagens já existentes. No caso da Wolbachia, os ovos chegam infectados (a bactéria é inoculada apenas uma vez em laboratório), são colocados em bandejas com água, utilizando um sistema de aquacultura. Este sistema é automatizado para controlar o fluxo de água e distribuir o alimento para as larvas. Nesta fase, que dura entre 8 a 10 dias, o mosquito passa do ovo para a larva e, em seguida, para a pupa (semelhante a um casulo). Na fase de pupa (que ainda é aquática), é feita a separação de machos e fêmeas por tamanho, pois as fêmeas são ligeiramente maiores. As pupas separadas são colocadas em grandes gaiolas, onde emergem como mosquitos adultos. Machos e fêmeas acasalam nas gaiolas, e os ovos resultantes por fim são selados em potes.

Dinheiro Rural, a Anvisa informou que o tema está na Agenda Regulatória da autarquia, e o processo será analisado “com a prioridade necessária”, conforme as necessidades do cenário epidemiológico brasileiro.

A empresa britânica informa que não comercializa os insetos vivos, mas sim os ovos. Nos países onde ela atua, a maioria da produção costuma ser distribuída diretamente para entidades governamentais como prefeituras. A companhia informou que sua futura produção de mosquitos com Wolbachia foi disponibilizada exclusivamente para o Ministério da Saúde. A Pasta governamental foi procurada pela reportagem da IstoÉ Dinheiro, que aguardava retorno até o fechamento deste texto.

O próprio Ministério da Saúde inaugurou, em julho, uma fábrica para a produção de mosquitos com Wolbachia em Curitiba (PR). A iniciativa tem parceria com a Fiocruz, a Wolbito do Brasil, o Instituto de Tecnologia do Paraná (Tecpar), o Instituto de Biologia Molecular do Paraná (IBMP) e o World Mosquito Program (WMP). A biofábrica paranaense dessa iniciativa tem uma produção que alcança 100 milhões de ovos por semana e aproximadamente fatura R\$ 5 bilhões por ano. **D**



Linha de montagem na fábrica da Geely Automobile, na província de Zhejiang

TAN YUNFENG/AVOC

COLOSSO SOBRE RODAS

Com uma política extremamente agressiva, a China está transformando a indústria automobilística global, com um apetite voraz por mercados para seus carros elétricos mundo afora, o que inclui o Brasil

Mauro Balhessa

No início dos anos 2000, as referências à indústria automobilística chinesa se reduzem a empresas como a Shanghai Automotive Industry Corporation (SAIC), fabricante de antigos modelos ocidentais como nosso velho conhecido VW Santana, um enorme sucesso no país. Naquele mundo dominado por gigantes europeias, americanas e japonesas, marcas chinesas com projeção internacional eram inexistentes. Passados 25 anos, esse cenário é radicalmente diferente.

Os chineses – com o devido empurrão do seu Leviatã governamental – não apenas construíram do zero um ecossistema automobilístico completo como se tornaram líderes absolutos na fronteira mais promissora do futuro da mobilidade: os carros elétricos. A estratégia foi impecável. Tem apelo ambiental (as cidades chinesas eram campeãs de poluição), ajuda o país a se livrar da dependência do petróleo importado, e avança em um nicho que os concorren-

tes, à exceção da novata Tesla, sempre patinaram.

A via para a transformação, contudo, não foi rápida nem simples. Se na mitologia chinesa um homem comum comeu pêssegos mágicos para tornar-se o deus do trovão (Lei Gong, uma espécie de Thor local), para alavancar, a indústria automotiva chinesa precisou de, ao menos, dois planos de governo, lançados por Hu Jintao (2009) e Xi Jinping (2017). Centenas de bilhões de dólares em subsídios a fábricas de peças e montadoras pipocaram por todo o país. Os chineses perceberam que fabricar similares a combustão dos modelos ocidentais, ainda que mais baratos, não seria suficiente. “Eles pensaram: há um caminho a ser seguido nessa área de redução de emissão de gás carbônico, então vamos partir para eletrificação e para veículos à bateria”, explica Cassio Pagliarini, da consultoria automobilística Bright Consulting. “Tomada a decisão estimularam um exército de startups a investirem no

segmento. Como resultado, os chineses estão dez anos à frente na construção de baterias. Cerca de 90% delas, que equipam veículos elétricos ou plug-ins, são de origem chinesa”, continua.

Uma figura chave no avanço da indústria automobilística chinesa foi o engenheiro Wan Gang, que trabalhou por quase uma década na sede da Audi, na Alemanha. Em 2007, no governo de Hu Jintao, ele foi nomeado ministro da Ciência e Tecnologia do país. Especialistas do setor inclusive atribuem a ele a decisão de fazer a aposta nos veículos elétricos. Gang chega a ser considerado o “pai dos carros elétricos na China”. Foi sob sua gestão que se iniciaram os subsídios em pesquisa no setor, focados principalmente em ônibus e automóveis. O objetivo foi criar uma base industrial e tecnológica sólida. Não à toa, esse é considerado o ponto de virada na produção automobilística chinesa. Naquele ano, o país tornou-se o maior mercado automobilístico do mundo – quando

Stella Li, vice presidente executiva da BYD em apresentação realizada no Salão do Automóvel de Munique, em setembro

Global No.1 in BEV + PHEV sales

Units sold globally (Jan–Aug 2025)

286M

KAI PFAFFENBACH/REUTERS



AP

A estratégia levou a China a expedir de suas fábricas carros com tecnologia de ponta, design mais arrojado e preços bem mais competitivos que os similares ocidentais – os carros elétricos mais baratos da China começam em US\$ 10 mil, menos de um terço do valor de um similar dos Estados Unidos. Outro aspecto importante é que, em uma evolução desse processo, as chinesas começaram a “ocidentalizar” seus automóveis – gerando enorme dor de cabeça para as gigantes americanas e europeias sobretudo. O modelo concebido há oito anos é um sucesso sob vários aspectos, mas como acontece em um modelo desenvolvido como política de estado, tem falhas. O crescimento na China foi ambicioso demais para a própria China, um mercado imenso e com oportunidades de igual dimensão. Ao mesmo tempo, reverbera em escala global. Atualmente o país enfrenta um excesso de produção e de capacidade produtiva na indústria, que esperava inundar de veículos os mercados americano e europeu. “O problema é que esse movimento acabou parcialmente bloqueado por barreiras fiscais impostas pelos países”, explica Pagliarini, da Bright Consulting. Na China, é comum se ver promoções quase predatórias de veículos novos encalhados em

suas vendas ultrapassaram as registradas pelos Estados Unidos. À época, com um crescimento de 45% ante o ano anterior, os chineses comercializaram 13,5 milhões de automóveis – enquanto os Estados Unidos venderam 10,4 milhões de unidades no mesmo ano.

Em 2017, contudo, a estratégia ainda não era suficiente para produzir – e vender – em massa os carros elétricos, como sonhava o então presidente Xi Jinping, sucessor de Hu Jintao. Sob as rédeas do líder, uma nova estratégia foi desenhada: o “Plano de Desenvolvimento de Médio e Longo Prazo para a Indústria Automotiva”. Esse projeto criou um sistema mais ambicioso de metas de produção, estabelecendo incentivos para avanços em inovação – como o desenvolvimento de baterias de maior autonomia e a redução de custos. Em conjunto, tais medidas tornaram os veículos elétricos mais acessíveis ao consumidor e impulsionaram a popularização de carros elétricos na China. Com as políticas do governo, o mercado automotivo chinês viveu um boom definitivo. Hoje supera os 31 milhões de unidades vendidas por ano – quase o dobro do americano (16 milhões) e 12 vezes maior que o brasileiro (2,6 milhões), segundo os dados de 2024.

Embarque de carros elétricos na China (acima) e desembarque em Itajaí, Santa Catarina



ANDERSON COELHO/REUTERS

concessionárias, enquanto as indústrias seguem produzindo em escala acelerada e em grandes volumes para não perderem os subsídios acertados com o governo central.

No exterior, algumas empresas seguem com performance invejável apesar das inconsistências do mercado interno. A montadora BYD, a mais bem-sucedida de todas, acaba de superar a marca de 11 mil veículos vendidos no Reino Unido em setembro deste ano – um crescimento de 880% em um ano. As ilhas britânicas já são o maior mercado para a companhia fora da China. A montadora estima que as exportações alcancem entre 800 mil e 1 milhão de veículos neste ano, ou 20% de suas vendas totais. Parte da enxurrada de carros elétricos está vindo para o Brasil, a preços extremamente competitivos, já que sobram veículos elétricos no mercado interno chinês. Entre os brasileiros, pode-se dizer que um movimento mais forte teve início em 2021, com o desembarque da BYD – hoje a líder no país, com vendas não só de elétricos, mas também de híbridos.

O lançamento do SUV elétrico Tan por aqui mudou o cenário e encorajou outras montadoras a entrarem no país. Antes disso, o mercado só contava com duas marcas, a Caoa Chery e a JAC Motors, cujos modelos a combustão não tinham muita expressão em meio aos produzidos pelas marcas tradicionais. O impulso veio mesmo com os elétricos e hoje as montadoras chinesas têm mais de metade em market share entre os eletrificados no Brasil (57%), e 10% do total. Os investimentos por aqui, o que inclui fábricas, se aproximam de R\$ 30 bilhões aportados entre 2023 a 2032. Até setembro de 2025, a BYD comercializou pouco mais de 23 mil unidades do híbrido Song e cerca de 19 mil unidades do Dolphin Mini, segundo a Associação Brasileira do Veículo Elétrico (ABVE). A BYD iniciou a operação de sua fábrica em Camaçari (BA), que pertencia à Ford, em julho deste ano, e de lá sairão modelos como o Dolphin Mini, Song Pro e o King.

Na esteira da BYD, mais marcas chinesas começaram a anunciar lançamentos e investimentos no mercado brasileiro. Algumas marcas, como a Caoa Chery e a Great Wall Motors (GWM) já têm fábricas em território nacional, enquanto outras, como a GAC e a Omoda & Jaecoo,

Unidade de recarga de táxis elétricos em Shenzhen, na China



Sinais de alerta

A maioria das concessionárias chinesas está abarrotada. Yuhan Zhang, economista principal do China Center do The Conference Board e analista do setor automobilístico enxergam um excesso de oferta, semelhante ao que aconteceu no mercado imobiliário e na indústria de energia solar da China. “Quando há uma diretriz de Pequim de que este é um setor estratégico, todos os governadores provinciais se engajam. Eles querem estar em boa situação com o partido”, diz Rupert Mitchell, comentarista de macroeconomia baseado na Austrália e especialista em veículos elétricos. A crise iminente tem implicações maiores para a economia chinesa, onde a indústria automobilística e serviços relacionados já representam cerca de um décimo do Produto Interno Bruto (PIB). A ociosidade do setor é impressionante: as montadoras chinesas têm capacidade fabril para produzir o dobro dos 27,5 milhões de carros feitos no ano passado, segundo a consultoria Gasgoo Automotive Research Institute.

desembarcaram recentemente, mas planejam instalar unidades locais nos próximos anos. A Caoa Chery, por exemplo, é uma veterana do mercado nacional e possui uma unidade em Anápolis (GO), onde produz os modelos a combustão Tiggo 5, 7 e 8. A linha de produtos também inclui o elétrico iCar e o sedã Arizto 6. A JAC Motors, outra conhecida por aqui desde 2011, importando todos os seus veículos – a combustão. Ela chegou a se aventurar na abertura de uma fábrica em Jacareí, em São Paulo, mas o projeto não vingou e hoje está presente no mercado com uma linha comercial com caminhões e vans, além de veículos de passeio como o elétrico de entrada E-JS1, o SUV E-JS4 e o sedã E-J7.

A GWM chegou aqui em 2022 e já é dona do terceiro modelo eletrificado mais comercializado no Brasil, o Haval H6, que teve pouco mais de 19 mil emplacamentos até o mês passado. A montadora instalada desde agosto na fábrica comprada da Mercedes Benz em Iracemápolis (SP), comercializa ainda o hatch elétrico Ora 03, os SUVs Tank 300 e Haval H9, e a picape Poer. Na lista, a GAC desembarcou oficialmente no Brasil em maio de 2025 com cinco lançamentos: os elétricos Aion ES, Aion V, Aion Y e Hyptec HT, e o híbrido GS4. Há outros movimentos, como



Inauguração da unidade teve a presença de Lula e do fundador da BYD, Wang Chuanfu

RICARDO STUCKERT/PR

Elétricos made in Bahia

Em julho deste ano, a BYD chamou a imprensa para um evento de inauguração de sua fábrica em Camaçari (BA) e, à época, ainda faltavam licenças para a liberação dos veículos. Ensaïou uma inauguração que não aconteceu. Durante aquele período, a unidade passava por testes para homologação definitiva do processo, que durou pelo menos até setembro. Nesta quinta-feira, 9, a montadora finalmente abriu as portas da fábrica. Antes do evento que marcou oficialmente o início da produção — e contou com a presença do presidente da República Luis Inácio Lula da Silva — a unidade baiana passou por mudanças de planos. Em princípio deveria operar ao final de 2024, depois o anúncio ficaria para o primeiro semestre de 2025. Durante o evento, Lula reforçou o interesse do Brasil no multilateralismo e em reforçar relações com a China. "Eu me considero amigo do presidente Xi Jinping e tenho certeza que ele se considera amigo do Brasil porque nos tratamos como dois países importantes do Sul Global e não aceitamos que ninguém meta o dedo no nosso nariz. Queremos ser respeitados e tratados com muita decência", disse. Lula afirmou ainda

acreditar que o problema com os Estados Unidos está resolvido.

Os carros montados da fábrica de Camaçari chegam praticamente prontos da China. Isso porque, durante um ano, a operação vai funcionar no sistema SKD (Semi Knocked-Down), ou seja, com peças semidesmontadas, e importadas da sede internacional. A planta vai evoluir gradualmente para uma produção nacional completa — que inclui estampagem, soldagem, pintura e aumento do conteúdo local. A BYD também já anunciou a qualificação de 106 empresas instaladas no Brasil para fornecer peças para a fábrica na Bahia. A Continental Pneus de Camaçari, vizinha da fábrica, é a primeira companhia que foi oficialmente homologada. Entre os carros montados estão os híbridos Song Pro e King, e o elétrico Dolphin Mini. A picape Shark também está sendo cotada para a planta.

A fábrica, que foi utilizada pela Ford entre 2001 e 2021 — e de onde saiam modelos como o Ka e EcoSport — foi entregue ao governo da Bahia em outubro de 2023, e posteriormente cedida à montadora chinesa. A BYD anunciou investimento de R\$ 5,5 bilhões no complexo de Camaçari.

o desembarque, realizado em abril, das marcas Omoda & Jaecoo, parte do grupo Chery. A gigante Geely (dona da Volvo, da Polestar e da Lotus) está de volta ao país, agora em parceria com a Renault, e acaba de apresentar o modelo 001. Em breve, chega ao país o primeiro lançamento da Leapmotor, marca chinesa da Stellantis, o C10, com um novo sistema de propulsão chamado "REEV". O conjunto inclui um motor 1.5 a gasolina que opera apenas como gerador, fornecendo energia para o motor elétrico.

Tamanha agitação leva a crer que o Brasil é visto como uma mina de ouro para as montadoras chinesas. Algumas, porém, já fracassaram em sua tentativa de desembarque. A Neta Auto, que já vinha dando sinais de que estava próxima de deixar o Brasil, sumiu de vez, inclusive do mundo on-line com a desativação de seu site e perfil no Instagram — na China a empresa também enfrenta dificuldades e a proprietária da marca, a Zhejiang Hozon New Energy Automobile, entrou falência. A Seres, que havia chegado em 2023, encerrou sua operação com apenas seis carros vendidos.

Com todo seu poder de fogo, o setor automotivo chinês começa a vislumbrar no horizonte um momento de inflexão. Agentes setoriais começam a desconfiar do potencial de consumo nos mercados globais para o volume colossal de automóveis hoje produzido na China. Já se sabe, ao menos por ora, que um dos passos futuros, por parte da China, será criar mecanismos de seleção para restringir os veículos exportados para proteger a reputação das marcas — e essa restrição poderá mexer com os preços. Os vendedores de carros elétricos deverão seguir regras do governo chinês que determinam que apenas as montadoras e suas empresas autorizadas solicitem licenças de exportação, movimento válido a partir de 2026. No mais estrito darwinismo corporativo, seleção é um caminho natural para as marcas. Projeção da consultoria AlixPartners aponta que apenas 15 das 129 marcas de veículos elétricos e híbridos chineses serão financeiramente viáveis até 2030. Um movimento é certo: ganhará tração a reestruturação setorial, com o desaparecimento de algumas indústrias e a consolidação entre outras — algo que já começou mundo afora. **D**

Trionda remete aos três países que vão receber os jogos da Copa em 2026: EUA, Canadá e México



Tecnologia em campo

Bola do torneio a ser disputado nos Estados Unidos, México e Canadá terá chip e conectividade para municiar arbitragem e o VAR com dados mais precisos

Fornecedora das bolas oficiais da Copa do Mundo da Fifa desde 1970, a Adidas revelou recentemente o modelo que circulará nos gramados dos estádios do próximo torneio, a partir de 11 de junho de 2026, que será realizado em três países: Estados Unidos, Canadá e México. É a Trionda, que remete a três ondas, nome escolhido para destacar as três nações que vão receber os jogos no ano que vem. E haja chutes na bola da Copa. O próximo mundial terá uma quantidade bem maior de partidas em relação à edição anterior, já que 48 seleções vão entrar em campo. Serão 104 embates contra 64 da Copa do Catar, em 2022, disputada por times de 32 países. A “onda” do nome é também uma referência às “olas” feitas pelos torcedores. É uma bola de design mais animado, por assim dizer, do que o modelo de 2022, o Al Rihla, que significa “a jornada” ou “a viagem” em árabe.

Para a marca, porém, essa versão é a melhor de todas nesse quesito – superando, por exemplo, a querida dos brasileiros, a Brazuca. A afirmação é de Sam Handy, gerente-geral da Adidas Football, que apresentou o produto em evento em Nova York: “É a bola da Copa do Mundo mais visualmente divertida que já criamos”. O design tem uma geometria que replica ondas. Cada painel que compõe a esfera traz as cores dos países – vermelho, azul e verde – que se conectam formando um triângulo no centro da bola, simbolizando as três regiões que sediam o torneio. Cada nação é homenageada com ícones significativos do país. Ou seja, uma estrela para os Estados Unidos, uma folha de bordo para o Canadá e uma águia para o México. Esses símbolos aparecem como gráficos marcantes nos painéis, além de estarem sutilmente em relevo na bola da versão Pro, modelo para jogos.

Procurada pela reportagem, a Adidas não deu retorno a respeito da expectativa de vendas do novo modelo – que pode chegar a custar R\$ 1,3 mil. Em outros tempos, a marca divulgou números. A Brazuca, feita para a Copa do Brasil, em 2014, teria vendido mais de 14 milhões de unidades no mundo. No Mundial anterior, na Copa da África do Sul, em 2010, executivos da empresa estimaram mais de 13 milhões delas. A edição mais bem-sucedida, nesse sentido, de acordo com cálculos de mercado, foi a Teamgeist, da Copa da Alemanha, em 2006, disputada por cerca de 15 milhões de pessoas.

A Trionda que será usada nas partidas da Copa – e que não estará nas prateleiras das lojas, já que tem características mais específicas para a competição – apresenta uma evolução em relação à tecnologia de bola conectada da Adidas (uma propriedade da marca desenvol-

A bola que será usada em campo é conectada e tem sensor de movimento acoplado em uma das camadas internas



vida com a colaboração da Kinexon). A redonda da vez tem um novo sistema de chip embutido e o sensor de movimento agora está posicionado dentro de uma camada especialmente criada em um dos painéis da bola. A edição Al Rihla tinha essa estrutura centralizada em seu interior: ela era mantida por um sistema de suspensão. A adição de contrapesos nos demais painéis da Trionda garante estabilidade e equilíbrio durante o curso da bola em campo. Ou seja, apesar do sensor grudado numa das camadas, a bola não irá “pender” para esse lado.

A promessa da Adidas é que, com esse aprimoramento, a tecnologia fornecerá informações sobre todos os movimentos da bola, enviando dados mais precisos em tempo real ao sistema de Árbitro Assistente de Vídeo, o VAR. Segundo a fabricante alemã, a combinação das informações tanto da trajetória da Trionda quanto as referentes ao posicionamento dos jogadores, e mais ajuda da Inteligência Artificial, permitirá que os árbitros tomem decisões de impedimento mais rapidamente. A bola conectada também pode auxiliar a arbitragem na identificação de cada toque individual na superfície. Para o consumidor, as opções que existem são: Pro (a mesma que os jogadores vão usar no gramado, mas sem a tecnologia da bola conectada), Competition (também profissional), League (para futebol amador), Training (para qualquer terreno), Club (mais acessível e leve para a recreação) e Mini (versão miniatura da bola oficial). Os preços vão de R\$ 99 até R\$ 1299,99 (Pro). **D**

Galeria da Copa: as mais recentes bolas dos torneios de futebol

Ano	2006	2010	2014	2018	2022
País	Alemanha	África do Sul	Brasil	Rússia	Catar
					
Nome	Teamgeist	Jabulani	Brazuca	Telstar 18	Al Rihla

Delivery por drones, turismo das famílias e chocolates

O início das entregas do iFood por meio de drones em Aracaju (SE), os dados do IBGE sobre as viagens do brasileiro e a troca de comando na Copenhagen se destacaram nas redes

IBGE: poucos brasileiros fazem turismo e hospedagem mais comum é casa de parente

O turismo passou longe das pessoas em oito de cada 10 domicílios brasileiros. É o que revela pesquisa divulgada nesta quinta-feira, 2, pelo IBGE. Dos 77,8 milhões de domicílios estimados no país em 2024, apenas 15 milhões (19,3%) registram viagem de ao menos um morador. Apesar do baixo percentual de viagens entre os brasileiros, o índice se manteve estável em relação a 2023. Quem viajou, ademais, ficou em casa de parentes.



331 mil 1.736

Renata Vichi deixará comando da Copenhagen e seu marido será novo CEO

Renata Vichi, atual CEO do Grupo CRM – dono das marcas Copenhagen e Brasil Cacau – deixará o seu cargo após quase três décadas na companhia, cinco anos como executiva que liderava a operação. Quem assumirá o cargo agora será Fernando Vichi, marido de Renata e atual Diretor de Operações (COO) da companhia.



207 mil 434

De ex-âncora da Globo a dono de TV nos EUA: a nova aposta de Dony De Nuccio

Com uma carreira ligada à televisão e ao jornalismo econômico, Dony de Nuccio resolveu virar a página e comprou o seu próprio canal de TV nos Estados Unidos. A emissora quer atingir 6 milhões de brasileiros que moram ou visitam o país entregando jornalismo e entretenimento na grade. A ideia da TV Connect USA é ser o maior grupo de mídia para brasileiros sediado nos Estados Unidos, contou o jornalista.



139 mil 1.371



74.468 mil 2.200

Primeira rota de delivery com drone do país vai operar 7 dias por semana no Sergipe

O iFood anunciou o início oficial de uma operação de entregas de comida com drones na cidade de Aracaju (SE) após receber autorização da Anac (Agência Nacional de Aviação Civil). O serviço funcionará diariamente durante 10 horas, com capacidade para até 280 pedidos por dia. Segundo o iFood, é o primeiro delivery com drones na América Latina. A empresa operava entregas usando drones em um programa piloto na região desde 2021, porém agora o serviço vira diário e definitivo, e tem parceria com a Speedbird Aero.

Psicólogas brasileiras criam aplicativo para apoiar famílias de pessoas com autismo

Cuidar de alguém com autismo é um aprendizado diário, e a tecnologia pode ser uma grande aliada. As psicólogas Leila Bagaiolo e Claudia Romano desenvolveram o Meu Diário TEA, aplicativo gratuito que apoia famílias e cuidadores de pessoas com Transtorno do Espectro Autista (TEA). O app reúne conteúdos sobre alimentação, comportamentos desafiadores e comunicação funcional, além de escalas de autoavaliação que ajudam a acompanhar avanços.



25,6 mil 500

Palavra por palavra



"A Petrobras ficou sem contratar barcos na indústria brasileira por oito anos. Estamos retomando isso"

Magda Chambriard, presidente da Petrobras, durante o anúncio de investimentos de R\$ 2,6 bilhões da estatal destinados a estaleiros e indústrias de fertilizantes na Bahia

"Eu espero que o Congresso dê uma demonstração de maturidade. É uma bobagem colocar isso como questão eleitoral"

Luis Inácio Lula da Silva, presidente do Brasil, antes de MP 1303 caducar



"Sinto que um caminho ainda é possível"

Sébastien Lecornu, ex-primeiro ministro francês que renunciou na segunda-feira, 6, após passar um mês no cargo, sobre a elaboração do Orçamento 2026 da França

"O que está em jogo não é o mérito da MP. O que está em jogo é uma ação de sabotagem coordenada pelo Tarcísio de Freitas entre outros personagens"

Randolfe Rodrigues (PT-AP),

líder do governo no Congresso, sobre a dificuldade do governo federal em conseguir a aprovação da Medida Provisória 1303/2025, que tributa aplicações financeiras e bets



"Tem se especulado sobre a participação do crime organizado nessa adulteração de bebida. Só para deixar claro: não há evidência nenhuma de participação do crime organizado nisso"

Tarcísio de Freitas, governador de São Paulo, sobre a crise de contaminação de bebidas alcoólicas por metanol, já que o estado tem o maior volume de ocorrências



O impacto da reforma tributária para plataformas digitais



**José Andrés
Lopes da
Costa**

é professor convidado de
Direito Tributário
Internacional na FGV e sócio
do DCLC Advogados

O projeto de lei 108, parte da regulamentação da reforma tributária, contém uma previsão totalmente descabida, que vem sendo negligenciada no debate público, mas que pode transformar profundamente o ambiente digital brasileiro. O projeto estabelece que, se um fornecedor não emitir a nota fiscal, a plataforma digital que intermediou a operação deverá emitir o documento e, ainda, recolher os tributos devidos.

À primeira vista, a medida pode parecer engenhosa. Afinal, se o restaurante não cumprir sua obrigação, que o iFood o faça, se a farmácia deixa de registrar a venda, que o Rappi assuma, se o vendedor do marketplace falha, que a Amazon responda. Aparentemente, cria-se um instrumento eficiente contra a informalidade. O problema é que, ao deslocar a responsabilidade do contribuinte para o intermediário, a proposta rompe com os limites estabelecidos pelo sistema tributário.

O Código Tributário Nacional distingue contribuinte e responsável. Contribuinte é quem realiza a operação que gera o imposto. Responsável é um terceiro que mantém vínculo direto com o fato tributado, como o sócio que administra a empresa, o tabelião que formaliza o contrato ou o transportador que conduz mercadoria sem nota. Nesses casos, existe ingerência efetiva sobre a operação, o que justifica a transferência da obrigação.

Plataformas digitais não se enquadram nesse modelo. O iFood não prepara refeições, apenas conecta consumidor e restaurante. O Rappi não comercializa medicamentos, apenas organiza a entrega. A Amazon não fabrica ou vende diretamente os produtos oferecidos por milhares de pequenos lojistas em seu marketplace. Essas empresas fornecem a infraestrutura tecnológica, processam pagamentos e aproximam as partes, mas não têm qualquer poder para obrigar fornecedores a emitir notas fiscais. A relação que mantêm com o fato gerador é indireta e contratual, jamais material.

Impor-lhes a responsabilidade tributária significa criar um elo artificial, baseado apenas na conveniência arrecadatória. E os efeitos dessa escolha não são triviais. O primeiro é jurídico. Plataformas que intermediam mi-

lhões de operações diárias passariam a responder por obrigações que não podem controlar, sujeitando-se a litígios intermináveis e a penalidades desproporcionais. O segundo é econômico. Para monitorar o cumprimento fiscal de cada fornecedor, essas empresas teriam de investir em sistemas de vigilância sofisticados, repassando custos a consumidores e parceiros. O terceiro é estrutural. Startups de intermediação, hoje essenciais à inovação, teriam dificuldade em ingressar no mercado sob o risco de se tornarem arrecadadoras forçadas do Estado.

Os exemplos concretos ilustram o problema. Imagine um restaurante de bairro que se cadastra no iFood, deixa de emitir notas de parte de suas vendas e desaparece após alguns meses. Pela regra proposta, a plataforma não apenas teria de emitir as notas em seu lugar, como também recolher os tributos não pagos. Ou considere um pequeno lojista que atua no marketplace da Amazon, deixa de registrar corretamente suas operações e encerra suas atividades. O fisco poderá cobrar da Amazon os tributos omitidos, ainda que ela jamais tenha vendido a mercadoria. Em ambos os casos, transfere-se a conta a quem não detém ingerência sobre a operação.

Não se trata de defender privilégios para grandes empresas, mas de preservar a coerência do sistema. A responsabilidade tributária é exceção à regra e só pode recair sobre quem tem vínculo efetivo com o fato gerador. Expandir essa exceção para atingir intermediários compromete a neutralidade da tributação, desorganiza o mercado e gera insegurança jurídica, violando princípios elementares de Direito Tributário sobre solidariedade e conflitando com o que dispõe o CTN.

Combater a sonegação é um objetivo legítimo e urgente. Mas a Constituição exige que isso seja feito com respeito à lógica do direito tributário, e não por meio de atalhos que transformam plataformas digitais em agentes de fiscalização. Se convertida em lei, essa medida não só distorcerá o papel das plataformas, como também corroerá a confiança na própria reforma tributária, que deveria significar racionalidade, justiça e simplificação. **D**

Paixão sobre rodas.



MOTOR SHOW

www.motorshow.com.br

