

Gabriel Galípolo, presidente do BC, responde à queixa petista relacionada à meta de inflação



Depois de escorregão no Brasil, a chinesa Shein remodela o negócio



Adidas e empresária de cosméticos Boca Rosa lançam collab



ISTO É Dinheiro

Edição 20 - 13/2/26

O FATOR CARNAVAL

Gigantes globais de cervejas e bebidas alcoólicas fazem sua grande aposta na folia para alavancar vendas e marcar posição em um mercado cada vez mais competitivo





EUGENIO GOULART

Capa

Página
8

Como as indústrias de bebidas se movem no Carnaval para retomar volumes

Expediente

ISTOÉ
publicações

ISTOÉ PUBLICAÇÕES LTDA.

CEO E DIRETOR EDITORIAL
Daniel Hessel Teich

ISTOÉ
Dinheiro

EDITORA
Érica Polo

DIRETOR DE ARTE
Alexandre Akermann

DESIGNER
Mayara Novais

DIRETOR COMERCIAL
Edgardo A. Zabala

www.istoedinheiro.com.br

Instagram
[instagram.com/istoe_dinheiro/](https://www.instagram.com/istoe_dinheiro/)

YouTube
[m.youtube.com/@istoe_dinheiro](https://www.youtube.com/@istoe_dinheiro)

X
x.com/istoe_dinheiro

Facebook
[facebook.com/istoedinheiro](https://www.facebook.com/istoedinheiro)

TikTok
[tiktok.com/@revistaistoe](https://www.tiktok.com/@revistaistoe)

LinkedIn
[linkedin.com/company/istoe-dinheiro/](https://www.linkedin.com/company/istoe-dinheiro/)

Redação e correspondência
Rua Iguatemi, 192, 19º andar, Itaim Bibi,
São Paulo, SP, CEP 01451-010

ISTOÉ DINHEIRO 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)

Índice

CAPA: MONTAGEM COM IMAGEM GERADA POR IA E FOTOS
DE LULA MARQUES/AGÊNCIA BRASIL E DIVULGAÇÃO

3 ENTREVISTA

5 ECONOMIA

8 BRASIL

14 INTERNACIONAL

17 NÚMEROS DA SEMANA

18 MERCADO DE CAPITAIS

22 EMPRESAS

27 RURAL

34 AUTO

36 CULTURA

38 ESTILO DE VIDA

39 O MELHOR DAS REDES

40 PALAVRA POR PALAVRA



LESLEI MARCELINO/REUTERS

Meta de inflação: 3% é alvo correto, diz BC



SARAH MEYSSONNIER/REUTERS

Shein remodela estratégia no Brasil



DIVULGAÇÃO

Cine Belas Artes busca novo apoiador

Uma nova era está no ar

Ana Karina Bortoni, CEO do grupo Silvio Santos há pouco mais de um ano, fala sobre a modernização do legado do apresentador, que une empresas com perfis distintos como SBT, Jequití e Liderança Capitalização

Uma das estratégias é a aposta em multicanalidade, em que o modelo de consultoras Jequití segue como o 'coração' da marca, mas há expansão para o varejo físico e o e-commerce



LEONARDO MONTEIRO

Pouco mais de um ano depois de assumir a cadeira de CEO do grupo Silvio Santos, o que ocorreu em dezembro de 2024, Ana Karina Bortoni, contou à IstoÉ Dinheiro como anda o desafio de modernizar o legado do apresentador, falecido em agosto de 2024. Com uma trajetória que une experiências na consultoria McKinsey e de CEO do banco BMG, Ana Karina toca a gestão da holding que integra uma variedade de negócios com perfis distintos, entre eles, SBT, Jequití e Liderança Capitalização – que emite a Tele Sena.

Em entrevista à IstoÉ Dinheiro, a executiva contou alguns dos próximos passos da estratégia de multicanalidade do grupo, pontuando novidades da marca Jequití, que mantém o modelo de consultoras porta a porta, mas expandiu o negócio para o varejo físico e o e-commerce. Ela rememora que, entre os passos mais recentes do grupo, está a chegada ao mercado de apostas esportivas, com a Bet do Milhão, e conta, ainda, como funciona a dinâmica da gestão profissional em uma empresa familiar tradicional.

Eduardo Vargas

Como está sendo conduzida a modernização de marcas tão tradicionais como a Tele Sena e a Jequití?

O foco é a multicanalidade. Se você tem um produto bom, cria diferentes oportunidades para as pessoas encontrarem esse produto. Abrir outros canais ajuda bastante, é a lógica do guarda-chuva. A Liderança Capitalização, que era essencialmente física, evoluiu. Hoje, mais de 60% das vendas são digitais. Lançamos também o modelo “Figital”, onde o cliente compra [o título] via QR Code em estabelecimentos parceiros sem precisar da cartela física. Na Jequití, o modelo porta a porta das consultoras continua sendo o nosso coração, mas expandimos para o varejo físico e e-commerce. Hoje você encontra Jequití em grandes varejistas e quiosques em shoppings. A gente começou com essa estratégia no final de 2024 [varejo físico] e no final de 2025 já representava um percentual que consideramos importante dentro do mix de canais. O orçamento para este ano [direcionado a esse projeto] deve crescer nesse sentido. Estamos testando modelos. Nes-

te final de ano passado lançamos mais dois quiosques com parceiros de negócios. A marca tem uma loja física no Internacional Shopping Guarulhos, por exemplo. O e-commerce também ganha tração. Recentemente, tivemos o caso do perfume do Cebolinha, que viralizou organicamente no TikTok e chegou a vender uma unidade a cada dez ou trinta segundos. Isso mostra que, quando você une um produto de qualidade a novos canais de acesso, o crescimento é exponencial.

Houve modernização no modelo tradicional da Jequití?

Sim, a gente também trabalha muito na inovação do próprio modelo porta a porta. Evoluímos formatos, como o uso de catálogo para o de aplicativo, para a digitalização. Assim conseguimos entregar mais ferramentas para as nossas consultoras poderem comercializar os produtos. O foco não é substituir canais, é a multicanalidade, aumentar a participação de mercado da marca.

E no SBT? Além da TV aberta, quais são as grandes apostas para 2026,

especialmente em um ano de grandes eventos?

O SBT tem investido pesado em conteúdo e credibilidade. Lançamos o SBT News, reforçando o nosso jornalismo, que é visto há cinco anos como o de maior credibilidade no país [a executiva se refere à pesquisa Digital News Report 2025, do Instituto Reuters]. Para 2026, teremos a transmissão da Copa do Mundo em uma parceria estratégica com a NSports e o Galvão Bueno. É um movimento que une a força da nossa TV aberta com a estratégia digital. Queremos que o público consuma o conteúdo do SBT em qualquer lugar e de qualquer forma, por isso o investimento no +SBT, o nosso streaming, é prioritário. O mote é contar o fato como ele é, mantendo o compromisso editorial que o Silvio sempre acreditou.

Um movimento recente foi a entrada no mercado de apostas, com a Bet do Milhão. Como vocês enxergam esse setor e qual o diferencial da plataforma?

Só entramos nessa discussão quando o mercado brasileiro se tornou regulado e organizado. Obtivemos a licença e lançamos a Bet do Milhão em julho de 2025, após testes rigorosos de tecnologia. Nosso DNA está ligado aos jogos e à diversão que o Silvio sempre promoveu, mas com um compromisso inegociável com o jogo responsável. Fazemos parte de institutos que coordenam boas práticas no setor para garantir um ambiente seguro. O produto está crescendo de forma sustentável e integrando o entretenimento com a segurança que a marca do grupo exige.

Você mencionou que a cultura do grupo é muito forte, e há relatos sobre a característica de um ambiente familiar. Como é gerir pessoas em empresas tão diversas, mantendo esse clima na organização?

A cultura do grupo Silvio Santos é acolhedora, mas focada em alta performance. Criamos canais de ideias onde os colaboradores trazem sugestões de sinergia. No último ano, recebemos mais de 400 ideias e premiamos as melhores no palco. Realizamos encontros trimestrais com os 200 principais líderes para reforçar essa integração. É co-



REPRODUÇÃO

mum vermos um colaborador da Jequití ter uma ideia inspirada no que viu nos estúdios do SBT. Para fortalecer isso, a Liderança Capitalização está se mudando para o complexo da Anhanguera, para que todos bebam da mesma fonte cultural.

Você tem uma carreira acadêmica em Química, passou quase vinte anos na McKinsey e foi CEO do banco BMG. Como surgiu o convite para liderar o grupo e o que mais te atraiu nesse desafio?

Eu conheci o grupo Silvio Santos por volta de 2014, em um trabalho de governança pela McKinsey. Ali me aprofundi nos negócios, conheci o corpo de acionistas e o próprio Silvio Santos. Anos depois, após minha passagem pelo setor bancário, fui convidada para o conselho do grupo. No final de 2024 houve uma decisão estratégica de reforçar o papel da holding na liderança de um ecossistema integrado. O que me fez brilhar os olhos foi a oportunidade de preservar um legado que está no imaginário coletivo de todo brasileiro, mas com o desafio de projetar esse futuro movido pela inovação. Silvio Santos sempre foi um empreendedor extremamente inovador e seguimos a cartilha dele para levar o grupo adiante.

Sua trajetória é peculiar: você caminhou bastante no universo científico antes de partir para o

mundo corporativo. Como foi essa virada?

Eu tinha muita curiosidade sobre a ciência, por isso estudei química pura. Fiz mestrado em síntese orgânica e doutorado em mapeamento de proteínas. A ciência me deu uma sede de aprendizado e um perfil analítico muito sólido. Na consultoria, aprendi a ter uma visão sistêmica e a estruturar modelos mentais para a solução de problemas. Quando você gerencia um portfólio diverso, essa capacidade de conectar os pontos e entender o que é comum a diferentes setores é vital. A química me ensinou a curiosidade, a McKinsey me moldou como executiva. Hoje, uso essas características para resolver problemas e focar na comunicação, que acredito ser o grande motor de engajamento dos nossos 950 colaboradores.

Como você vê o grupo Silvio Santos daqui a cinco ou dez anos?

Vejo um ecossistema cada vez mais coeso e forte, impactando o brasileiro por meio de novos canais e produtos acessíveis. Teremos uma multicanalidade ainda mais madura e uma governança que garante a perenidade do grupo. O legado do Silvio nos inspira, mas é o futuro e a ousadia que nos movem. Queremos continuar levando alegria e produtos de qualidade para as famílias brasileiras, mantendo a essência de um grupo que é, acima de tudo, feito de pessoas para pessoas. **D**



Galípolo: “meta está correta, em linha com o que observamos em outros mercados”

FERNANDA LUZ/REUTERS

Um debate sobre a meta

Gabriel Galípolo, presidente do Banco Central, defende inflação alvo em 3% após críticas à política monetária publicadas em documento elaborado pelo PT

Matheus Almeida

Um documento gestado no Partido dos Trabalhadores (PT), e veio a público há poucos dias, fez críticas à política monetária do Banco Central (BC): entre elas, pediu a revisão da meta de inflação, citando uma “descompatibilização” com o crescimento econômico. Isso levou o presidente do BC, Gabriel Galípolo, a justificar dados e movimentos em um evento em que marcou presença nesta semana. Ele afirmou que a meta de inflação fixada em 3% ao longo de doze meses está correta.

Galípolo embasou sua defesa em um estudo elaborado em parceria entre o Banco Central e o Ministério da Fazenda quando ele ainda ocupava o cargo de secretário-executivo da pasta comandada por Fernando Haddad. “Comparamos as metas de diversos países, avançados e emergentes, para ver se a meta que estávamos estabelecendo ficava fora do que é a meta para muitos dos nossos pares. E não, ela está totalmente em linha com o que a gente observa com outros países”, disse.

O documento elaborado pelo Diretório Nacional do Partido dos Trabalhadores (PT), com críticas à atual política monetária do país, foi divulgado no dia 7 de fevereiro. “É necessário revisar a meta de inflação, compatibilizando-a com crescimento econômico, geração de empregos de qualidade, fortalecimento do investimento público e ampliação das políticas sociais”, diz o texto.

O estudo elaborado pelo BC com a Fazenda baseou mudança do regime de metas anuais para metas contínuas.

Crítica partidária pede 'compatibilização com o crescimento econômico'



26. O Novo PAC já investiu mais de R\$ 944 bilhões nestes três anos, e deve investir muito mais nos próximos. Entre 2023 e 3º trimestre de 2025, pelo Plano Mais Produção, com a recuperação do BNDES, foram contratados R\$ 588 bilhões, para 406 mil projetos. Na COP 30, apresentamos que a transformação ecológica já mobilizou mais de R\$ 400 bilhões em investimentos sustentáveis. A inovação, a tecnologia, a transição energética e o desenvolvimento sustentável devem ser o centro do nosso projeto de desenvolvimento.

27. Acreditamos que é momento de reduzir a taxa de juros, que permanece em patamar restritivo e incompatível com as necessidades do desenvolvimento nacional. A política monetária conduzida pelo Banco Central, cuja autonomia foi instituída durante o governo Bolsonaro, tem operado como instrumento de bloqueio ao projeto eleito nas urnas, aprofundando a financeirização da economia, drenando recursos públicos e restringindo o investimento produtivo. É necessário revisar a meta de inflação, compatibilizando-a com o crescimento econômico, geração de empregos de qualidade, fortalecimento do investimento público e ampliação das políticas sociais.

28. Somos contra um sistema em que o Brasil seja colocado em posição periférica, exportando commodities e importando tecnologia. Defendemos um mundo multipolar, em que o Brasil e todas as nações sejam soberanas. Enfrentamos e derrotamos o tarifaço de Trump sobre o Brasil e a cabeça erguida, demonstrando grande capacidade de nossa diplomacia, mas também economia que, com o Governo Lula, ampliou os parceiros comerciais e brasileiros.

Até 2024 havia uma espécie de calendário de ano civil, em que o presidente do Banco Central deveria justificar, nos meses de dezembro, sempre que a meta de inflação não fosse cumprida em determinado ano civil. Em 2025, iniciou-se um novo regime. Agora, o descumprimento é considerado sempre que o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) acumular, em 12 meses, alta superior a meta durante seis meses consecutivos, numa espécie de calendário móvel. O modelo retira a pressão e suaviza um pouco a política monetária, visando manter a inflação contida numa perspectiva de médio prazo. Evita, por exemplo, que o BC precise reagir de forma abrupta a choques temporários em períodos específicos, como em finais de ano, por exemplo. É um padrão usado por economias desenvolvidas e pares latinos, como o Chile.

Além de defender a meta de 3%, Gabriel Galípolo afirmou que um dos desafios para os economistas brasileiros é compreender como o crescimento econômico e a inflação brasileira permanecem resilientes mesmo com juros em um

patamar elevado. Em maio de 2025, a taxa Selic foi ajustada para 15% ao ano, o maior patamar desde 2006. "Realmente, precisa ser melhor debatido com a sociedade por que o Brasil precisa sustentar taxas de juros, aí sim, mais elevadas comparativamente aos seus pares, para, com muito esforço, conseguir fazer uma convergência maior para a meta", disse o presidente do BC.

Na visão de Galípolo, a resposta para esta questão é "conjuntural e estrutural". O economista destacou que o trabalho do BC é combater a inflação "independentemente da razão", porém apontou aspectos a serem analisados pela sociedade. "Ainda somos uma economia que vê poucos ganhos de produtividade", disse. "Talvez, o tema central para discutir no país seja como conseguir um ambiente mais amigável e convidativo para que o investimento privado possa ocorrer, e que esse investimento privado consiga produzir, de maneira mais sustentável, ganhos de produtividade. É algo que não vai acontecer do dia para a noite", continua Galípolo. Nesse contexto, veio também à tona o debate em torno

da próxima decisão do BC sobre o início do ciclo de cortes da taxa de juros brasileira. Ele voltou a usar a palavra "serenidade", que apareceu na ata da última reunião do Comitê de Política Monetária (Copom), do BC. "O que significa isso? Serenidade significa que o Banco Central está mais para um transatlântico do que para um jet ski. Ele não pode fazer grandes movimentos e mudanças. Ele se move de uma maneira mais cometida e segura", justificou.

Apesar de um corte de juros estar confirmado para a próxima reunião de política monetária, em meados de março, analistas dividem-se sobre a magnitude, apontando uma redução de 0,25 ou 0,5 ponto percentual como as reduções mais prováveis na Selic. A instituição chegou ao ponto em que deve garantir a "calibragem" da política monetária, depois de ter mantido os juros em 15% ao ano de forma prolongada, disse Galípolo. Já houve impacto dos juros altos em setores que dependem mais de crédito, mas o cenário econômico ainda é marcado pela resiliência. Por isso a escolha do termo para explicar o momento atual. **D**



*Saída da Fazenda:
'sem definição sobre o
próximo passo'*

ROVERNA ROSA/AGÊNCIA BRASIL

Nova arquitetura de gastos

Fernando Haddad diz que o governo estuda reorganizar desembolsos de natureza assistencial – o Bolsa Família foi fruto de um movimento parecido no primeiro mandato de Lula

Em ano de corrida eleitoral, o assunto não poderia ser outro em um evento organizado pelo BTG Pactual com a presença do ministro da Fazenda, Fernando Haddad: os gastos públicos. Na ocasião, Haddad disse aos participantes que o Brasil está em condições de buscar uma “nova arquitetura” para suas despesas públicas, com foco especial na reorganização dos gastos de natureza assistencial. Durante o encontro, o ministro sugeriu uma possível fusão de benefícios sociais, visto que alguns se sobrepõem, e destacou que o debate sobre a implementação de um programa de renda básica converge para esse objetivo.

Estudos técnicos sobre o tema da assistência social já estão em andamento, contou Haddad, que deverá deixar a Fazenda em breve, embora a proposta ainda não tenha sido submetida ao presidente Luiz Inácio Lula da Silva,

que segue na fase de elaboração de seu programa de governo para as próximas eleições presidenciais marcadas para outubro. Ao traçar um paralelo com o primeiro mandato de Lula, em 2003, o ministro recordou que a criação do Bolsa Família foi fruto da fusão e reorganização de programas herdados de gestões anteriores, modelo que alcançou prestígio internacional.

O novo desenho, continuou o ministro, poderia resultar em um sistema mais moderno e eficiente, ressaltando que o objetivo não é necessariamente a redução nominal de gastos, mas sim a construção de uma trajetória sustentável viabilizada pelo crescimento econômico. Haddad indicou que a validação desse formato deverá ocorrer durante o debate eleitoral, servindo como base para a gestão que assumirá o país a partir de 2027.

Ainda sobre o cenário fiscal, o ministro reiterou sua confiança no atual arcabouço fiscal, composto por meta de resultado primário, regra de gasto e cláusulas anticíclicas, classificando a estrutura como algo de que não abriria mão. Haddad comentou ainda que a percepção externa sobre a economia brasileira tem sido superior à interna, citando como exemplo a recente emissão de títulos públicos pelo Tesouro Nacional, cujas taxas de remuneração se equipararam às de países com grau de investimento. O governo também estuda reforma estrutural para impedir episódios de fraude, como a que levou à liquidação do banco Master.

Futuro político

Sobre o seu futuro político, após a saída do Ministério da Fazenda, Fernando Haddad informou que mantém diálogo constante com o presidente Lula, mas ressaltou que ainda não há uma definição sobre o caminho a ser trilhado após deixar a Pasta. O ministro destacou que a relação entre ambos é de amadurecimento de cenários, e que as conversas sobre as eleições de 2026 continuam evoluindo. Segundo o titular da Fazenda, não há uma data cravada para sua despedida, uma vez que ele ainda pretende executar demandas presidenciais, incluindo projetos relevantes na área de segurança pública em colaboração com o Ministério da Justiça.

O candidato natural a assumir o posto de Haddad é Dario Durigan, hoje o secretário-executivo da Pasta, braço direito do ministro na construção do arcabouço fiscal e na aprovação da reforma tributária. Além dele, outros dois nomes circularam desde o anúncio oficial feito em dezembro passado. Guilherme Mello, atual secretário de Política Econômica da Pasta, próximo às bases teóricas do Partido dos Trabalhadores (PT), e Rogério Ceron, secretário do Tesouro Nacional – visto como o “guardião da chave do cofre”. Por que a mudança? Pela lei eleitoral, os ministros que disputarem as eleições de 2026 têm até 3 de abril do próximo ano para deixarem o cargo. Haddad pretende sair antes para dar tempo ao próximo ocupante de preparar medidas típicas da equipe econômica comuns ao começo de cada ano. **D**

*Estratégias reúnem
ações em blocos de
rua, camarotes e
sambódromos*



IMAGEM GERADA POR IA

No ritmo da folia

Gigantes de bebidas jogam pesado para alavancar vendas e fortalecer o posicionamento de suas marcas no Carnaval, em uma disputa feroz pulverizada por múltiplos eventos nas principais cidades do país

Érica Polo, Matheus Almeida e Marina Miano

O Carnaval é, tradicionalmente, o momento estrela do verão para as vendas de bebidas – mas 2026 é um ano estratégico. As gigantes que dominam o mercado brasileiro, a Ambev, divisão brasileira da belgo-americana AB Inbev, e a holandesa Heineken têm tropeçado na avenida diante da redução do volume de vendas não só no Brasil, importante para ambas, mas em diferentes mercados mundo afora. Diante da fotografia exposta nesta semana em seus balanços financeiros globais, divulgados pelas duas companhias, o plano escolhido para alavancar as vendas e, mais que tudo, conquistar paladares para os próximos meses diante da transformação recente ocorrida em um dos principais eventos do ano, pode representar muito no próximo resultado.

Em pouco mais de uma década o Carnaval se transformou. As gigantes setoriais têm precisado diversificar o gingado tal e qual as mais competentes rainhas de escolas de samba para se destacarem. É que a briga pela aten-

ção (e sede) do animado folião ganhou muitos contornos: não só a mudança de hábito leva à necessidade de diversificação para desenvolver tipos de cervejas diferentes, como os canais para encontrá-lo ganham cada vez mais volume à medida que a criatividade e a energia do brasileiro vão tomando conta da festa. O número de blocos de rua em capitais como São Paulo e Belo Horizonte, cidades onde o carnaval ganhou vida em anos recentes, passou de dezenas para centenas desde meados de 2012, quando a festa nas ruas era desorganizada. Com a regulamentação em 2013 na capital paulista, só nesta cidade o volume saiu de 90 para 650 blocos – número esperado para este ano.

As duas gigantes, bem como a também brasileira Petrópolis – dona de Itaipava e Cristal –, terceira no pódio de vendas, precisam investir em mapeamento estratégico das principais cidades que concentram a festa de rua e, assim, escolherem seus alvos conforme os interesses em jogo. Não é só isso. Mesmo

reforçando o patrocínio em blocos de Carnaval, as companhias não deixaram de lado as apostas em experiências das cervejas premium nos camarotes Brasil afora, nos espaços dos sambódromos e em ações pontuais nas milhares de festas que acontecem após os desfiles. A fragmentação é um enorme desafio. Em produto, as principais apostas são premium e as alternativas sem álcool devido a mudanças de hábito do público.

Cada um desses movimentos tem um objetivo distinto, ou seja, a escolha não é aleatória. O Carnaval é um dos maiores laboratórios de marketing ao vivo do Brasil, já que os consumidores estão envolvidos por um sentimento de socialização. “É um momento de calor, de consumo coletivo e até impulsivo”, diz Regina de Camargo Barros, especialista em estratégia e inovação professora da Unifesp. As marcas avaliam os prós e contras de cada tipo de ação e se aquele determinado território é o melhor para atingir o público escolhido.

O Carnaval de rua, especificamente, tem como objetivo principal alavancar o volume, avalia. Se por um lado há vantagens nessa estratégia, como o alcance e a associação direta da marca com um momento de alegria e prazer, por outro é uma experiência mais arriscada porque não há total controle. Os problemas de superlotação, segurança ou logística estão quicando por ali – e certamente foi motivo de dor de cabeça para a Skol em São Paulo no domingo 7 de fevereiro, quando o mau planejamento do poder público paulistano gerou problemas para o bloco patrocinado pela marca.

Bem quando, aliás, a Skol voltou a ser patrocinadora oficial do Carnaval de São Paulo depois de seis anos (veja mais no quadro adiante). Mesmo que a patrocinadora não seja o organizador, a marca pode sofrer danos porque junto com a compra de visibilidade vem no pacote a responsabilidade simbólica. “Uma crise



EUGENIO BOULART

Somente na capital paulista serão mais de 600 blocos de rua

não destrói uma marca forte, mas a má gestão da crise destrói”, avalia Regina. A especialista acredita que a “pior coisa” num momento destes para a imagem e a reputação de uma marca é o silêncio nas 72 horas após o fato. A resposta imediata ajuda a controlar a narrativa dos fatos, disse. Às vésperas da divulgação de seu balanço financeiro, a Ambev não se pronunciou sobre o ocorrido.

Há passos posteriores para evitar ranhuras à reputação. Depois de um posicionamento imediato, a recomendação é a de mostrar-se empenhada em ajudar a entender falhas e contribuir com as autoridades responsáveis. Leva tempo para que a companhia mensure possíveis impactos. Dificilmente o que aconteceu trouxe efeitos às vendas diretas. Mas algo assim pode afetar a percepção de eficiência, por exemplo. Para uma marca commodity em cervejas, qualquer perda de percepção de valor pode abrir brecha para o consumidor experimentar uma concorrente.

Outro pilar estratégico é investir em ações específicas, como o patrocínio em camarotes. Neste caso, as marcas buscam um público específico para seus produtos com mais valor agregado e investem em espaços, open bar e convidam influenciadores como parte da estratégia de conquista.

Além das escolhas de quando e onde agir, há uma preocupação maior com concorrentes de menor porte em disputas de nicho. A preferência por ready drinks (bebidas prontas com sabor) em relação às cervejas tem crescido. Ganham espaço o mineiro Xequê Mate, a base de rum, e seus concorrentes, como o Lambe Lambe e o Xá de Cana em lata, para citar poucos exemplos. Neste ano, a Xequê Mate, que concentra 40% de suas vendas no início do ano, lança o Mascate, também com rum.

As ações no carnaval

Os fabricantes usam o Carnaval como palco de disputa para ganhar participação em um mercado gigantesco. É possível medir a sede do brasileiro ao observar a ponta do varejo. Só a venda de cervejas em bares (inclui sem álcool e com baixo teor alcoólico), restaurantes e supermercados alcançou R\$ 340 bilhões

anuais a partir da comercialização de 15 bilhões de litros em 2024, indica a Euro-monitor em seu relatório mais recente. A Ambev tem mais de 60% em um mercado consolidado, que cresce pouco em volume (apenas 1% conforme o último dado), o que entrega um indicador da força do embate entre as gigantes, já que a briga é para ganhar uma fatia do bolo concorrente em um segmento estagnado, seja por questões econômicas ou porque há mudança em hábitos de consumo.

“Está se configurando um ano promissor para a socialização. O Carnaval já está acontecendo, não apenas no Brasil, mas em diversos mercados da América Latina. Já começamos a nos preparar para a Copa do Mundo, a maior edição já realizada, em fusos horários favoráveis para nossos mercados”, disse Carlos Lisboa, CEO da Ambev, em teleconferência de resultados, sobre a busca por retomada de volumes no ano. Escolhas da divisão da AB Inbev em 2026 incluem patrocinar oficialmente o Car-

“O Carnaval é um dos maiores laboratórios de marketing ao vivo do Brasil. Os consumidores estão envolvidos por um sentimento de socialização, faz calor, há consumo coletivo e até impulsivo”

naval de rua no Rio de Janeiro, em São Paulo e em Salvador, na Bahia, por meio da Skol. Além disso, em ano de Copa do Mundo, a gigante planejou ações de marketing da marca Brahma relacionadas ao novo técnico da seleção brasileira de futebol, Carlo Ancelotti, no circuito Barra-Ondina do Carnaval de Salvador, na Marquês de Sapucaí, no Rio, e no camarote da marca em São Paulo.

A cervejaria viu o volume de vendas recuar 3,7% no Brasil (em todos os mercados a queda foi de 3,8%) entre outubro e dezembro de 2025, um período em que o lucro líquido recuou 9,9% na comparação anual. Contudo, no ano, o lucro subiu 7,7%, para R\$ 16 bilhões. Já sua maior rival, a Heineken, marca pre-



Lisboa, da Ambev: Carnaval e Copa do Mundo devem ajudar as vendas

sença por meio da Amstel como patrocinadora oficial do Carnaval de rua em Belo Horizonte, Florianópolis, Olinda e Recife. Em território paulista, o patrocínio da holandesa chega à Liga SP, que gerencia o desfile das escolas de samba, e aos blocos Tarado Ni Você, Pagu, Agora Vai e o Espetacular Charanga do França. Em camarotes, está no Essepê e Samba de SP e patrocina festas privadas em São Paulo, Maranhão, Bahia, Rio e Espírito Santo. “O principal objetivo é a construção da marca em longo prazo. Há foco em construir presença qualificada, sustentável e conectada à cultura local, não apenas ocupação de território, mas pertencimento”, disse Cecilia Bottai, vice-presidente de marketing da Heineken à Dinheiro.

Mesmo reforçando investimentos locais, a Heineken também perdeu volume no Brasil. Na companhia holandesa, o recuo em volume nas Américas foi de 2,8% em 2025 na comparação com o ano anterior. Só entre outubro e dezembro de 2025, a queda foi de 4%. No mundo, o volume recuou 1,2%, mas a receita líquida cresceu 1,6% no ano passado, para 29 bilhões de euros, e o lucro operacional cresceu 4,4%, para 4,3 bilhões de euros.

A perda em volume para essas indústrias tem sido compensada por preços mais elevados. Mesmo com a alta no lucro operacional ajustado, os acionistas da Heineken não ficaram satisfeitos.

Brasil

O retrato levou o CEO global, Dolf van den Brink a renunciar em janeiro após seis anos no cargo. Em teleconferência de resultados, ele disse que a cervejaria está satisfeita com o market share sustentado pelas marcas Heineken, Amstel e Eisenbahn. Mas o mercado desacelerou no segundo semestre e o momento é de cautela em projeções de curto prazo para o Brasil. Ainda assim, a companhia está confiante em relação a 2026. Ele destacou que a fábrica inaugurada em Passos (MG) é importante por sua localização estratégica. Com ela, haverá economia de custos. Mesmo com os escorregões, as cervejarias reforçam as apostas. No que diz respeito ao Carnaval, boa parte das fichas da Heineken foram destinadas ao patrocínio da Águia de Ouro, escola do grupo especial do carnaval de São Paulo, que traz como samba enredo a diversidade e riqueza cultural de Amsterdã, capital holandesa. Tem gringo no samba. **D**



REPRODUÇÃO/INSTAGRAM

Skol e Amstel patrocinam blocos de rua em várias capitais

Confusão na terra da garoa

O pré-Carnaval de rua de São Paulo em 7 e 8 de fevereiro escancarou a contradição entre o sucesso financeiro celebrado pela gestão pública e as dificuldades estruturais enfrentadas por quem coloca os blocos na rua. Sob o comando do prefeito Ricardo Nunes (MDB), a festividade foi alvo de críticas antes mesmo de começar: logo de cara, houve redução de R\$ 12 milhões no orçamento destinado pela prefeitura à estrutura e à organização. Ao todo, o investimento público em 2026 totaliza R\$ 30,2 milhões. A estrutura do carnaval de rua fica nas mãos da SPTuris, empresa municipal de turismo e eventos, desde 2024. Isso inclui providenciar os banheiros químicos, sinalização e a montagem dos circuitos. Neste ano, foliões reclamaram da falta de banheiros, além de superlotação e tumultos.

A parceira oficial do Carnaval paulistano neste ano é a Ambev, dona de aporte de R\$ 29,2 milhões. O contrato garantiu a exclusividade de vendas para suas marcas nos blocos oficiais e marcou o retorno da Skol como protagonista após um hiato de

seis anos. Mas quem estava no bloco patrocinado pela marca, comandado pelo DJ escocês Calvin Harris, no dia 8, viveu tensão. É que a prefeitura autorizou a realização do evento na Rua da Consolação e, em dado momento, houve um encontro com os participantes do tradicional bloco "Acadêmicos do Baixo Augusta", resultando em superlotação e tumulto. Grades de segurança foram derrubadas pela multidão e artistas precisaram interromper as apresentações diversas vezes devido ao empurra-empurra. O problema gerou reação de vereadores críticos à forma como é organizado o carnaval e da deputada federal Erika Hilton (PSOL-SP), que acionou o Ministério Público paulista para investigar o modelo contratual de patrocínio.

A prefeitura acabou por anunciar novas medidas de segurança: agentes municipais passarão a acompanhar os desfiles de dentro dos trios elétricos para monitorar a dinâmica dos blocos e alguns circuitos, como o Parque do Ibirapuera, contarão com mais saídas. Em nota à IstoÉ, a administração municipal reiterou que o

pré-carnaval foi um "sucesso", sem incidentes graves envolvendo os participantes, e que o plano de contingência na Consolação foi acionado corretamente pela Guarda Civil Municipal e Polícia Militar.

Afora a confusão do último domingo, integrantes de blocos de rua se queixam da dificuldade de acesso para receber patrocínio. Rodrigo Guima, um dos fundadores do bloco Tarado Ni Você, destacou que 600 agremiações disputaram um edital de Fomento Cultural a Blocos de Carnaval de Rua que previa R\$ 2,5 milhões — o que entrega R\$ 25 mil para cada um dos cem blocos selecionados. "O trio elétrico do nosso bloco, que arrasta 150 mil pessoas, custa R\$ 60 mil. Esse repasse não custeia nada". Sobre o difícil acesso dos blocos aos patrocínios, Ricardo Nunes afirmou, em coletiva no dia 30 de janeiro, que as agremiações tinham de buscar seu próprio "despertar de empreendedorismo". Apesar das queixas, a administração municipal calcula atrair 16 milhões de foliões em 650 blocos.

O desafio do petróleo

País alcança recorde produtivo em 2025, mas para evitar o natural declínio produtivo em uma década precisa correr contra o tempo em novas fronteiras de exploração – como na Margem Equatorial

Alexandre Inacio

O setor energético brasileiro se consolidou em um novo patamar de relevância global ao encerrar 2025 com um recorde histórico de produção de petróleo. Com isso, o Brasil se consolida em posição estratégica na vitrine dos grandes players mundiais. Há desafios, contudo, no horizonte até a próxima década, relacionados a novos poços – cenário que envolve a Margem Equatorial, ao Norte do país.

Neste momento, dados consolidados pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) indicam que o Brasil fechou o último ano com uma média de produção de pe-

tróleo de 3,7 milhões de barris por dia (bpd). Tal patamar mantém o país entre os dez maiores produtores do planeta, oscilando entre a oitava e a nona posições a depender do resultado de outros países ainda não anunciados.

O desempenho do ano passado sinaliza o que esperar da produção nacional para os próximos anos. Projeções da Empresa de Pesquisa Energética (EPE) e de consultorias internacionais, como a Rystad Energy, indicam que o país vai atingir um pico produtivo no início da década de 2030, superando a marca de cinco milhões de bpd. Caso esse volume se confirme, o Brasil ascenderá ao

posto de um dos cinco maiores produtores de petróleo do mundo, sustentado quase integralmente pela robustez e competitividade técnica das reservas do pré-sal.

“Vamos atingir nosso pico de produção em 2031 ou 2032. Cinco milhões de barris colocaria o Brasil entre os cinco maiores produtores do mundo, se a gente considerar as projeções de hoje, isso muito empurrado pelo pré-sal”, afirma Heloísa Borges, diretora de Estudos de Petróleo, Gás e Biocombustíveis da EPE. Em curtíssimo prazo, o Brasil deve manter a liderança na América Latina. A consultoria Rystad Energy apontou, ademais, em um recente relatório, que o país será o principal motor do crescimento da oferta de óleo fora da Opep+ (grupo ampliado formado por países produtores de petróleo), com produção prevista superior a 4,2 milhões de bpd já no próximo ano.

Esse avanço é impulsionado pela entrada em operação de novas Unidades



Brasil produziu 3,7 milhões de barris por dia em 2025 e se mantém entre os dez maiores produtores

Brasil é considerado o principal destino global de investimentos em unidades offshore



DIVULGAÇÃO

Flutuantes de Produção, Armazenamento e Transferência (FPSOs) de companhias petrolíferas. Recentemente, o sistema produtivo ganhou o reforço de três plataformas da Petrobras nos campos de Búzios e Mero, além do início das atividades da norueguesa Equinor no campo de Bacalhau, na Baía de Santos. A escala e a resiliência desses projetos garantem que o Brasil, ao lado da Guiana e Argentina, dite o futuro energético da região, mantendo-se imune às oscilações de curto prazo e à possível reinserção da Venezuela no mercado internacional, cuja infraestrutura deteriorada exigiria investimentos vultosos e tempo para recuperação.

“Uma reestruturação da indústria petrolífera venezuelana será cara e demorada, com os três grandes da região – Argentina, Guiana e Brasil – permanecendo amplamente indiferentes ao retorno estimado, a curto prazo, do petróleo venezuelano”, disse Radhika Bansal, vice-presidente de Oil & Gas Research da Rystad Energy, no relatório.

Desafio à frente

A estratégia brasileira de expansão em petróleo, contudo, enfrenta o desafio do tempo e da geologia. Para evitar

o declínio natural da curva produtiva após 2035, o Brasil precisa avançar hoje na exploração de novas fronteiras, como a Margem Equatorial, indica a EPE. Embora o potencial da bacia da Foz do Amazonas ainda dependa de licenciamentos e avaliações de comercialidade, estudos indicam volumes recuperáveis que podem somar quase dez bilhões de barris de óleo equivalente.

Mas o ciclo entre a descoberta de um reservatório e o “primeiro óleo” pode levar até dez anos. “A Foz do Amazonas está em uma categoria que chamamos de recurso não descoberto, ou seja, o recurso que ainda está em fase de exploração. Mas fizemos um estudo de volumetria com uma previsão da produção de 100 mil a 150 mil barris por dia”, disse Heloísa, da EPE. Ainda que a produção na Margem Equatorial leve tempo para alcançar um ritmo de produção elevado, sua descoberta é considerada estratégica para garantir a segurança energética do Brasil. Heloísa afirma que o recurso demandado daqui a 15 anos precisa ser descoberto hoje.

A aposta nessas frentes é vista como vital não apenas para a segurança energética nacional, mas também para a manutenção do fluxo de investimentos es-

trangeiros. Atualmente, o Brasil é considerado o principal destino global de unidades offshore (no mar) e o mercado prioritário para gigantes como Shell e Equinor fora de suas sedes. Além da segurança no abastecimento, a ascensão ao “Top 5” global traz dividendos geopolíticos e fiscais. O petróleo tornou-se o item central da pauta de exportações brasileira, fortalecendo a balança comercial e reduzindo a vulnerabilidade a choques externos.

O governo brasileiro argumenta que a renda gerada pelo setor é essencial para financiar a própria transição energética do país. A visão oficial é de que o crescimento da produção de fósseis não é incompatível com as metas climáticas: ao contrário, os recursos do petróleo devem subsidiar o desenvolvimento de tecnologias de baixo carbono e a expansão de biocombustíveis. Heloísa, da EPE, diz que no horizonte de longo prazo, o Brasil projeta um modelo de refino mais modular e integrado, focado em diesel e querosene de aviação, enquanto aposta na liderança dos renováveis para garantir que a matriz energética do país permaneça como uma das mais limpas do mundo, mesmo operando como uma potência petrolífera global. **D**

Preso em Hong Kong

Condenação do fundador do jornal Apple Daily, Jimmy Lai, de 78 anos, é emblemática e acende sinal de alerta sobre o recrudescimento político na Ásia



TYRONE SUI/REUTERS

Caso de Jimmy Lai evidencia independência judicial em xeque na região

Um caso recente envolvendo a independência judicial de Hong Kong é um alerta sobre o recrudescimento geopolítico global – e a transição local para um modelo de governança mais rígido sob a influência de Pequim. O empresário de comunicação Jimmy Lai, de 78 anos, foi sentenciado nesta semana a vinte anos de prisão por um tribunal de Hong Kong, uma região administrativa especial da China. Considerado culpado por conspiração para conluio com forças estrangeiras, o magnata torna-se a figura mais proeminente condenada sob a Lei de Segurança Nacional imposta em 2020 pelo governo chinês.

A sentença assume relevância internacional por representar um marco na erosão das liberdades civis na região semiautônoma chinesa. O caso é visto como um teste para a independência judi-

cial de Hong Kong, território que, ao ser devolvido pelo Reino Unido à China em 1997, recebeu a promessa de manutenção de sua autonomia e direitos individuais até 2047. A condenação de Jimmy Lai simboliza o endurecimento do controle chinês e o desmonte da oposição democrática local.

Fundador do jornal Apple Daily, um representante local da imprensa livre (e fechado por autoridades em 2021), o empresário a condenação de conluio com forças estrangeiras acrescenta a difusão de material subversivo. O fechamento do jornal, após o bloqueio de seus ativos e a detenção de diretoria, marcou uma mudança drástica no ambiente midiático. No Índice Mundial de Liberdade de Imprensa de 2025 da RSF, Hong Kong caiu para a 140ª posição. Trata-se da pena mais pesada já proferida sob essa

legislação. A notícia causou forte reação de governos estrangeiros e grupos de direitos humanos, como a Repórteres Sem Fronteiras (RSF), que pedem a libertação imediata de Lai.

A ministra do exterior do Reino Unido, Yvette Cooper, manifestou-se e disse que, dada a idade e o estado de saúde precário de Lai, a pena é “equivalente a uma sentença de prisão perpétua”. “Continuo profundamente preocupada com a saúde do Sr. Lai e reitero meu apelo às autoridades de Hong Kong para que ponham fim ao seu terrível sofrimento e o libertem por razões humanitárias, para que ele possa se reunir com sua família”, declarou a ministra.

Quem é o empresário

Nascido em Cantão e radicado em Hong Kong desde a infância, Jimmy Lai construiu um império que começou com a rede de roupas Giordano. Nos anos 1990 migrou para a comunicação social com o lançamento da Next Magazine e do Apple Daily, que se tornou o segundo jornal mais lido do território. A publicação desempenhou papel crucial na promoção da agenda pró-democracia, especialmente durante as manifestações antigovernamentais de 2019.

A acusação sustentou que o empresário utilizou sua rede de contatos e o jornal para promover sanções internacionais contra a China, visando o colapso do Partido Comunista Chinês. A defesa, por outro lado, argumentou que os conteúdos publicados faziam parte do debate público e estavam protegidos pela liberdade de expressão.

O processo, que durou 156 dias e não contou com júri, foi conduzido por três juízes designados especificamente para casos de segurança nacional. Dezenas de apoiadores e representantes consulares ocidentais acompanharam a leitura da sentença no Tribunal de West Kowloon. O governo chinês afirmou que o empresário merecia um “castigo severo” por colocar em perigo a segurança nacional. Com a condenação, o ano previsto para a libertação é 2044, quando ele terá 96 anos. **D**

Dinheiro no mundo

As notícias que se destacaram no noticiário internacional

Estados Unidos

Paramount sugere 'taxa de espera' pela Warner

No embate pela compra da Warner Bros. Discovery, ainda sem desfecho, a Paramount melhorou a oferta ao oferecer aos acionistas dinheiro extra por cada trimestre em que o negócio não for fechado após este ano, como uma "taxa de espera" de 25 centavos por ação – total de US\$ 650 milhões a cada período. A companhia concordou, ainda, em cobrir a taxa de rescisão que a empresa deverá à Netflix se desistir da negociação que está em andamento.

Argentina

Disputa por ativos da Raízen

A suíça de energia e commodities, Mercuria Energy Group, fez oferta para adquirir uma refinaria e centenas de postos de gasolina da brasileira Raízen, que está em dificuldades, na Argentina. A transação, ainda em estágio de conversas e sem acordo assinado, poderá ultrapassar US\$ 1 bilhão. Outro interessado nos ativos é a holandesa Vitol Group, mas a negociação está caminhando com a companhia suíça, informou a Reuters.

China

'Canetinhas' versão spray

A Shanghai Shiling Pharmaceutical pretende concluir até 2028 os ensaios clínicos globais de um spray experimental para o controle de peso que utiliza o mesmo ingrediente ativo da caneta injetável para obesidade Wegovy, da dinamarquesa Novo Nordisk. Os dois laboratórios e a americana Eli Lilly têm disputado participação no mercado chinês, um dos três maiores do mundo para produtos farmacêuticos, à medida que as "canetinhas" emagrecedoras ganham popularidade.

Japão

Lucro da Honda despensa 61%

A montadora Honda viu o lucro do terceiro trimestre tombar 61%, resultado impactado pelas tarifas impostas pelos Estados Unidos e por custos de reestruturação relacionados ao seu negócio de veículos elétricos, tornando-se a mais recente montadora a acumular novas perdas neste segmento à medida que a demanda pela tecnologia esfria. O resultado acompanha um alerta global em elétricos, já visto em Ford e Stellantis.

92 mil

credores do banco **Master** ainda não deram início ao processo para pedir reembolso junto ao Fundo Garantidor de Crédito. São pessoas que fizeram investimentos em títulos emitidos pela instituição, que teve a liquidação decretada em novembro passado, e estão com os recursos bloqueados. O número de credores representa 54% do total que ainda não foi ressarcido pelo fundo.



ROVENA ROSA/AGÊNCIA BRASIL

R\$ 23,5 bi

é o volume de **saques** feitos pelo brasileiro na caderneta de **poupança** em **janeiro**. O ano começou com o maior volume de retiradas em onze meses, indica o Banco Central. No mesmo mês de 2025, os saques somavam R\$26 bilhões.

0,33%

foi a **alta** do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (**IPCA**), a inflação oficial do país, em janeiro. O indicador repetiu a variação registrada em dezembro, informou o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Em janeiro de 2025, a inflação subiu 0,16%. Com o resultado, a inflação em doze meses atingiu 4,44%, acima dos 4,26% em doze meses imediatamente anteriores, mas ainda dentro do teto da meta.

45%

deverá ser a **participação** do **Pix** em **compras online** até o final deste ano, projeta a fintech Ebanx. O estudo usou dados da Payments and Commerce Market Intelligence. O meio de pagamentos respondeu por 42% das transações no ano passado, e superou os cartões de crédito por apenas um ponto percentual.



BRUNO PERES/AGÊNCIA BRASIL

1%

de alta no **custo operacional** seria o **impacto** direto da redução da jornada de trabalho proposta no projeto que pleiteia o fim da **escala 6x1**. O cálculo é do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, o Ipea, e considerou indústria e comércio, onde estão mais de treze milhões de trabalhadores.

Fuga de risco

Bitcoin tomba 25% no início de fevereiro e evidencia movimento de investidores avessos a ativos arriscados

Eduardo Vargas

Depois de um ano de 2025 marcado por euforia e recordes históricos, um clima que contou com a colaboração de discursos políticos favoráveis - incluindo o claro apoio setorial do presidente americano Donald Trump -, o bitcoin amarga perda assustadora em um curto período. Entre os dias 10 de outubro do ano passado e 5 de fevereiro último, a cripto perdeu quase metade do valor: saiu de US\$ 121 mil para pouco menos de US\$ 70 mil. Se observado um recorte curtíssimo de tempo, entre 31 de janeiro e o mesmo 5 de fevereiro, o tombo foi de 25%.

O ativo devolveu neste início de 2026 praticamente todo o ganho obtido após a reeleição de Trump, um forte defensor

com narrativa constante sobre tornar o país um hub das criptos. Dados da consultoria Elos Aytá mostram que o retorno mensal do bitcoin, em reais, mostra que o desempenho em apenas cinco dias iniciais de fevereiro já figura entre os episódios mais negativos da série histórica recente. Considerando a parcial deste mês, trata-se do terceiro pior mês já registrado desde janeiro de 2020. O atual desempenho perde apenas para maio de 2021, quando o criptoativo despençou 39,4%, e junho de 2022, quando houve queda de 29,54%.

“É importante destacar que fevereiro ainda não está encerrado: a variação considera exclusivamente o desempenho até o dia 5, enquanto todos os de-

mais meses da análise correspondem a períodos fechados. Ainda assim, a intensidade da queda já coloca o mês entre os piores da história recente do ativo. Foram cinco meses seguidos de queda, um evento raro, embora não inédito”, diz a consultoria.

O movimento reacendeu dúvidas antigas sobre o papel do ativo em ciclos de aperto monetário e expõe fragilidades que vão além do mercado cripto em si. O cenário global tem mostrado investidores mais avessos ao risco. Paralelamente ao movimento em cripto, há, também, uma correção relevante no setor de tecnologia e a uma mudança clara de humor entre investidores institucionais - que há algum tempo tem colocado bitcoin na carteira através dos fundos de índices, ou ETFs, e pesado a mão em compras, algo que não era visto em anos anteriores.

“A queda do bitcoin, nesse contexto, funciona como um termômetro da aversão ao risco global. Em momentos de maior incerteza, investidores tendem a reduzir exposição a ativos mais voláteis e buscar posições mais defensivas, o que afeta diretamente o mercado cripto”, avalia Rony Szuster, Head de Research do Mercado Bitcoin.

Há evidências de venda por parte de investidores de longo prazo, um grupo que costuma atuar de forma mais estratégica e cuja movimentação tem impacto relevante sobre o preço, continua. “Quando esses participantes começam a vender, o efeito tende a ser duplo: há pressão direta sobre as cotações e um efeito psicológico que leva outros investidores a reduzir posições, intensificando o movimento de baixa no curto prazo”, completa.

Os dados de performance atuais evidenciam um comportamento comum para ativos de risco, como o setor de tecnologia, especialmente às ações de software e empresas ligadas à inovação. Em 2026, esse elo foi evidenciado com o panorama visto em Wall Street, o coração financeiro dos Estados Unidos, que atravessa um período de forte ajuste no segmento de software, com investidores reavaliando expectativas de crescimen-



IMAGEM GERADA POR IA

O bitcoin caiu quase pela metade desde outubro, para US\$ 70 mil



to em um mundo cada vez mais influenciado pela inteligência artificial (IA).

Como exemplos, a Amazon caiu cerca de 9% no acumulado deste ano após a empresa anunciar um plano bilionário de investimentos em infraestrutura de inteligência artificial. A Palantir derreteu 19%, assim como a fabricante de chips Qualcomm, que mostrou projeções fracas para os próximos trimestres. Outra queda emblemática foi a da Oracle, que derreteu 30% no ano, com uma das correções mais duras (reflexo das preocupações do mercado com dívida e estratégia de IA).

“Nesse contexto, ações de tecnologia e criptomoedas passam a se comportar de forma semelhante. Não por uma ligação direta entre seus fundamentos, mas porque ambas são tratadas como ativos de risco dentro do portfólio dos investidores. Assim, a queda do bitcoin e das altcoins reflete um ajuste mais amplo de posicionamento, no qual os investidores buscam reduzir volatilidade e exposição a segmentos mais sensíveis ao ciclo macroeconômico”, diz Szuster, do Mercado Bitcoin.

Um dos elementos mais relevantes para explicar a intensidade da queda está no comportamento dos investido-

res institucionais. Após a aprovação dos ETFs de bitcoin à vista nos Estados Unidos, muitos analistas apontaram que o ativo havia entrado em uma nova fase, com maior participação de fundos tradicionais, bancos e gestoras globais.

Esse mesmo canal, porém, virou uma via de saída em 2026. Desde o último trimestre de 2025, os ETFs vêm registrando retiradas expressivas de recursos, em uma sequência quase ininterrupta. Apenas nos primeiros meses do ano, bilhões de dólares deixaram esses fundos, sinalizando que parte do capital institucional está, no mínimo, pisando no freio. “Os ETFs chegaram a ter uma saída de mais de US\$ 400 milhões em um único dia, algo que foi um recorde”, destaca Mychel Mendes, CFO da Tokeniza.

Diferentemente do investidor de varejo, que muitas vezes compra pensando no longo prazo ou por convicção ideológica, fundos institucionais tendem a agir de forma mais pragmática. A leitura predominante no mercado é que esses investidores, mais sensíveis ao ambiente macroeconômico, passaram a questionar se a relação risco-retorno do bitcoin ainda faz sentido em um cenário de juros elevados por mais tempo.

Essas saídas criam um efeito cascata. Quando grandes volumes são vendidos, o preço cai, o que aciona stops, provoca liquidações de posições alavancadas e reforça a percepção de fraqueza. O resultado é um mercado mais raso e vulnerável a movimentos bruscos, como os observados nas últimas semanas.

Empresas com bitcoin em caixa

Outro ponto central da atual correção é o impacto sobre empresas listadas em bolsa que adotaram o bitcoin como parte essencial de sua estratégia financeira. Inspiradas pelo sucesso da Strategy, diversas companhias passaram a usar seus caixas – e até a captar recursos no mercado – para comprar criptomoedas, apostando na valorização de longo prazo.

Com o bitcoin em queda, esse modelo entrou em xeque. As ações dessas empresas passaram a sofrer duplamente: de um lado, pela desvalorização do ativo que carregam no balanço; de outro, pela dificuldade crescente de levantar capital em um mercado mais cauteloso. Casos como o da própria Strategy ilustram bem o problema. A empresa revisou projeções financeiras, reduziu expectativas de lucro e precisou anunciar medidas para preservar liquidez, o que alimentou ainda mais a desconfiança dos investidores.

Mesmo com um presidente defensor do bitcoin e criptos, Michael Saylor, o ambiente regulatório nos Estados Unidos continua longe de ser previsível. A tramitação da chamada Lei Clarity, que pretende estabelecer regras mais claras para o mercado de criptoativos, segue emperrada no Congresso, alimentando frustração entre investidores. A expectativa de avanços rápidos após a eleição de Trump não se concretizou, e isso pesa sobre a confiança. Sem regras bem definidas, grandes instituições ficam mais reticentes em ampliar exposição, enquanto projetos e empresas do setor enfrentam dificuldades para planejar investimentos de longo prazo.

Essa incerteza não é novidade, mas ganha relevância em momentos de queda. Em ciclos de alta, o mercado tende a ignorar riscos regulatórios. Em fases de correção, qualquer sinal de atraso ou indefinição vira mais um argumento para reduzir posições. **D**

Garantia em ouro

Receita com embarques do metal dobra em janeiro, para US\$ 820 milhões, o maior nível para um mês desde 1989

Matheus Almeida

Com a corrida por ativos mais seguros em meio à derrocada do dólar, o ouro ainda segue como uma alternativa não só para bancos centrais mundo afora, mas de investidores privados – mesmo com o tombo recente das cotações. A alta nos embarques registrada neste início de ano está relacionada ao universo investidor. As exportações brasileiras de ouro em janeiro saltaram 103% em comparação ao mesmo mês de 2025, ao ultrapassar a marca de

US\$ 820,3 milhões. Em volume também cresceram, 15%, e os principais destinos foram Canadá, Suíça e Reino Unido.

Ao observar o valor, trata-se do maior nível observado em embarques em um único mês desde o início da série histórica em 1989, superando os US\$ 815 milhões registrados em dezembro de 2025. Os dados são do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC). O recorde mensal foi registrado no mesmo mês em que o

preço internacional do ouro chegou ao maior patamar na história. Em 29 de janeiro, a cotação ultrapassou US\$ 5,6 mil (mais de R\$ 29 mil) por onça (31,1 gramas), em meio à escalada da tensão entre Estados Unidos e Irã.

Logo no dia seguinte, contudo, o preço do metal recuou mais de 9,8%, na maior baixa observada em um único dia desde 1983. Apesar do recente movimento, causado em parte por realização de lucros, os preços do metal ainda estão em um patamar historicamente elevado. É que, só no ano de 2025, o ouro teve a maior valorização anual ao disparar 64%. Por trás do aumento do preço do ouro está o movimento de substituição do dólar como reserva de segurança

O volume exportado em janeiro foi pouco maior do que 15% em comparação ao mesmo mês de 2025





Valor da reserva mantida pelo BC brasileiro dobrou para US\$ 24 bilhões em um ano

SVEN HOPPE/AP

em diversas partes do mundo. “A alta acumulada nos últimos anos tem sido sustentada pela troca de títulos do Tesouro americano por ouro nos balanços de bancos centrais, movimento que continua em curso e ainda sinaliza continuidade”, explica o economista Gustavo Cruz, estrategista-chefe da RB Investimentos. Para se ter ideia do que isso significa para o caixa de um país, por exemplo, o valor das reservas internacionais do metal mantidas pelo Banco Central brasileiro passou de US\$ 11,7 bilhões em ouro em janeiro de 2025 para US\$ 23,9 bilhões em dezembro.

Nas palavras do economista Fabio Ongaro, vice-presidente de finanças da Câmara Italiana do Comércio de São Paulo (Italcam) e CEO da Energy Group, o ouro “sobe porque o sistema financeiro global se tornou excessivamente concentrado em um único eixo, o dólar, e começa, lentamente, a buscar saídas. Não por pânico imediato, mas por cálculo estratégico”. Apesar das quedas registradas desde a máxima histórica, Cruz acredita que ainda há fundamentos para novas altas na cotação do ouro em médio prazo.

O valor de ouro exportado foi também beneficiado por um crescimento de 15% no volume embarcado em janeiro de 2026 se comparado ao mesmo mês do ano passado. Foram 6,8 toneladas, contra 5,9 toneladas registradas um ano antes. A quantia ainda está bastante distante, contudo, do recorde de volume de exportações de ouro em um único mês, registrado em setembro de 2001, quando o Brasil enviou 248 toneladas do metal ao exterior. O CEO e sócio-fundador da MA7 Negócios, André Matos, explica que a redução no volume embarcado está relacionada a uma produtividade menor. Nas décadas de 2000 e 2010, o país expandia suas atividades de mineração, com a exploração de novos depósitos de ouro. “Nas últimas décadas, as políticas ambientais mais rigorosas e as limitações operacionais em algumas das minas mais produtivas contribuíram para a diminuição do volume de ouro extraído”, diz André Matos.

“A mudança no perfil das exportações também reflete um foco maior na qualidade do produto, com um mercado cada vez mais demandante por ouro refinado”, continua. **D**

Crise de confiança

A valorização de metais, ouro e prata, tem sido sustentada por uma combinação de fatores, incluindo a demanda por segurança por parte de investidores em meio às compras robustas por bancos centrais. A China, por exemplo, completou em dezembro último o décimo quarto mês consecutivo de aquisições de ouro, somando-se a fluxos recordes de entrada em fundos negociados em bolsa (os ETFs).

O gatilho mais recente para um ‘plus’ de alta, antes da forte correção para baixo dos últimos dias, foi uma crise de confiança na administração e nos ativos dos Estados Unidos, geradas pelas decisões erráticas do governo de Donald Trump relacionadas à Groenlândia, fator que levou a embate com autoridades europeias, e à política de imigração. Trump, por fim, recuou abruptamente das ameaças de impor tarifas a aliados europeus como forma de pressão para a aquisição da Groenlândia, gerando instabilidade nas relações diplomáticas.

Impulso à Serra Verde

Governo americano concede financiamento de US\$ 565 milhões à mineradora brasileira de terras raras que opera em Goiás, com direito à fatia acionária

A mineradora brasileira Serra Verde, com atividade em Goiás, anunciou a obtenção de um financiamento de US\$ 565 milhões (R\$ 2,9 bilhões) da Corporação Financeira dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional (DFC). Única produtora em larga escala de terras raras fora da Ásia, a companhia informou que o empréstimo dá direito, ao governo dos Estados Unidos, de adquirir uma participação acionária minoritária no negócio. As terras raras são elementos utilizados como matéria-

-prima em indústrias bélica, automotiva e de tecnologia.

Desde o ano passado, os americanos estão em uma corrida mundo afora para reduzir a dependência chinesa, o maior fornecedor do mundo desse tipo de minerais. O acordo com a Serra Verde faz parte de um amplo pacote anunciado há poucos dias pelo vice-presidente dos Estados Unidos, J.D. Vance, para criar um bloco comercial preferencial para minerais críticos e definir preços mínimos, à medida que Washington intensi-

fica os esforços para diminuir o controle da China sobre materiais essenciais para a manufatura avançada.

A Serra Verde atua em Minaçu, no Brasil, e é controlada pelos grupos de private equity Denham Capital, Energy and Minerals Group e Vision Blue, liderado pelo ex-diretor da Xstrata, Mick Davis. "O anúncio representa um forte reconhecimento da importância estratégica preeminente da Serra Verde no cenário global. O compromisso de grande porte da DFC, de quase US\$ 600 milhões, assegura um futuro promissor para diversas empresas que dependem de nossas terras raras", disse Thras Moraitis, CEO da Serra Verde.

O financiamento confirma a posição de liderança estratégica da compa-



Mineradora opera em Minaçu e é controlada por grupos de private equity internacionais



*Governo americano
busca parceiros
setoriais para reduzir
dependência da China*

CRITICAL
MINERALS
MINISTERIAL
20 USA 26



JONATHAN ERNST/REUTERS

nhia nesse mercado com um portfólio de produtos com elevada concentração de terras raras pesadas. A mina da Serra Verde, de capital fechado, é rica em terras raras pesadas, ao contrário de muitos outros depósitos ocidentais. O produto apresenta elevada concentração de disprósio e térbio – dois minerais críticos – além de outros elementos de terras raras fundamentais para componentes de alta tecnologia utilizados nos setores automotivo, médico, de energias renováveis, eletrônicos, robótica, defesa e aeroespacial, informa a empresa.

Com a transição energética, a procura por esses minerais vai crescer. O disprósio, por exemplo, é componente essencial para a fabricação de ímãs que estão entre os mais poderosos do mundo, por suas propriedades magnéticas únicas (e que permitem a produção de tecnologias potentes vitais para a transição energética), empregados em motores de carros elétricos, geradores de turbinas eólicas e sistemas de mísseis e aviões de caça – para citar alguns usos, explicou Fernando Gomes Landgraf, professor do Departamento de Engenharia Metalúrgica e de Materiais da Escola Politécnica (Poli) da USP, à IstoÉ. A Serra Verde iniciou a produção comercial em 2024, e ainda não atingiu a produção total, que deve ser de cerca de 6,5 mil toneladas de óxidos de terras raras por ano até 2027. **D**

Trégua?

As terras raras ganharam espaço no debate global nos últimos meses de 2025, em meio a conflitos geopolíticos, por sua importância para as indústrias bélica e tecnológica. Preocuparam os Estados Unidos e outros países, cujos governos passaram a vociferar contra a China quando esta decidiu controlar o volume de minerais exportados e elevar as taxas de compra. No mundo, só a China tem a tecnologia para extrair esses elementos, além de ser a maior reserva no planeta. Atrás da China, só o Brasil tem tamanho estoque (contudo, não dominamos a tecnologia para a extração). Mesmo que o assunto aparentemente tenha se resolvido no curto prazo, com a trégua comercial negociada pelos mandatários de Estados Unidos, Donald Trump, e China, Xi Jinping, os países importadores dos minerais sabem que terão de reduzir a dependência chinesa.

O presidente americano correu para fechar acordos comerciais para garantir a obtenção desses minerais junto

aos governos da Austrália e do Japão no final do ano passado. Já havia celebrado outro em moldes similares com a Ucrânia, em abril. Em meio ao imbróglgio, o Brasil, que já vinha trabalhando na atualização de sua política para o setor mineral de olho em atender às demandas de transição energética, resolveu lançar o setor à mesa de negociações junto aos Estados Unidos. A questão é se o país tem (ou terá) condições num futuro próximo para ser um protagonista no debate global relacionado à cadeia de produção de matérias-primas tão específicas. O Brasil é a segunda maior reserva de terras raras do mundo, atrás apenas da China, com 21 milhões de toneladas – ou 23% das reservas globais – distribuídas por cinco estados-chave, onde estão localizadas as principais jazidas, em Minas Gerais, Goiás, Amazonas, Bahia e Sergipe. Os chineses detêm 90% do mercado global de processamento de minerais raros.

Dor de cabeça na Ultrafarma

Ministério Público paulista denuncia o empresário Sidney de Oliveira, proprietário do grupo varejista, à Justiça por corrupção ativa no âmbito da Operação Ícaro

Mais um passo foi dado em operação deflagrada por autoridades no segundo semestre de 2025, desta vez um desdobramento da Operação Ícaro, que investiga corrupção fiscal. O Ministério Público de São Paulo (MP-SP) denunciou à Justiça, por corrupção ativa, o empresário Sidney de Oliveira, proprietário do grupo Ultrafarma. A acusação aponta que, entre os anos de 2021 e 2025, o empresário teria subornado e repassado propinas milionárias a auditores fiscais da Secretaria de Estado da Fazenda. Na ocasião do início da operação, Oliveira chegou a ser preso preventivamente, bem como o diretor da Fast Shop, Mário Otávio Gomes. Há outros investigados além do dono da varejista.

Entre eles está o ex-editor fiscal Artur Gomes da Silva Neto, exonerado pela Secretaria da Fazenda paulista à época, acusado de corrupção passiva e apontado como o mentor de um esquema que teria arrecadado ao menos R\$ 1 bilhão em vantagens indevidas. A reportagem procurou a Ultrafarma e a defesa do empresário, que não haviam se manifestado sobre o teor da denúncia até o fechamento do texto, disse o Estadão. O grupo operava em favor de gigantes do varejo, garantindo o ressarcimento de créditos de ICMS-ST em prazos curtíssimos. O ICMS-ST é o regime em que o imposto é recolhido antecipadamente por um único contribuinte da cadeia. A Ultrafarma recebeu ressarcimento indevido de R\$ 327,1 milhões. A peça acusatória é assinada pelos promotores João Ricupero, Roberto Bodini, Murilo Perez e Igor Bedone, integrantes do Gedec, braço do Ministério Público voltado ao combate de delitos tributá-

rios e contra a ordem econômica. De acordo com o texto da denúncia, a Ultrafarma, por sua natureza de comércio de medicamentos, possui o direito legal de se ressarcir de créditos de ICMS pagos como contribuinte substituto. Isso ocorre quando a empresa adquire mercadorias pagando o imposto sobre um valor presumido, mas acaba vendendo o produto ao consumidor final por um preço inferior.

Entretanto, os promotores ressaltam que o rito para o Fisco deferir tal restituição é extremamente complexo e moroso, podendo levar anos e exigir documentação exaustiva. No esquema investigado, o dinheiro era liberado de

forma célere mediante o pagamento de propina. O Ministério Público sustenta que a vantagem obtida pela Ultrafarma ia além da rapidez no fluxo de caixa. Artur Gomes, exonerado após o início da Operação Ícaro, e seu colega Alberto Toshio Murakami — auditor aposentado e atualmente foragido — são acusados de inflar os valores a serem ressarcidos à companhia. A denúncia detalha que os créditos obtidos de forma fraudulenta tornavam-se ativos financeiros, que a empresa podia inclusive comercializar com terceiros. Os promotores afirmam que os agentes públicos e comparsas eram remunerados pelo empresário com “vultosas” quantias pagas em espécie, consolidando o que o MP-SP classifica como um grave crime contra a administração pública e o erário estadual.

O segundo semestre do ano passado foi marcado por outras operações conduzidas por autoridades, a exemplo da Carbono Oculto, que também ocorreu em agosto, Compliance Zero e Poço de Lobato. A primeira focou em fraudes e lavagem de dinheiro relacionando agentes do mercado financeiro (como a Reag Investimentos) ao crime organizado. Já a Compliance Zero levou à tona os problemas do banco Master e, por fim, a Poço de Lobato evidenciou a dívida de R\$ 26 bilhões da refinaria Refit junto ao Fisco. **D**

Fraude fiscal: Oliveira, da Ultrafarma, chegou a ser preso em agosto de 2025



REPRODUÇÃO INSTAGRAM



PILAR OLIVARES/REUTERS

Alguns fornecedores de pequeno porte no Norte e Nordeste viram preços das encomendas reduzidos em até 30%

O escorregão da Shein

Com preços baixos e prazos curtos de entrega para os fornecedores têxteis, estratégia de plataforma chinesa no Brasil é remodelada

Há três anos, a varejista chinesa Shein anunciava um investimento chamativo no Brasil: US\$ 150 milhões em um plano de negócios que visava parcerias com dois mil fabricantes locais, e criaria, até 2026, cem mil empregos no setor têxtil. Apenas um ano depois disso, em 2024, a produção local teve de ganhar celeridade, já que o governo federal criou a “taxa das blusinhas”, de 20% – afetando os envios internacionais da companhia, já que pôs fim a isenção de impostos para compras até US\$ 50 em sites internacionais.

Chegado o prazo final da primeira meta, a realidade do plano da chinesa está distante do planejado inicialmente – e parece patinar. Os prazos muito apertados para os fabricantes no Brasil (além dos preços mais baixos pagos pela Shein em comparação aos praticados pelo varejo do país), além dos grandes desafios de logística evidenciam dificuldades da plataforma em avançar por aqui.

Dois executivos familiarizados com a estratégia da Shein no Brasil, e pediram para não ser identificados à reportagem feita pela Reuters, afirmaram

que a produção local ficou aquém das metas originais da empresa. Eles não forneceram números, contudo, seis proprietários de fábricas disseram à mesma agência de notícias que encerraram suas parcerias depois que a companhia exigiu cortes acentuados de preços e prazos mais apertados que consideraram impossíveis de cumprir.

“Uma coisa é trabalhar no Brasil, outra é trabalhar na China. O Brasil tem regramento e normas muito diferentes”, disse Fernando Pimentel, diretor-superintendente da Associação Brasileira da

Foi preciso tempo para as operações amadurecerem no Brasil, e a companhia está renovando a lista de parceiros



JORGE SILVA/REUTERS

Indústria Têxtil e de Confeção (Abit), que representa mais de 25 mil empresas em todo o Brasil. Quatro, dos seis ex-fornecedores ouvidos, operam em pequenas cidades focadas na indústria têxtil. “Tínhamos expectativas altas”, disse José Medeiros de Araújo, proprietário da Zaja, uma fábrica de confecções em Cerro Corá, cidade do Rio Grande do Norte com pouco mais de 11 mil habitantes – um dos que viveu os problemas já citados.

Depois de produzir um pedido inicial para a Shein em meados de 2023, o empresário disse que a varejista repentinamente exigiu prazos de entrega mais rápidos, reduziu seu número total de pedidos e exigiu cortes de preços de até 30%. Em um caso, foi solicitado que ele reduzisse o preço de atacado de uma saia de R\$ 50 para R\$ 38, e de uma jaqueta de R\$ 65 para R\$ 45. “O plano era crescer”, disse Araújo. “Mas, para nós, aqui no Nordeste, era inviável”. A experiência de Januncio Nóbrega de Azevedo, proprietário da Nobre Confeções. A fornecedora de 59 funcionários fazia

parte de um consórcio de confecções no Nordeste, e atendeu pedidos da plataforma no segundo semestre de 2023. Azevedo conta que, para chegar ao preço que eles queriam, a companhia teria de trabalhar com um outro tipo de tecido. Por fim, depois de cumprir alguns requisitos e produzir para a Shein por seis meses, ele ficou com excesso de material o qual teve de vender no mercado local.

“Preço baixo e prazo curto só funcionam em cadeias maduras, previsíveis e capitalizadas. No Brasil, muitas pequenas e médias empresas operam com margens apertadas e pouquíssima gordura financeira para absorver riscos”, avalia Marcos Freitas, CEO da consultoria Seja AP e especialista em evolução empresarial. “Quando o grande player ignora isso, ele não torna o fornecedor mais eficiente, ele simplesmente torna a operação insustentável. Velocidade sem base não gera competitividade; gera colapso nessas empresas”.

Mas há outros relatos. Marco Brito, proprietário da GB Confeções, no

Espírito Santo, segue produzindo para a plataforma chinesa e elogiou a agilidade no pagamento da plataforma, que paga em trinta dias ao invés dos 90 dias de outras companhias do setor. “Eles são muito menos burocráticos, é fácil trabalhar com a Shein”, opina. Em resposta à reportagem da agência, a companhia chinesa admitiu que a entrada no mercado brasileiro não foi como o esperado.

A produção no Brasil exigiu tempo para amadurecer, segundo a companhia, e logo diferenças na infraestrutura empresarial e industrial se tornaram aparentes. Em consequência, o progresso tem sido mais lento e desafiador para a plataforma. O resultado foi uma mudança de estratégia. Agora a empresa está adotando uma abordagem mais seletiva para redesenhar suas parcerias com “fábricas mais capazes”. A Shein não informou quantos fornecedores locais têm atualmente. Contudo, a plataforma informou que seu marketplace online no Brasil apoia mais de 45 mil empreendedores e vendedores locais. **D**



Mudança estratégica ocorre em momento de fragilidade para a companhia

Mudança radical

Pouco tempo depois de renovar mandatos de principais executivos, AgroGalaxy anuncia reformulação na cúpula administrativa e no conselho

Em um movimento para tentar es-tancar a crise financeira e operacional que atravessa, a AgroGalaxy anunciou a reformulação em sua cúpula administrativa. Apenas cinco meses após ter reeleito sua diretoria por unanimidade, a companhia destituiu o então CEO, Eron Martins, o CFO (diretor financeiro), Luiz Conrado Sundfeld, e o presidente do conselho de administração, Sebastian Marcos Popik. A nova

estrutura, comunicada via fato relevante à Comissão de Valores Mobiliários (CVM), entrou em vigor já no início de fevereiro com a missão de conferir agilidade e eficiência à gestão diante dos desafios do cenário do agronegócio brasileiro em 2026.

O comando da empresa passa agora às mãos de Luiz Gabriel Piovezani Silva, que ocupava a vice-presidência de suprimentos desde outubro. Ele assume

como diretor-presidente e acumulará, interinamente, as funções de diretor financeiro e de relações com investidores. Com a mudança, a diretoria estatutária foi enxugada de quatro para apenas dois executivos: além de Luiz Gabriel, permanece Marcos de Carvalho Ramos como diretor administrativo, enquanto a diretora jurídica, Marina Godoy da Cunha Alves, também deixou o cargo. O conselho de administração seguiu o

REPRODUÇÃO/FACEBOOK

O campo em 2026

O ano passado foi um recorde produtivo para o campo no Brasil. Mas em 2026 o cenário será um pouco diferente. No âmbito da agricultura, o crescimento neste ciclo deve ficar restrito a poucas culturas, como batata-inglesa, café, mandioca, soja e uva. A soja, a protagonista do agronegócio brasileiro, deve apresentar um faturamento bruto 6,7% superior, atingindo R\$ 351,2 bilhões. Já o milho, segundo no ranking das commodities agrícolas, deve registrar um recuo anual de 9,3%, com Valor Bruto de Produção (faturamento da porteira para dentro) estimado em R\$ 150,7 bilhões. Enquanto isso, o trigo deve sofrer queda ainda mais acentuada de 18,1%, totalizando R\$ 8,5 bilhões.

O café surge com uma projeção positiva de R\$ 118 bilhões em faturamento bruto, alta de 3% em comparação a 2025. Contudo, outras cadeias relevantes enfrentam perdas de receita: cana-de-açúcar deve recuar 6,4%, para R\$ 109 bilhões; e a laranja projeta uma queda severa de 38%, recuando para R\$ 15 bilhões. O algodão também sinaliza baixa de 18%, com R\$ 29 bilhões, enquanto o VBP do cacau deve encolher 33%, fixando-se em R\$ 8 bilhões. Já o arroz e o feijão devem registrar diminuições de 30,6% e 8,8% no faturamento bruto do produtor, nessa ordem, com receitas projetadas em R\$ 14 bilhões e R\$ 11 bilhões, respectivamente. Na pecuária o maior impulso virá da cadeia de bovinos, que mantém a liderança do setor com um aumento estimado de 4,5% e faturamento projetado em R\$ 221 bilhões.



Comando passa às mãos do vp de suprimentos, Piovezani Silva

REPRODUÇÃO/LINKEDIN

mesmo ritmo de redução, encolhendo de cinco para três membros.

Para presidir o colegiado, a companhia buscou Ruy Flaks Schneider, que é engenheiro pela PUC-Rio com mestrado pela Stanford. Ele é figura conhecida no mercado por ter conduzido a desestatização da Eletrobras e por sua passagem pelo conselho da Petrobras. Atualmente, ele integra os conselhos da Kepler Weber e da Norte Energia. Ao seu lado, permanecem os conselheiros independentes Luiz Carlos Passetti e Luiz Arthur Cury e Silva. O novo time executivo combina o conhecimento técnico de Piovezani, agrônomo pela Universidade Estadual de Maringá com MBA pela USP/Esalq, com a expertise em turnaround management (gestão de recuperação) de Marcos Ramos.

A mudança estratégica ocorre em um cenário de fragilidade extrema. Há menos de dois meses, a AgroGalaxy suspendeu as operações da Sementes Campeã, sua subsidiária que já se encontra em recuperação judicial, justificando a decisão pelas “perspectivas desafiadoras” do mercado para o decorrer de 2026. A instabilidade já havia dado sinais em meados de janeiro, quando três conselheiros renunciaram aos cargos. Foi uma transformação rápida, vis-

to que, ao final de 2025, o conselho havia renovado o mandato de Eron Martins e Luiz Conrado sob o pretexto de dar previsibilidade ao plano de reestruturação, aprovando inclusive a emissão de R\$ 213,3 milhões em debêntures para quitar dívidas com fornecedores.

O plano de recuperação judicial da AgroGalaxy, homologado em 30 de maio de 2025, é robusto: prevê o reperfilamento de R\$ 4,6 bilhões em dívidas, com prazos de carência de até três anos e pagamentos que se estendem por 16 anos. Para sobreviver, a empresa já reduziu drasticamente sua capilaridade, passando de uma rede de 170 lojas para apenas 63 unidades operacionais.

Os números do terceiro trimestre de 2025 refletem o tamanho do desafio: a receita líquida despencou 65,7%, fixando-se em R\$ 417,9 milhões, com um prejuízo líquido ajustado de R\$ 611,8 milhões. Apesar de as despesas operacionais terem caído 69% e o Ebitda (lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização, na sigla em inglês) ajustado ter mostrado uma melhora de 89,1%, o indicador permanece negativo em R\$ 134,4 milhões, evidenciando que a busca por disciplina financeira e adequação ao cenário de restrição de crédito no campo ainda é uma corrida de fôlego. **D**

Negócio deve otimizar atuação da JBS na cadeia produtiva de aves



DIVULGAÇÃO

Fome de ovo

Seara, da JBS, compra unidades de produção de ovos e de abate de aves da paulista Céu Azul – gigante de proteínas já forma joint venture com a Mantiqueira

Alexandre Inacio

A Seara, braço de produção de aves e suínos da JBS, acaba de comprar uma granja de matrizes que atua na produção de ovos e terminação de aves destinadas ao abate da paulista Céu Azul. Ambas as unidades da com-

panhia adquirida estão instaladas em São Paulo, nos municípios de Ipirá e Guapiaçu. Atualmente, as duas unidades já operam como fornecedoras de ovos e frangos para a Seara. Na prática, a operação não vai representar um

aumento da capacidade produtiva da JBS, mas sim, a aquisição e a gestão dos ativos, que permitem à companhia expandir sua presença em outros elos da cadeia de produção.

Procurada, a JBS confirmou a aquisição. A transação foi submetida à aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), segundo a companhia. A relação entre as duas empresas é antiga. Há doze anos, a gigante de proteínas desembolsou R\$ 246 milhões em duas unidades de abate, duas fábricas de ração e três incubatórios da Céu Azul. À época, o negócio agregou à capacidade de abate da Seara 330 mil aves por dia.

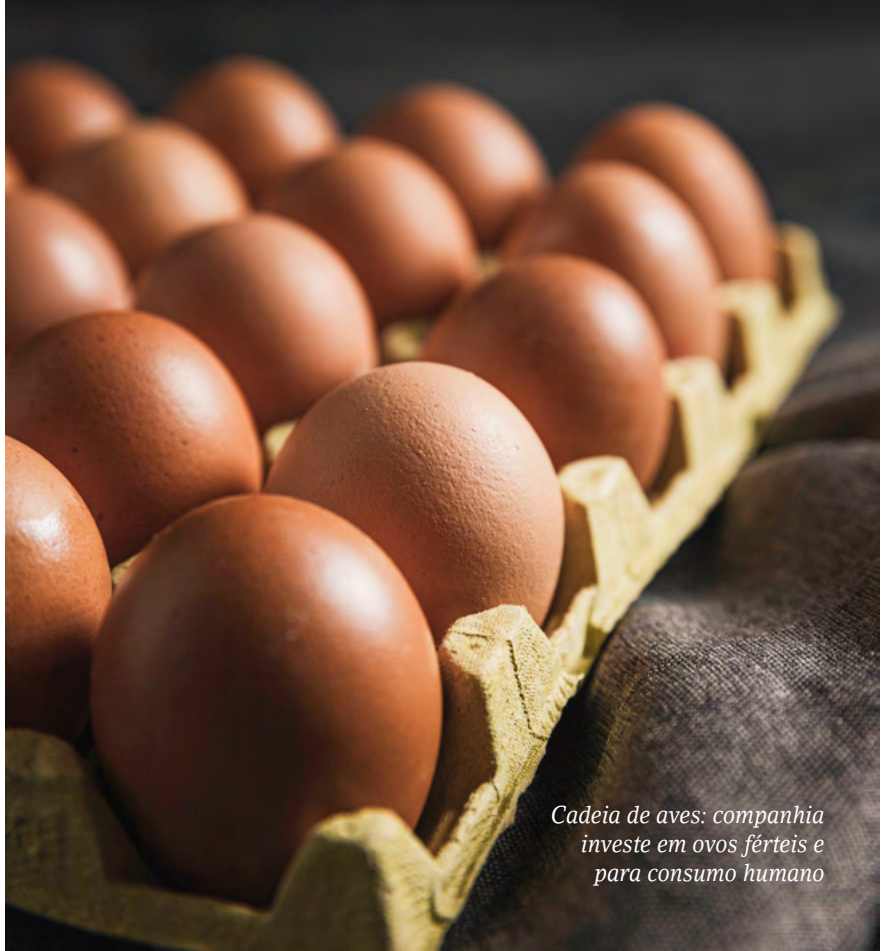
O novo negócio deve otimizar a atuação da JBS na cadeia produtiva de frango de corte por meio do maior con-

trole sobre a qualidade e os custos do ovo fértil. Para a Céu Azul, os dois ativos deixaram de ser estratégicos e o valor que receberá tende a melhorar a estrutura financeira da empresa. A granja de Ipiгуá, apesar de ser propriedade da Céu Azul, estava arrendada para a Granja Econômica desde 2020. Ali, eram produzidos ovos férteis adquiridos pela Seara para produção de pintinhos, posteriormente engordados para se transformarem em frangos.

A fase final da engorda dos pintinhos era feita na granja de Guapiaçu, sob gestão e controle da Céu Azul. As aves ali produzidas eram também destinadas para abate em frigoríficos da Seara, por meio de um contrato de fornecimento fechado em 2015. Historicamente, a JBS centrou esforços na produção e processamento de aves e suínos por meio da Seara.

O avanço na cadeia produtiva de aves ganhou novos tons desde o início do ano passado, quando a JBS comprou 50% do controle da Mantiqueira em janeiro do ano passado, um dos maiores grupos produtores de ovos (neste caso para consumo humano) da América do Sul, com uma oferta de quatro bilhões de ovos por ano. O negócio com a Mantiqueira permitiu à JBS conhecer mais do mercado de ovos. Com unidades em seis estados do Brasil e três mil funcionários, a Mantiqueira é dona da marca Happy Eggs e da Fazenda da Toca, líder no segmento de ovos orgânicos. Houve um passo posterior, com movimento de expansão no mercado norte-americano, em novembro de 2025, quando a joint venture formada pela Mantiqueira e JBS (a Mantiqueira USA) anunciou a compra da Hickman's Egg Ranch – uma das vinte maiores companhias do setor nos Estados Unidos. O movimento reforça a presença dos brasileiros, donos de marcas como Happy Eggs e Fazenda da Toca, à lista dos maiores produtores globais do setor.

A aquisição foi considerada um “marco significativo” da expansão da companhia e em sua estratégia de longo prazo para consolidar uma presença escalável no mercado norte-americano de ovos, já que a Hickman's é uma das principais produtoras das regiões montanhosas na costa oeste dos Estados Unidos. **D**



Cadeia de aves: companhia investe em ovos férteis e para consumo humano

FREEMICK

O consumo no Brasil

Quando se fala em consumo de ovos (são os inférteis) por humanos houve uma mudança do perfil em anos recentes, um fator que levou à expansão do negócio de ovos. As pessoas passaram a comprar mais esse tipo de alimento, o que levou à diversificação de produto, com a venda de produtos orgânicos e variações – como os ovos de galinhas criadas livremente. É que os consumidores estão cada vez mais conscientes, exigentes e conectados a valores relacionados à saúde, sustentabilidade e bem-estar animal.

Nessa onda, só em 2025 a compra de ovos no Brasil rondou volume recorde, com média consumida por pessoa aproximada a 300 unidades, com alta de 7% em comparação ao ano passado. Uma estimativa da Allied Market Research, do ano passado, apontou que o setor pode movimentar US\$ 10 bilhões até 2030 só no segmento de orgânicos. Na queda de braço pelo consumidor no

Brasil há outros players além da Mantiqueira, como a Granja Faria (de Ricardo Faria, conhecido como o ‘Rei do Ovo’), da Global Eggs, e a Naturovos, o destaque em exportações. O ponto central para a diferenciação entre os tipos ovos é a alimentação dos animais. Na criação que gera o ovo orgânico, as aves são alimentadas com ração à base de matérias-primas orgânicas e o espaçamento de piquete – um tipo de cercado na criação de aves, que é maior quando comparado com o modelo de criação caipira. As galinhas são criadas mais soltas. A classificação é definida também por normas técnicas, a partir de legislação e instruções normativas do Ministério da Agricultura e Pecuária (Mapa), e exige certificação. Já os ovos caipiras, também chamados de coloniais, são produzidos em um sistema em que as aves são de linhagens rústicas, com acesso a ambiente externo e liberdade de movimento e dieta que inclui ração.

Aspiradores de poluição

Brasileira Agrottools quer emplacar plataforma onde produtores vão alugar áreas que deixarão intactas a empresas que precisam compensar emissões de gás carbônico



DIVULGAÇÃO/AGROTOOLS/SILVIA ZAMBONI

Sergio Rocha, CEO da Agrottools: lançamento em momento estratégico setorial

A brasileira Agrottools, especializada em tecnologia de dados para o agronegócio, está prestes a concluir o desenvolvimento de uma plataforma voltada ao pagamento por serviços ambientais com escala global que, se der certo, promete trazer benefícios significativos ao meio ambiente. Por um lado, o sistema vai permitir que produtores rurais recebam pagamentos de arrendamento (ou seja, aluguel) em contrapartida a manter parte da vegetação nativa intacta em suas propriedades.

Por outro lado, o fluxo financeiro, ou seja, o pagamento a esses produtores, virá de empresas e governos que possuem obrigatoriedade de neutralizar suas pegadas de carbono, conectando-os dire-

tamente aos produtores localizados em um dos maiores sumidouros de carbono do planeta. Em suma: os produtores vão receber por não cultivarem nada naquelas terras, deixando a vegetação intacta, dinheiro que será pago por empresas poluentes que precisam compensar o gás carbônico que emitem (via de regra, precisam compensar por lei). Simplificando, seria pagar ao produtor para que a floresta ali preservada absorva o carbono emitido por outros agentes.

O avanço do projeto da Agrottools foi viabilizado após a empresa garantir um empréstimo subsidiado do governo federal por meio do programa Eco Invest, conforme revelou Bernardo Pires, gerente de projetos e relações gover-

namentais da empresa, em entrevista à agência Reuters. Um levantamento da companhia evidencia que o Brasil possui 280 milhões de hectares de vegetação nativa preservados dentro de fazendas privadas. Desse total, cerca de 70 milhões de hectares poderiam ser legalmente desmatados e, dentro dessa fatia, 30 milhões de hectares apresentam alta aptidão agrícola, com condições ideais de solo, clima e logística para a produção.

A aposta da companhia é que os agricultores optem pela renda garantida do arrendamento ambiental em vez de converter biomas sensíveis, como a Amazônia e o Cerrado, para o plantio de culturas ou criação de gado. A estratégia visa evitar riscos de crédito e climáticos para o produtor e, simultaneamente, reduzir as emissões de gases de efeito estufa. Bernardo Pires pontua que a remuneração por serviços ambientais atende a um desejo histórico da categoria.

O lançamento dessa ferramenta acontece em um momento estratégico para o setor. A pressão pela abertura de novas áreas cresceu no país após tradings que comercializam grãos abandonaram um pacto de conservação da Amazônia para preservar incentivos fiscais no Mato Grosso. Mas o cenário de preços baixos das commodities, somado ao custo elevado de insumos e empréstimos no Brasil, pode tornar a alternativa de renda ambiental atrativa neste momento. Contudo, o país é um dos maiores fornecedores de alimentos do mundo, e produtores de soja e de carne bovina acabam olhando para o seu negócio em longo prazo, sobretudo se consideradas as estimativas de demanda por alimentos no globo, em alta, se considerado o crescimento da população mundial.

A soja e a pecuária seguem como vetores centrais do desmatamento no país, que é um dos principais fornecedores globais para mercados como a China, os Estados Unidos e a Europa. Mas a estimativa da Agrottools é que a plataforma, ainda assim, possa atrair US\$ 15 bilhões em investimentos em um período de cinco anos, preservando uma área equivalente a sete vezes o tamanho da Holanda. O cálculo considera pagamentos anuais de arrendamento na ordem de US\$ 100 por hectare de vegetação preservada. **D**



Mais de 50 países africanos baniram a venda de pele dos animais numa tentativa de evitar a extinção da espécie

SOS para os jumentos brasileiros

População de animais, dizimada em menos de três décadas, tem matéria-prima retirada da pele destinada a medicamentos chineses. Pesquisadores do Paraná encontram solução, mas buscam US\$ 2 milhões para teste em escala

Bruno Pavan

A medicina tradicional chinesa está dizimando a população de jumentos no Brasil. É que o colágeno desses animais tem importância medicinal para os chineses, e sua exploração está entre os principais redutores da população desses animais no país. A atividade, ademais, envolve crueldade com os animais e falta de regulamentação. O chamado “eijao” é um produto extraído da pele do jumento que pode ser usado para diversos medicamentos na China – um mercado que pode chegar a US\$ 1,9 bilhão. No entanto, a desregulação nos abates mundo afora já ligou o

alerta relacionado à falta de animais para essa própria indústria.

Pensando nisso, pesquisadores da Universidade Federal do Paraná (UFPR), a pedido do Ministério do Meio Ambiente, começaram a pesquisar um modo de conseguir produzir o colágeno de jumento de forma sintética, sem que seja necessário o abate dos animais. “A exploração atual da população de jumentos é um beco sem saída, fundamentalmente porque não se baseia em uma cadeia produtiva organizada, mas sim no extrativismo predatório. Ao todo, 55 países africanos baniram recen-

temente a venda de pele de jumentos numa tentativa de evitar a extinção da espécie”, disse a pesquisadora Carla Molento, PhD pela Universidade McGill, no Canadá, e coordenadora do Laboratório de Zootecnia Celular da UFPR.

A atitude dos países africanos pressiona outros mercados, como o brasileiro. Mas como por aqui isso ainda não aconteceu, a lógica permanece a mesma: sem produção organizada, o recurso é finito. Mas para que serve a matéria-prima? A medicina tradicional chinesa utiliza não só o que é extraído da pele dos jumentos, mas outras partes de



População dizimada

O Brasil tem cerca de 78 mil jumentos, indicam estimativas da Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e a plataforma Agrostat, considerados dados mais recentes de 2025. De origem africana, o animal está presente nas Américas, Europa, Ásia e Oriente Médio. A Etiópia é o país com a maior população no mundo, com mais de dez milhões de animais. A mesma pesquisa da Universidade Federal do Paraná mostra que a população de jumentos no Brasil despencou 94% entre 1996 e 2024.

Brasil tem cerca de 78 mil jumentos, população 94% menor que na década de 1990

REPRODUÇÃO

animais, como chifres e pedras na vesícula de bois, para a confecção de remédios usados em tratamentos de saúde. O “eijao”, dos jumentos, tradicionalmente é usado em tratamentos para nutrir o sangue, melhorar a pele e a fertilidade.

Encomendada pelo Ministério do Meio Ambiente brasileiro e fomentada pela Fundação Araucária, agência de fomento à pesquisa do estado do Paraná, a pesquisa que acontece por aqui quer utilizar a biotecnologia para produzir o colágeno de jumento sem a necessidade de abater o animal. A pesquisadora explica que o processo é parecido com a fabricação de cerveja ou de um pão, onde o DNA do jumento será inserido em uma levedura que vai se multiplicar. Após isso, os especialistas vão separar uma parte desse material genético para a elaboração do colágeno sintético.

“Todo organismo produz proteínas baseadas em seu código genético. Então, nós isolamos a parte específica do DNA do jumento que codifica o colágeno. Ao final do ciclo, em vez de processar a pele do jumento, nós separamos o colágeno diretamente da massa de levedura. O resultado é uma molécula idêntica à produzida pelas células do animal, mas obtida de forma muito mais pura e sem a necessidade de abater o jumento”, detalha Carla.

A ideia é que essa matéria-prima possa ser comercializada para empresas processarem esse material e venderem para a China. Carla Molento afirma que, para além da preocupação com o bem-estar do jumento, já que dessa forma não precisaria ser sacrificado, há ganhos práticos na escala desse processo via laboratório, já que a cadeia seria

muito mais rápida do que ela é hoje e, o produto, mais puro. “Do ponto de vista produtivo, é muito mais eficiente investir em fermentação de precisão do que em fazendas de jumentos. Em um galpão, com alguns biorreatores, é possível produzir uma quantidade muito maior de proteína, com menos insumos e sem o abate”, explica.

Mas para a produção ganhar escala fora do laboratório da universidade, tornando-se viável para a grande indústria, os pesquisadores estão buscando um financiamento de US\$ 2 milhões. “Hoje trabalhamos com pequenas quantidades, em um ambiente de laboratório da universidade. Para aplicação industrial, precisamos de financiamento a fim de instalar biorreatores maiores e testar a produção em escala piloto”, destaca. **D**

TOYOTA

*Koji Sato (esq.)
deixa o posto de
CEO para o atual
diretor financeiro,
Kenta Kon*



YUICHI YAMAZAKI/AFP

Preparada para a briga

Toyota troca o comando global para tomar decisões mais ágeis e defender o primeiro lugar em vendas no globo, disputado por Volks, Hyundai e BYD – a chinesa que escala o ranking

A japonesa Toyota ainda lidera o ranking mundial de vendas de automóveis – e neste começo de 2026 deixou claro que não quer correr nenhum tipo de risco de perder espaço. Mesmo com revisão recente para cima de lucro e vendas, referentes ao ano fiscal que se encerra em março, a montadora anunciou, há poucos dias, a troca do comando global. O grupo justificou a substituição de Koji Sato (que deixa o cargo de CEO após três anos) pelo atual diretor financeiro, Kenta Kon, devido ao objetivo de acelerar a tomada de decisões estratégicas.

Kon assume o principal cargo da Toyota no mundo em 1º de abril. Foi o próprio comunicado oficial da montadora que indicou a necessidade de dar agilidade à gestão para responder às rápidas transformações no ambiente interno e externo do setor automotivo, onde a briga fica cada vez mais acirrada no que diz respeito ao desenvolvimento de novas tecnologias. Acompanhando a troca de liderança anunciada, a Toyota revisou para cima suas projeções para o ano fiscal que se encerra em março. A empresa agora prevê um lucro líquido de 3,57 trilhões de ienes – o equivalen-

te a US\$ 22,8 bilhões ou R\$ 120 bilhões. Embora o valor represente uma queda anual de 25,1% em comparação aos doze meses imediatamente anteriores, o número supera uma estimativa feita antes de 2,93 trilhões de ienes em lucro. As vendas também foram revisadas para cima, com expectativa de alta de 4% na comparação anual, em 50 trilhões de ienes.

O desempenho ocorre em um cenário de forte pressão comercial, onde a briga acontece entre titãs dessa indústria. Depois da fabricante japonesa, estão a alemã Volkswagen e, posteriormente, as também gigantes Hyundai



Fruto de ciclo de aportes de R\$ 11,5 bilhões, SUV Yaris Cross é fabricado no Brasil

DIVULGAÇÃO

(Coreia do Sul), a americana Ford e a chinesa BYD (que vem escalando o ranking com vendas de elétricos mundo afora). A fabricante japonesa destacou que conseguiu reduzir a dimensão da queda nos lucros por meio de cortes de custos e esforços agressivos de marketing, combatendo o impacto negativo das tarifas implementadas pelos Estados Unidos neste ano fiscal.

No entanto, o balanço do trimestre entre setembro e dezembro ainda refletiu o peso das taxas alfandegárias de Washington, que elevaram os gastos e provocaram retração nos lucros líquido e operacional, a despeito do avanço no faturamento. No plano global, a Toyota consolidou sua posição de liderança ao registrar, em janeiro, um novo recorde de vendas em 2025. O resultado garantiu a manutenção do título de maior fabricante de automóveis do mundo, ampliando a vantagem sobre a rival direta Volkswagen. Esse crescimento global compensou a estagnação no mercado chinês, onde a montadora enfrenta a concorrência acirrada de empresas locais, com destaque para a BYD, líder no

segmento de veículos elétricos. Nos Estados Unidos, mercado vital para os japoneses, as vendas subiram 8%. O avanço foi registrado mesmo sob a vigência de uma tarifa de 25% sobre as exportações de carros japoneses, aplicada pela Casa Branca entre abril e meados de setembro — período após o qual entrou em vigor um novo teto tarifário de 15%.

E no Brasil...

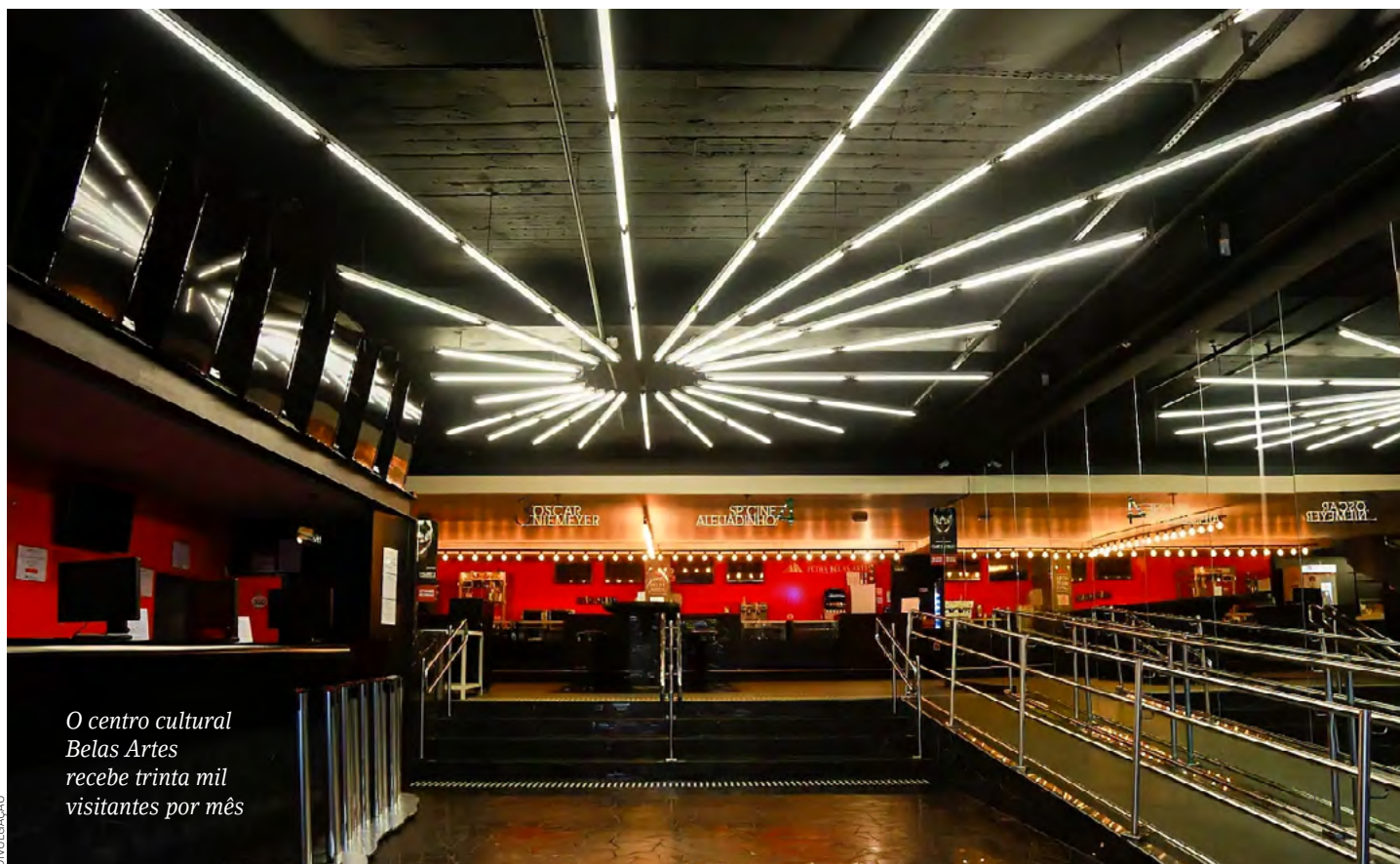
Paralelamente, no mercado brasileiro, a montadora japonesa finalmente está fabricando o seu SUV compacto Yaris Cross em Sorocaba, no interior paulista, veículo que era esperado para o final do ano passado. É o primeiro representante da marca japonesa nesse segmento, e sai da mesma planta que o irmão maior, Corolla Cross. Ele é fruto do ciclo de investimentos de R\$ 11,5 bilhões até 2030, anunciado em 2024 pela Toyota.

Já oferecido nas concessionárias, o Yaris Cross conta com cinco versões: XR de R\$ 150 mil, XRE por R\$ 161,4 mil, XRX por R\$ 179 mil, XRE Hybrid por R\$ 172,4 mil e XRX Hybrid por R\$ 190 mil. As três primeiras usam motor de aspi-

ração natural, enquanto as outras duas oferecem tecnologia híbrida plena. Em comum, todas têm o projeto desenvolvido para países emergentes, em especial asiáticos, como Tailândia, Indonésia, Singapura, Vietnã e afins. Compacto, ele ronda o porte de um VW T-Cross: tem 4,30 metros de comprimento, 1,77 metros de largura, 1,65 metros de altura e, entre-eixos, está na casa dos 2,62 metros. Entre os detalhes, o porta-malas das versões convencionais é 400 litros (contra 390 litros das híbridas).

O veículo demorou a sair do forno devido a um revés sofrido pela montadora no país. No segundo semestre do ano passado, uma tempestade com ventos de 90 quilômetros por hora arrancou o teto da unidade de Porto Feliz, também paulista, e que é estratégica para a operação da companhia não só no Brasil mas na América Latina, já que dali saem os propulsores para atender o mercado local. A montadora trabalha no sistema 'lean factory', ou seja, só produz o que é pedido e não trabalha com estoque desses equipamentos. **D**

Com reportagem de Lucca Mendonça



O centro cultural Belas Artes recebe trinta mil visitantes por mês

DIVULGAÇÃO

Um novo parceiro

Depois de encerrar um contrato de patrocínio com a gestora Reag, liquidada pelo Banco Central em janeiro, o Cine Belas Artes abriu campanha em busca de apoiador

O Cine Belas Artes, cinema de rua mais tradicional da cidade de São Paulo e um dos principais pontos de encontro de cinéfilos e artistas da capital paulista, segue em busca por um novo patrocinador de longo prazo após sua ruptura com a Reag Investimentos, empresa liquidada pelo Banco Central em janeiro deste ano. A gestão do Belas Artes Grupo recentemente detalhou a abertura da campanha para empresas interessadas em patrocinar o cinema e suas atividades culturais. Há expectativa de firmar um contrato que dure cinco anos.

Ademais, a intenção é fechar negócio com possibilidade de renovação, que garanta a manutenção do espaço

do cinema, a realização de suas atividades artísticas e a preservação de um patrimônio cultural que já atravessou seis décadas de história. Em entrevista recente, o presidente do grupo, André Sturm, disse que a saída da Reag não encerra o apoio à cultura – ao contrário: trata-se de um momento para reforçar a importância das parcerias entre marcas e iniciativas culturais.

“O apoio da Reag foi fundamental e somos gratos por esse período de colaboração. Nossos caminhos divergiram e a intenção agora é iniciar uma nova fase: reafirmando sempre que as marcas podem impulsionar a cultura de maneira ativa – com um olho na preservação do patrimônio e o outro na construção

de um futuro mais rico, vibrante e criativo. Isso é demonstrar compromisso com o desenvolvimento da sociedade e com a ampliação do acesso à arte e à cultura”, disse.

Com cerca de trinta mil visitantes por mês e uma programação que vai de mostras clássicas a festivais temáticos, o Cine Belas Artes é mais do que uma sala de cinema: é um centro cultural, palco de encontros, debates, festivais e experiências que atravessam as linguagens artísticas.

A Reag Investimentos, gestora de recursos e fundos de investimento de capital brasileiro, viveu trajetória marcada por problemas desde agosto do ano passado, quando foi alvo da Operação Carbono Oculto deflagrada por Polícia

e Receita Federal, além do Ministério Público paulista. A ação que mirou supostas práticas de lavagem de dinheiro e ocultação de recursos ligados ao Primeiro Comando da Capital (PCC) – uma das maiores facções criminosas do Brasil – no setor de combustíveis e no sistema financeiro formal.

Documentos oficiais das investigações apontaram que cerca de quarenta fundos de investimento, com patrimônio estimado em dezenas de bilhões de reais, estavam sob apuração por possíveis irregularidades que incluíam movimentação de dinheiro de origem ilícita.

Ao longo de agosto e setembro de 2025, a Polícia Federal cumpriu mandados de busca e apreensão nas sedes da Reag e de outras instituições financeiras localizadas em São Paulo, incluindo escritórios na Avenida Faria Lima, endereço de muitos grandes gestores de recursos do país. O episódio repercutiu também no mercado de capitais: as ações da Reag listadas na B3 sofreram quedas significativas em volume e preço após a deflagração da operação.

Os desdobramentos tiveram desfecho de encerramento da atividade em 15 de janeiro último, quando o Banco Central

DIVULGAÇÃO

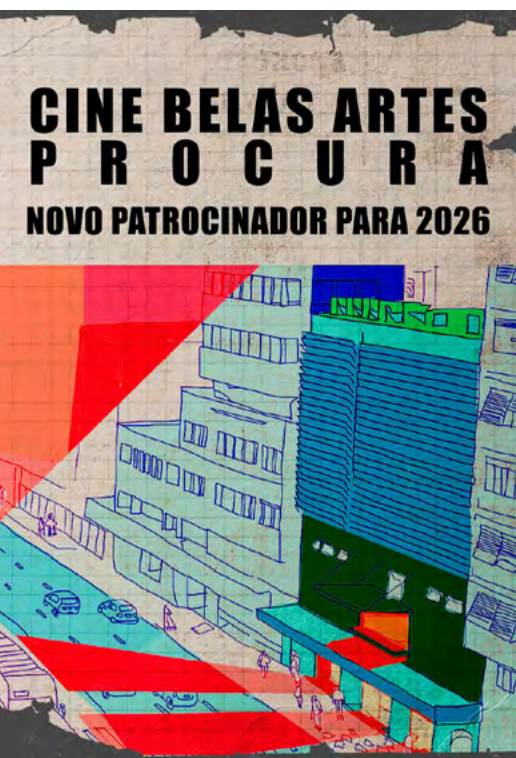


Mais que cinema, sala é palco para debates e festivais artísticos

Belas Artes sexagenário

Desde a inauguração, em julho de 1967, o espaço tem sido referência de curadoria cuidadosa, de cinemas clássicos a produções independentes, e um ponto de encontro de intelectualidade, debates e experiências artísticas diversas. Sua programação inclui encontros como o Noitão (maratona de filmes noturnos), sessões com sonorização ao vivo, mostras internacionais e espaços de atividades educacionais gratuitas. Esses elementos transformaram o cinema em um pilar da vida cultural paulistana.

REPRODUÇÃO INSTAGRAM



**CINE BELAS ARTES
P R O C U R A
NOVO PATROCINADOR PARA 2026**

A expectativa dos gestores do Belas Artes é fechar um contrato com novo apoiador, que possa durar cinco anos

decretou a liquidação extrajudicial da Reag Investimentos, então formalmente registrada como CBSF Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários. A medida – tomada com base em graves violações às normas que regem as atividades das instituições do Sistema Financeiro Nacional – encerrou as operações da gestora, obrigando os fundos que estavam sob sua administração a buscar novos gestores e deixando um rastro de incerteza sobre o futuro da empresa.

Efeito reputacional em contratos

O episódio que envolveu a Reag acabou repercutindo em contratos que a companhia detinha com empresas, clubes esportivos e outras entidades, que acabaram por sentir os efeitos reputacionais do caso. Apesar de a gestora, em vários momentos, negar envolvimento direto em atividades ilícitas e afirmar que colaborou integralmente com as autoridades, a sequência de eventos – desde buscas da PF até a liquidação pelo Banco Central – acabou fragilizando sua imagem perante possíveis parceiros e investidores. É nesse contexto que a parceria com o Belas Artes foi encerrada por um acordo entre as partes. **D**

Em clima de folia

Bianca Andrade, dona da marca Boca Rosa de cosméticos, assina sua primeira collab e lança coleção com a Adidas

A empresária e criadora de conteúdo Bianca Andrade, conhecida como Boca Rosa, fechou sua primeira collab com uma marca. A parceria é com a Adidas e já vem preparada para a temporada de folia e blocos pelas ruas. A nova coleção é a Adidas Originals Carnaval x Boca Rosa, composta por roupas e acessórios e o modelo de tênis Superstar em rosa.

Desenvolvida em cocriação entre a marca e a empresária, a linha materializa a parceria que vem sendo construída desde 2024. As peças foram criadas tendo o rosa e o prata como cores centrais, combinado a tons de brilhos, elementos que refletem a identidade visual de Adidas e o momento atual de Boca Rosa, dizem os parceiros. Já à venda no site da Adidas e em algumas lojas, a coleção traz top, shorts, body, pochetes e buckets, além dos tênis.

Para completar, Boca Rosa apresenta ainda o novo Lip Star metalizado, que possui acabamento de alto brilho, textura leve e um mix de ingredientes que, segundo a empresária, ajudam na nutrição, proteção e hidratação dos lábios. Em edição limitada, o produto vem na cor Super Rosa, em tom metalizado. Acompanha ainda chaveiro especial para carregar em todos os blocos.

“Essa parceria é a junção perfeita dos territórios que mais amo: moda e beleza. O tênis e o lip gloss entram como extensões do styling, trazendo brilho, atitude e personalidade. A collab foi pensada para dialogar com a energia do Carnaval, um espaço de liberdade, expressão e presença. O resultado é uma coleção vibrante, ousada e plural”, declarou Bianca.

A Adidas destaca a criação de um Superstar em rosa, com detalhes em prata, fazendo referência à marca Boca Rosa. No solado e na lateral do tênis estão mini-bocas, marca registrada da empresária. A collab resultou em um modelo com atitude. Na visão da marca,

o produto atrai consumidores que são fãs do Carnaval e o enxergam como espaço de liberdade, encontro e expressão de identidade.

Para a Jessica Silva, gerente sênior de lifestyle da Adidas Brasil, a parceria representa a união entre o estilo da marca e a energia criativa e vibrante de Bianca Andrade. “Estamos falando de comunidade, expressão e celebração: valores que fazem parte tanto da festa brasileira quanto do DNA da Adidas Originals”, comentou.

Vale lembrar que, para as empresas, uma collab – abreviação de collaborations, ou uma parceria – funciona como uma ferramenta estratégica de crescimento que vai além da simples venda de produtos. Elas servem para resolver desafios de mercado que, isoladamente, exigiriam muito mais tempo e capital. Contribui para a conquista de um público que uma marca ainda não domina, por exemplo, ampliando sua atuação em determinado mercado. É uma estratégia que já é utilizada desde a década passada, contudo, ganha cada vez mais tração sobretudo entre 2018 e 2021 pelo retorno que traz a companhias.

Exemplos de collab tradicionalmente lembrados são o da C&A, quando, na primeira metade da década passada, fechou parceria estratégica com a estilista britânica Stella McCartney e a brasileira de moda de praia Água de Coco, para citar alguns exemplos, com o fim de atrair públicos com quem conversava menos à época. Em 2020, as Havaianas e a Netflix desenvolveram coleções temáticas de séries como Stranger Things e La casa de Papel, exemplo que ilustra como uma marca aposta em lifestyle e entretenimento para impulsionar o consumo. Já em 2021, em um outro campo, O Boticário e Bubbalo tiveram sucesso com uma linha de produtos com o cheiro da goma de mascar. **D**



“Essa parceria é a junção perfeita dos territórios que mais amo: moda e beleza”, disse a empresária

Ronaldinho Fenômeno, "estupro" das contas e dólar

O novo investimento do jogador aposentado Ronaldo Nazário, as críticas do ministro Fernando Haddad ao governo Bolsonaro e mais um recorde na bolsa e câmbio foram destaques nas redes

Ex-jogador Ronaldo vira sócio de clube de luxo com praia artificial e ondas des surfe

O jogador de futebol aposentado Ronaldo Nazário, o "Ronaldo Fenômeno", ingressou como sócio de um clube de alto padrão atualmente em construção em Alphaville, na Grande São Paulo. O empreendimento contará com praia artificial e piscina com ondas para prática de surfe. A piscina contará com uma tecnologia capaz de oferecer diferentes níveis de ondas para diversas práticas esportivas, com até 2,1 metros de altura que quebram após 22 segundos.



Houve uma espécie de "estupro" das contas públicas no governo Bolsonaro, diz Haddad

Em tom eleitoral, o ministro da Fazenda voltou a criticar a gestão do ex-presidente Jair Bolsonaro e disse que houve "um estupro" das contas públicas, afirmando que "o que aconteceu de 2022 para 2023 é uma espécie de estupro das contas públicas" e criticando a narrativa da oposição de ter entregue em 2022 um superávit primário, citando a aprovação da PEC dos Precatórios. Segundo o ministro, o antigo governo vendeu a narrativa de contas públicas em ordem, mas, diante do fracasso eleitoral iminente, aprovou medidas prejudiciais à economia.



Ibovespa fecha acima dos 186 mil pela 1ª vez e dólar cai a R\$ 5,18

O Ibovespa fechou em alta nesta segunda-feira, 9, terminando acima dos 186 mil pontos pela primeira vez em movimento puxado pelas blue chips Itaú Unibanco, Vale e Petrobras, e endossado por Wall Street. Já o dólar à vista fechou o dia com queda de 0,59%, aos R\$5,1886, o menor valor de fechamento desde 28 de maio de 2024 (R\$ 5,1539), em mais uma sessão de forte fluxo de investimentos para países emergentes como o Brasil.



Como um tratamento de feridas pouco conhecido levou uma médica a empreender

A partir da oxigenoterapia hiperbárica, um tratamento que surgiu na medicina do mergulho, a médica Bianca Oliveira construiu um negócio de saúde com várias unidades que ajuda a transformar o tratamento de feridas no Brasil.



Desinformação no trabalho: apenas 1 em cada 11 grávidas conhece seus direitos

Estudo financiado pela Fapesp mostra que 54,3% das entrevistadas que trabalharam durante a gravidez sofreram ao menos uma violação trabalhista no período de pré e pós parto. Direitos como condições adequadas para aleitamento materno e dispensa para consultas ainda não são amplamente difundidos.

www.istoedinheiro.com.br

TikTok: tiktok.com/@revistaistoe

Instagram: instagram.com/istoe_dinheiro/

LinkedIn: linkedin.com/company/istoe-dinheiro/

YouTube: youtube.com/@istoe_dinheiro

X: x.com/istoe_dinheiro

Facebook: facebook.com/istoedinheiro

Palavra por palavra



"Eu queria tranquilizar a todos, o Senado criou um importante grupo de trabalho para a gente poder aprimorar todas as salvaguardas"

Geraldo Alckmin, vice-presidente do Brasil, sobre o processo de aprovação do acordo entre Mercosul e União Europeia no Congresso Nacional

CADU GOMES/UPR

"Ou chegamos a um acordo, ou teremos que fazer algo muito duro como da última vez"

Donald Trump, presidente dos Estados Unidos, sobre o endurecimento do conflito com o Irã



JONATHAN ERNST/REUTERS

"O acesso a tarifas mais baixas não pode ser incondicional: deve ser conquistado por meio de compromissos, com os princípios fundamentais do comércio livre e justo"

Ngozi Okonjo-Iweala, diretora-geral da Organização Mundial do Comércio (OMC)



MAXIMILIAN SCHWARZ/REUTERS

"O lado positivo dos problemas europeus é que a Europa poderia realmente resolvê-los sozinha, se quisesse"

Christian Bruch, presidente-executivo da Siemens Energy, à Reuters



PT NA CÁMARA/FLICKR

"Dado o tamanho da incerteza em projeções, a atitude do Copom foi ser mais conservador em esperar 45 dias para que a gente possa iniciar esse ciclo com maior confiança"

Gabriel Galípolo, presidente do Banco Central, sobre corte de juros

DENIS BALIBOUSE/REUTERS



Paixão sobre rodas.



MOTOR SHOW

www.motorshow.com.br

