

Capital S/A

ROBERTO FONSECA (INTERINO)
robertovfonseca@gmail.com

“Não há nada que o governo possa lhe dar que não tenha tirado de você”
Winston Churchill (1874-1965), ex-primeiro ministro britânico

VENDAS DO VAREJO POR SEGMENTO

Acumulado em 12 meses

	Jul-24	Jul-25	
Móveis e eletrodomésticos	10,5%	10,4%	Desaceleração
Atacado de alimentação e bebidas	7,1%	8,2%	Aceleração
Têxteis, vestuário e calçados	5,8%	7,2%	Aceleração
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-2,1%	7,0%	Aceleração
Artigos farmacêuticos e médicos	5,7%	5,3%	Desaceleração
Hipermercados e supermercados	4,2%	4,2%	Desaceleração
Livros, jornais, revistas e papelaria	-6,0%	3,1%	Aceleração
Combustíveis e lubrificantes	-10,2%	2,4%	Aceleração
Material de construção	-5,8%	2,2%	Aceleração
Veículos, motocicletas, partes e peças	22,0%	-2,0%	Desaceleração
Materiais para escritório	13,7%	-31,6%	Desaceleração

Comércio do DF perde fôlego

Apesar de seguir acima da média nacional, o comércio do Distrito Federal dá sinais claros de desaceleração. No varejo ampliado, o crescimento acumulado em 12 meses caiu de 7,7% em dezembro de 2024 para 3,1%, em julho de 2025. No varejo restrito, o DF cresceu 4,5%, ainda à frente da média do país. Segmentos como móveis e eletrodomésticos continuam sustentando altas robustas (+10,4%), mas outros, como veículos (-2,0%) e materiais de escritório (-31,6%), puxaram o ritmo para baixo. Os dados fazem parte do Panorama do Comércio do Distrito Federal, estudo da Câmara de Dirigentes

Lojistas (CDL-DF). Apesar do cenário, o presidente da entidade, Eduardo Rodrigues, segue confiante e projeta um segundo semestre com mais otimismo para o comércio local. “Sabemos de todos os desafios que estamos enfrentando, porém, o segundo semestre tradicionalmente traz um fôlego maior, impulsionado por datas importantes como o dia das crianças, a Black Friday e o Natal. Precisamos transformar essa expectativa em realidade, e para isso, é fundamental que os consumidores do Distrito Federal valorizem e prestigiem o comércio local, comprando do pequeno empreendedor”, afirma.

Crédito: avanço tímido

O saldo de crédito no DF cresce desde 2019, mas em ritmo bem inferior ao nacional. Para pessoas físicas, a alta foi de 29% (contra 56,6% no Brasil) entre julho de 2019 e de 2025. Para empresas, apenas 10% (contra 29,7%).

Inadimplência resiste

A inadimplência no crédito de pessoas físicas subiu de 2,9% para 3,9% dos contratos em seis anos. O número de negativados cresceu 9,8% em agosto de 2025 em comparação com o mesmo mês do ano passado. O setor bancário concentra 68,4% das dívidas. Valor médio por negativado é de R\$ 5.984.

Emprego em alta

De janeiro a julho deste ano, o DF abriu 31,4 mil vagas formais, com destaque para serviços (27,3 mil) e comércio (2,1 mil).

Inflação mais moderada

O IPCA em Brasília subiu 4,9% em 12 meses até agosto, abaixo dos 5,6% de maio. Alimentos (7,5%) e vestuário (6,3%) foram os maiores vilões.

Minervino Júnior/CB/D.A.Press



Mulheres cientistas

A Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC) lança a chamada da 7ª edição do Prêmio Carolina Bori “Ciência & Mulher”. Dedicada à categoria “Mulheres Cientistas”, a premiação busca reconhecer as pesquisadoras brasileiras de instituições nacionais que tenham prestado relevantes contribuições à Ciência e ao desenvolvimento tecnológico do país. Ao todo, serão três vencedoras, de cada uma das três grandes áreas do conhecimento: humanidades; biológicas e ciências da saúde; e engenharias, exatas e ciências da Terra. As indicações para a premiação poderão ser feitas pelas sociedades científicas afiliadas à SBPC até 7 de novembro. Cada vencedora receberá um prêmio de R\$ 25 mil.

Avaliação de próteses

O Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia, o Inmetro, abriu consulta pública sobre os implantes mamários. A ideia é atualizar os requisitos de avaliação das próteses. O Inmetro atua na supervisão do uso da marca de conformidade no âmbito do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade (SBAC), enquanto a Anvisa define os requisitos técnicos. A consolidação não implica em nova certificação imediata, mas contribui para a eficiência regulatória e para a manutenção da segurança e qualidade dos produtos disponíveis no mercado nacional.



Telmo Ximenes/Divulgação

Novas lojas no DF Plaza

O DF Plaza Shopping chegou a oito anos de atuação em Águas Claras. Para marcar o novo ciclo, o mall confirmou a chegada de novas operações que reforçam a diversidade do mix de empreendimentos. Entre elas estão Havaianas, Usaflex, Milon e o restaurante Simprão. Segundo o superintendente Reynaldo Abreu, o aniversário do shopping é um momento de celebração, mas também de

olhar para o futuro. “O DF Plaza nasceu com o propósito de ser um espaço de convivência e praticidade para os moradores de Águas Claras e cidades vizinhas. Ao completar oito anos, seguimos firmes nesse compromisso, trazendo novas operações e experiências que atendem aos desejos e necessidades do nosso público. É uma trajetória construída com muito trabalho e parceria com a comunidade, e nosso objetivo é continuar crescendo ao lado dela”, disse.

» ENTREVISTA | BETE MARIN | ESPECIALISTA EM MARKETING E GERONTOLOGIA



Assista o PodEnvelhecer na íntegra

No Brasil, o mercado 50+ movimentou R\$ 1,8 trilhão por ano, com possibilidades de negócios diversos. Produtos e serviços para os empreendimentos imobiliários são aposta no Distrito Federal

Ed Alves CB/DA Press



A especialista Bete Marin conversou com as jornalistas Carmen Souza e Sibelegromonte

O poder da economia prateada

» CARMEN SOUZA
» SIBELE NEGROMONTE

O mercado 50+ movimentou no Brasil algo em torno de R\$ 1,8 trilhão por ano, e boa parte das empresas ainda não se preparou para atender a esse público. O alerta é da especialista em

marketing e gerontologia Bete Marin. Em conversa com as jornalistas Carmen Souza e Sibelegromonte, Bete indica áreas promissoras para empreender e explica como profissionais de diferentes ramos e perfis podem explorar esse novo mercado. Confira trechos da entrevista ao décimo episódio do podEnvelhecer.

O que é a economia prateada?

Esse foi um termo cunhado pela Universidade Oxford, que decidiu medir o consumo do público 50+, que é quando você começa a ser impactado pelo envelhecimento. A soma de tudo que é consumido foi calculado, e é a terceira maior economia do mundo. No Brasil, gira em torno de R\$ 1,8 trilhão. Se a gente for comparar com o nosso PIB, que gira em torno de R\$ 10 trilhões, vê que é uma direção atual importante. Tem muita coisa para fazer, porque, no geral, as pessoas 50+ não estão satisfeitas com as empresas, com as marcas, com os produtos.

E quais são os maiores desafios?

Para mim, o principal desafio é essa consciência de que nós envelhecemos e de que não somos mais o modelo de maturidade que tínhamos dos nossos avós, dos nossos pais. Essa mudança de chave, para quem está trabalhando no

setor, é o nosso maior desafio. Foi tão rápido que não deu tempo de a população entender essa mudança demográfica. E mais do que isso: estudar esses novos maduros. Hoje, a gente tem a geração baby boomer madura. Quando você vai a um show de rock, uma boa parte é de cabeça prateada. Nós adoramos estar interagindo entre as faixas etárias. Então, o maior desafio é perceber que isso aconteceu, que a gente só teve 20 anos só para se adaptar a essa mudança demográfica, enquanto outros países, como a França, demoraram 100 anos.

Como isso funciona na prática?

Um exemplo é um lugar onde a cadeira é extremamente desconfortável ou insegura e você entende que aquele público representa 80% do seu negócio. Você não vai pensar em oferecer uma cadeira mais segura e confortável para essa pessoa? Não é marcar: aqui é para 60+, ninguém quer isso. E inclusão: você incluir quem antes estava fora desse mercado. As empresas deveriam te ajudar a se adaptar, já que elas querem te vender.

Como Brasília tem se adaptado?

Brasília nos atraiu mais por conta dos empreendimentos imobiliários. A gente já foi chamada para atuar junto de pessoas que estão envelhecendo em grandes casas, onde viviam grandes famílias, e que não foram desenhadas para a longevidade. Elas estão pensando em mudar para algo que promova tudo o que elas apreciam, mas que agregue segurança, acessibilidade, facilidade, praticidade para o dia a dia.

Isso abre possibilidades para empreendimentos diversos...

A indústria moveleira tem itens que podem ser adaptados, como a iluminação inteligente. E um electricista pode ter um olhar sensível a isso, ter esses produtos e vender para essas pessoas. A pessoa que vai instalar uma persiana e vê que

o sofá é muito baixo e conhece um terapeuta ocupacional, pode falar que é importante ter esse profissional para dar uma olhada.

O que a gente tem para aprender com os países que já passaram pelo processo de envelhecimento e fizeram essas adaptações no mercado?

Não queremos ser segregados. A França já tentou isso, o Japão já tentou, criou uma cidade em que ninguém quer ir porque as

pessoas vão envelhecendo só elas com elas mesmas, e vão morrendo. Ninguém quer isso. Os investidores têm que olhar para isso, a gente tem que entender isso. Ninguém quer ser um gueto, ficar num gueto. E isso vale para todo tipo de negócio

Se alguém lhe perguntasse qual a área mais promissora para investir, qual você indicaria?

Prevenção e bem-estar. É o que todo mundo quer.

Missa de 1 ano de saudade



Léa Maria Badaró de Castro
★ 06/02/1958 † 23/09/2024

O esposo José Eduardo Almeida de Castro, filhos, Rodrigo Badaró, Carolina Castro e Juliana Badaró, convidam para a Missa de 1 Ano.

Será um momento de reflexão e celebração da querida Léa, onde poderemos nos reunir, honrar sua memória e confortar uns aos outros.

Terça, 23/09, às 20h
Paróquia São Pedro de Alcântara
SHIS QI. 07, Lago Sul