

CORREIO ECONÔMICO

POR MARTHA IMENES

Hapvida tem R\$ 9,8 bilhões em caixa, afirma executivo

Passada a fase de integração com a NotreDame Inter-médica, a Hapvida inicia uma nova etapa marcada pela expansão da rede própria. A empresa tem em caixa R\$ 9,8 bilhões para investimentos. O período atual combina inovação, eficiência operacional e fortalecimento da governança focada na qualidade da assistência médica e na gestão de custos.

Segundo o diretor-presidente (CEO) da Hapvida, Jorge Pinheiro, a reorganização detalhada dos processos internos foi essencial para que a maior empresa de saúde da América Latina operasse de forma integrada. “Depois de dois anos de ajustes e muito aprendizado, podemos afirmar que temos uma empresa sólida”, assegura.



A Hapvida investiu em unidades premium



Jorge Pinheiro, diretor-presidente (CEO) da Hapvida

Prevenção

Programas de prevenção fortalecidos pela Inteligência Artificial de suporte clínico reduziram em 40% a incidência de infartos, AVCs e amputações entre pacientes monitorados. A Hapvida desenvolveu internamente cerca de 200 projetos de Inteligência Artificial, dos quais 90 já estão em uso diário. Entre eles, destacam-se o sistema de suporte diagnóstico com 96% de acurácia e mais de 22 milhões de análises realizadas, a ferramenta para identificação precoce de endometriose, com 90% de precisão, e o modelo de interpretação de raio-x de tórax, que atingiu 96% de precisão.

Novos leitos

De acordo com a Hapvida, 2025 fecha com a abertura de mil novos leitos, com previsão de outros 1,2 mil até 2027. Novas clínicas, unidades ambulatoriais e estruturas diagnósticas são inauguradas mensalmente nas cinco regiões do país. Dois novos hospitais, previstos para São Paulo e Rio de Janeiro, ampliarão a capacidade assistencial a partir de 2027.

Evolução

Os números da assistência comprovam essa evolução. O percentual de atendimentos realizados em até 15 minutos nos prontos socorros subiu de 38% para 75%. As cirurgias repesadas acima de 30 dias caíram de 30 mil para 3 mil, e a mortalidade materna recuou 30%, desempenho superior ao observado em médias de referência. A telemedicina registrou 700 mil videoconsultas mensais com tempo médio de espera de sete minutos.

Vivara

A Vivara, maior joalheria da América Latina, anuncia a nomeação de Thiago Lima Borges como novo diretor-presidente (CEO) e Cassiano Lemos como novo diretor de operações (COO). Ambos sucedem Ícaro Borrello e Bruno Kruehl Denardin, que contribuíram para o crescimento da companhia.

Conselho

A mudança nos cargos de gestão foi aprovada pelo Conselho de Administração. Após a reformulação do conselho realizada no início de 2025, seus membros passaram a analisar as perspectivas da companhia e quais as competências necessárias para liderar o próximo ciclo de crescimento.

Disciplina

Marina Kaufman, presidente do Conselho de Administração, destaca a robustez do momento atual da Companhia para realizar essa transição: “A chegada do Thiago e do Cassiano representa a continuidade de uma estratégia construída com disciplina, visão de longo prazo e foco absoluto na criação de valor”.

Por Martha Imenes

O varejo digital, ou e-commerce, ganhou impulso durante a pandemia de Covid-19 por conta das restrições de circulação e caiu no gosto popular. Com o fim das restrições o que fazer para garantir a manutenção das vendas online? Estratégias foram montadas e o varejo digital continua firme e forte. Entre as novidades que têm atraído consumidores estão as “casadinhas”, que são as datas duplas como 10/10, 11/11 e 12/12. Elas ganharam força no calendário promocional do comércio eletrônico brasileiro e passaram a ocupar um espaço estratégico nas vendas.

Dados divulgados pela plataforma Anymarket – centro integrado de mercados digitais (marketplaces) – mostram que o 10/10 em 2025 registrou crescimento de 56% em relação ao ano anterior, valor que mostra o fortalecimento desse modelo para conversão e fidelização.

No setor de casa e decoração, o impacto na rotina é certo. “Para as empresas, as datas duplas representam uma oportunidade de planejar micro campanhas com foco em estoque, logística, segmentação de ofertas e experiência do cliente. Para o consumidor, elas significam acesso mais frequentes a descontos, melhores condições de pagamento e ofertas distribuídas ao longo do ano, então eu acho que todo mundo sai ganhando”, afirma Daniela Costa, executiva da Homedock, e-commerce de móveis e soluções para o lar.

Daniela reitera que esse movimento inaugura uma nova etapa no varejo digital brasileiro ao transformar o calendário promocional em um ciclo contínuo que exige planejamento, tecnologia e gestão eficiente. “As empresas que incorporam esse ritmo regular conseguem ampliar presença, suavizar sazonalidades e construir ciclos de venda mais previsíveis e sustentáveis, transformando datas numéricas em vetores de crescimento”, diz.



E-commerce aposta em datas duplas para fortalecer as vendas

Datas duplas transformam o calendário do e-commerce

Casadinhas como 10/10, 11/11 e 12/12 agora são marcos do varejo

Compras

A perspectiva também está presente na área de compras da Homedock. Raphael Capuzi, gerente de produto da empresa, reforça que as datas duplas funcionam como um laboratório para inovação e agilidade. “Esses eventos aceleram a percepção sobre comportamento de compra e geram insights importantes para ajustar portfólio, preço e sortimento. A movimentação mais intensa em períodos curtos ajuda a medir a aceitação dos produtos e a entender, em tempo real, o que o cliente busca quando encontra condições atrativas”, revela e acrescenta que trabalhar com picos bem distribuídos estimula decisões mais precisas e fortalece a estratégia comercial ao longo do ano.

