



INDÚSTRIA 5.0

NÃO É SOBRE MÁQUINAS, MAS SOBRE O REENCONTRO ENTRE TECNOLOGIA E TRABALHADOR

▶▶ Leia nas páginas 8

LinkedIn

Uma tendência para negócios em 2026

Nos últimos anos, o LinkedIn passou por uma transformação silenciosa, mas poderosa. De uma rede social vista apenas como um “banco de currículos”, a plataforma se tornou um ecossistema de negócios, conexões e oportunidades.

Hoje, com 1,2 bilhão de membros e 480 milhões de usuários ativos, o LinkedIn é um dos melhores lugares para construir sua marca pessoal, fortalecer sua reputação e atrair clientes ou parceiros estratégicos.

Conforme ressaltado, o LinkedIn nasceu para negócios e realizações de trabalhos pessoais e empresariais. Porém, após a pandemia da COVID-19, esta pauta de conteúdo contagiou o Instagram. Agora, com os bloqueios de algoritmo e a disputa direta com o TikTok, o Instagram tende a se reposicionar no entretenimento, enquanto o LinkedIn reassume seu papel original como a rede social mais adequada para negócios, geração de autoridade e conteúdo estratégico.

Algumas marcas já perceberam isso e seus conteúdos de vendas estão sendo mais sutis e geralmente utilizando influenciadores, já não mais seguindo uma postura de propaganda clássica.

Para marcas e profissionais que desejam se destacar, a questão não é apenas “estar” na plataforma, mas usá-la de forma estratégica para gerar conexões de alto valor e oportunidades reais.

E aqui vai um alerta: estar no LinkedIn não basta. Se o seu perfil está parado, ou se você só aparece quando está procurando emprego, está deixando passar grandes oportunidades. O LinkedIn não é apenas um mural; é um espaço vivo, que recompensa quem aparece, interage e constrói autoridade de forma constante.



Vinícius Taddone

“Profissionais e empresas que desejam usar o LinkedIn com resultados reais precisam ir além de ter um perfil atualizado.”

Um estudo recente da Buffer, publicado pelo Social Media Today, analisou mais de 2 milhões de publicações no LinkedIn de 94 mil contas e mostrou que a frequência de publicação tem impacto direto no alcance, uma regra simples que muitos profissionais ainda não aplicam.

O estudo apontou que postar de duas a cinco vezes por semana gera, em média, mais de mil impressões por publicação; aumentar para seis a dez postagens semanais eleva esse número para cerca de cinco mil; e quem publica mais de onze vezes por

semana pode conquistar mais de dezesseis mil impressões adicionais por post.

Em outras palavras, quanto maior a constância nas publicações, maior a visibilidade e o engajamento. Mas isso não significa postar qualquer coisa. Conteúdo estratégico, alinhado ao seu posicionamento, é o que constrói autoridade e atrai as conexões certas.

Por isso, profissionais e empresas que desejam usar o LinkedIn com resultados reais precisam ir além de ter um perfil atualizado. É essencial fazer um diagnóstico da presença digital, planejar conteúdos alinhados ao posicionamento desejado, interagir com consistência, acompanhar métricas e transformar alcance em oportunidades concretas. O LinkedIn não deve ser apenas um cartão de visitas online, mas uma ferramenta ativa de geração de negócios.

Já vi empreendedores fecharem parcerias que mudaram o rumo dos seus negócios e profissionais conquistarem reconhecimento no mercado porque decidiram usar o LinkedIn de forma consistente e estratégica. Isso prova que a plataforma não é só sobre vagas ou currículos.

Então, reflita:

O que seu perfil no LinkedIn comunica hoje? Você está aparecendo com frequência para o público que importa? Sua presença digital reflete a marca ou o profissional que você quer ser daqui a um ano?

O LinkedIn está em um momento histórico de engajamento. Pequenas ações podem abrir grandes portas. Comece hoje: apareça, compartilhe suas ideias, conte sua história. Com o planejamento certo, é possível aumentar sua visibilidade, construir autoridade e transformar conexões em resultados reais.

(Fonte: Vinícius Taddone é diretor de marketing e fundador da VTaddone@ www.vtaddone.com.br).

Cinco verdades que toda empresa precisa encarar com a nova NR-1

Tatiana Pimenta, CEO da Vittude, explica que o adiamento da norma deve ser visto como oportunidade para organizações se prepararem estrategicamente. ▶▶

Quatro motivos para integrar comunidades de networking

Presidente e fundadora do grupo Future Is Now destaca aprendizado e visibilidade como alguns benefícios. ▶▶

Cinco passos para estruturar empresas e atrair investidores

Estratégias de governança, captação e construção de patrimônio aumentam o valor dos negócios e ampliam sua atratividade no mercado. ▶▶

Por trás de cada experiência encantadora, há um colaborador feliz

Quando a funcionária entra no salão de beleza às 8h, antes mesmo de abrir as portas, prepara o ambiente com o mesmo cuidado com que recebe as clientes. Pensa em cada detalhe, no aroma, na música e na energia do espaço, porque sabe que o melhor atendimento é um grande atrativo para o retorno das pessoas. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Divulgação Inova Unicamp



1º lugar no Sudeste do Prêmio FORTEC de Inovação 2025

A Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), por meio de sua Agência de Inovação Inova Unicamp, foi classificada em primeiro lugar na região Sudeste na modalidade “Patente Concedida ou Pedido de Patente” do Prêmio FORTEC de Inovação 2025. A premiação, organizada pelo Fórum Nacional de Gestores de Inovação e Transferência de Tecnologia, reconhece as mais relevantes iniciativas de inovação tecnológica do país, destacando projetos com alto impacto econômico, social e ambiental. O artigo vencedor “Do laboratório ao mercado: gorduras estruturadas com baixo teor de saturados como caso de sucesso em transferência de tecnologia” destaca a trajetória de pesquisa, proteção da propriedade intelectual e transferência de tecnologia da Unicamp para a solução de um problema da indústria alimentícia. Fruto de uma sólida parceria entre a Unicamp e a multinacional Cargill (<https://www.inova.unicamp.br/>). ▶▶ **Leia a coluna completa na página 3**

News@TI

Diego_Cervo_CANVA



Treinamento para instalação de IA no WhatsApp

@A Maxbot, plataforma omnichannel especializada em otimizar o atendimento de empresas, promoverá um treinamento que ensina gestores e líderes a instalarem uma inteligência artificial própria para o WhatsApp. A missão da empresa é mostrar caminhos para tornar as jornadas de relacionamento mais rápidas e personalizadas para diferentes públicos. O treinamento será online, com aulas conduzidas pelo CEO da Maxbot, Rômulo Balga. Com módulos adequados às novas linguagens de automação, os conteúdos irão da criação de prompts à ativação de conversas inteligentes dentro do WhatsApp de cada participante. “Queremos conectar inovação, acessibilidade e aplicação imediata. Nossa missão é mostrar que cada empresa pode criar sua estratégia digital a partir da IA, gerando assertividade e economia de tempo e dinheiro”, destaca Balga (<https://www.maxbot.com.br/?src=UNICOTRACKER-2502-2502175995222426284-1759952225277>). ▶▶ **Leia a coluna completa na página 2**

Automóveis

Via Digital Motors

Por Lucia Camargo Nunes

▶▶ Leia na página 4

