

OPINIÃO

Bases sólidas para o varejo com adaptabilidade, dados e Inteligência Artificial

Marcelo Sturn (*)

O varejo vive um período de mudanças profundas e aceleradas. Em um setor que sempre esteve na linha de frente da inovação, o ritmo atual impõe um desafio inédito: não basta mais adotar as novidades que surgem; é preciso investir em soluções que sejam capazes de resistir ao tempo e acompanhar as constantes transformações do mercado.

Isso significa olhar para a infraestrutura e a tecnologia como mais que um suporte operacional, atuando como um alicerce estratégico, capaz de sustentar modelos de negócio dinâmicos e responder rapidamente às mudanças de comportamento do consumidor.

Essa necessidade de adaptação é especialmente relevante no Brasil, onde o varejo representa uma importante fatia do PIB nacional e emprega milhões de pessoas. Nesse cenário, a tecnologia evolui constantemente e é parte central da modernização das operações, com a Inteligência Artificial (IA) se consolidando como um importante elo entre dados, pessoas e processos, transformando a operação varejista de ponta a ponta.

Mais do que uma promessa, a IA já se materializa em aplicações concretas que transformam a jornada de compra e a gestão operacional. O reconhecimento de alimentos frescos, sem códigos de barra, e a verificação automática de idade dos compradores para produtos de venda restrita nos terminais de self-checkout são alguns exemplos de como a Inteligência Artificial pode reduzir falhas, agilizar processos e criar uma experiência de consumo mais fluida. A finalização da compra nos terminais com IA embarcada torna-se muito mais rápida e confiável.

Esse verdadeiro salto da IA ocorre, pois ela é alimentada por dados multimodais que reúnem informações de diferentes fontes, como imagens, sensores e voz. Essa convergência abre espaço para uma análise muito mais abrangente e profunda, gerando insights valiosos tanto para otimizar operações quanto para compreender o comportamento do consumidor em tempo real. É a partir dessa mescla de dados que a IA ganha vida também nos bastidores, permitindo um processo de previsão de demanda, gestão de estoques, análise de fluxo de clientes e precificação dinâmica muito mais preciso, baseado em dados históricos e variáveis externas, incluindo sazonalidade e campanhas de marke-

ting, por exemplo. Trata-se de transformar um imenso volume de dados em inteligência prática, que orienta decisões, ajusta processos e garante maior eficiência em toda a cadeia de valor.

Além da IA, a modularidade de sistemas também representa uma mudança significativa na forma de pensar infraestruturas duradouras no varejo. Em vez de soluções engessadas, que rapidamente se tornam obsoletas, o modelo modular permite evolução contínua, protegendo investimentos já realizados e assegurando a possibilidade de incorporar novas funcionalidades de maneira fluida e gradual. Essa abordagem garante longevidade e resiliência, ao mesmo tempo em que reduz a necessidade de substituições completas, o que impacta diretamente em economia e sustentabilidade.

Mas vale ressaltar que nenhuma dessas transformações é viável se não houver integração entre sistemas, inclusive legados, e Nuvem, permitindo conectar todas as operações, oferecendo uma visão completa e em tempo real do negócio. Essa capacidade de enxergar o todo fortalece tanto a tomada de decisão quanto a experiência do consumidor. Em um país tão grande quanto o Brasil, essa visibilidade é determinante para coordenar operações multicanais, equilibrar estoques e entregar experiências consistentes em qualquer ponto de contato com o cliente. A integração é, portanto, o que conecta a adaptabilidade e a inteligência, e torna o ecossistema realmente eficiente.

O varejo brasileiro encontra-se em um novo paradigma: enquanto deve atender a clientes cada vez mais exigentes, que demandam conveniência, agilidade e transparência, também precisa otimizar seus processos internos e reduzir custos, tudo isso enquanto ainda adota soluções mais sustentáveis e se prepara para a chegada constante de novas tecnologias. O equilíbrio entre esses fatores não é simples, mas torna-se possível quando o setor aposta em uma infraestrutura sólida, sustentada por dados, modularidade, integração e Inteligência Artificial.

O futuro do varejo não será moldado por uma única inovação disruptiva, mas pela capacidade de construir plataformas que evoluem continuamente, acompanhando o ritmo do mercado e antecipando demandas. Essa é a essência para criar operações verdadeiramente inteligentes: não somente reagir ao presente, mas estar sempre pronto para o que vem pela frente.

(*) Head de Software de Retail da Diebold Nixdorf no Brasil.

Hackers paralisam a maior cervejaria do Japão

Os apreciadores de cerveja passaram a ter mais um motivo de preocupação: os hackers, que praticamente paralisaram a produção da maior cervejaria do Japão e que podem voltar a atacar, inclusive aqui no Brasil.

Vivaldo José Breternitz (*)

O Japão, quarta maior economia do mundo enfrentou um período turbulento, com bares, restaurantes e lojas de bebidas lidando com a escassez da Asahi, a cerveja mais consumida no país, detentora de cerca de 40% do mercado. O ciberataque paralisou a produção e as entregas por duas semanas.

O ataque reivindicado pelo grupo russo Qilin forçou o fechamento de seis fábricas e outras 30 instalações da Asahi, como escritórios e centros de distribuição. Os hackers paralisaram os sistemas da empresa, exigindo pagamento de resgate para liberação.

Com os computadores fora de operação, a companhia recorreu a processos manuais, tentando minimizar o impacto dos ataques, pois a interrupção tornou impossível manter o fluxo normal de distribuição. Em apenas dois dias, os pontos de venda ficaram sem estoque e a cerveja favorita dos japoneses deixou de ser servida em restaurantes e lanchonetes. A Asahi também ficou sem acesso a e-mails e a divulgação dos seus resultados trimestrais precisou ser adiada.



Além de cerveja, a Asahi produz refrigerantes, alimentos e outras bebidas alcoólicas. O ataque afetou apenas o Japão; suas operações europeias, que incluem marcas como Peroni, Pilsner Urquell, Grolsch e Fuller não foram impactadas; as perdas com a paralisação foram estimadas em US\$ 335 milhões. Em duas semanas as fábricas foram reabertas, embora operando com capacidade reduzida em função no impacto na logística.

Bem ao estilo japonês, o presidente da Asahi, Atsushi Katsuki, disse que "gostaria de expressar minhas mais sinceras desculpas por qualquer dificuldade causada aos nossos parceiros pela recente interrupção do sistema. Agradecemos sua compreensão e apoio".

Como dissemos, os apreciadores de cerveja devem ficar preocupados – se uma gigante como a Asahi pode sofrer um impacto desse porte, outras cervejarias também podem ser vítimas...

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjntz@gmail.com.

News @TI

ricardosouza@netjen.com.br

'Solução contábil' com inteligência artificial

A QYON Tecnologia – empresa norte-americana especializada no desenvolvimento de softwares de gestão com Inteligência Artificial – anuncia o lançamento oficial do seu ecossistema composto por softwares de gestão, que chegam ao mercado para revolucionar a maneira como se realiza a administração e a contabilidade das empresas no Brasil. A primeira novidade disponibilizada pela QYON Tecnologia para o mercado brasileiro é a QYON Solução Contábil, que tem a capacidade de otimizar o trabalho dos profissionais e especialistas da área em até 40%, ao analisar a solução completa, que reúne e integra XML, Escrita Fiscal, Folha de Pagamento e Contabilidade, áreas da gestão administrativa e financeira das empresas consideradas fundamentais para manter um negócio em conformidade com a lei vigente (www.qyon.com).

Axia Energia inaugura nova era digital em parceria com a Liferay

Liferay e Axia Energia comemoram mais um passo na modernização dos canais digitais da empresa com o lançamento do novo portal institucional da empresa líder do setor de energia brasileiro. A iniciativa é mais uma etapa do movimento estratégico da Axia Energia para consolidar sua nova marca no mercado, em substituição à marca Eletrobras. Além do visual renovado, o novo portal institucional da Axia Energia marca um passo decisivo na transformação digital da companhia, que busca oferecer uma experiência online mais fluida, intuitiva e segura para todos os seus públicos — de investidores a parceiros, colaboradores e a sociedade em geral. O novo portal, construído sobre a tecnologia Liferay DXP, será o ponto central dessa jornada, refletindo a nova identidade visual e os valores da companhia (https://axia.com.br/).

Empresa brasileira é selecionada para evento que reúne startups e investidores na Finlândia

Empreendedores de startups e investidores de mais de 100 países vão se reunir em um dos principais eventos do setor, o Slush 2025, que será realizado nos dias 19 e 20 de novembro em Helsinque, na Finlândia. O encontro tem como objetivo aproximar fundadores de empresas, fundos de capital de risco e líderes do setor de tecnologia, criando um ambiente voltado à inovação e à expansão internacional de negócios. O Brasil será representado no Slush 2025 pela IKKIO, startup de tecnologia liderada por Lara Dias. A empresa foi selecionada para integrar a lista de 100 startups escolhidas pela organização para participar da competição internacional Slush 100, que identifica negócios de alto potencial de crescimento. Fundada em 2023, a IKKIO desenvolve um assistente de inteligência artificial para smart glasses capaz de oferecer percepção e descrição de ambientes, objetos e produtos, ampliando a autonomia e a inclusão de pessoas com deficiência visual no mundo físico.

RCELL amplia portfólio e anuncia parceria exclusiva com a Polyvox

ARCELL, uma das maiores distribuidoras de tecnologia do Brasil, é a distribuidora exclusiva da Polyvox, marca nacional referência em equipamentos de áudio. A parceria reforça o compromisso da RCELL em ampliar seu portfólio e entregar inovação, qualidade e variedade a todos os canais de venda. A companhia possui 28 marcas parceiras e prevê alcançar 30 marcas até dezembro. "Com a chegada da Polyvox, fortalecemos ainda mais nosso portfólio de produtos e ampliamos as oportunidades para nossos parceiros de varejo, que vão desde especialistas regionais até grandes redes nacionais", afirma Alexandre Della Volpe, Diretor de Marketing da RCELL. A Polyvox, por sua vez, traz tradição, inovação e uma linha de produtos com forte apelo junto ao público brasileiro. "O nosso objetivo com essa parceria é ampliar a distribuição de forma mais horizontal, alcançando novas regiões e

perfis de clientes, incluindo parceiros estratégicos em todo o território nacional. Estamos construindo um plano muito bem detalhado e por etapas", destaca Edvaldo Sena, Diretor Comercial da Polyvox.

CGI.br e NIC.br lançam programa de incentivo à pesquisa sobre impactos da IA na Web

O Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) e o Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br) divulgam chamada para o "Programa de Incentivo à Pesquisa sobre o Impacto da IA na Web e Participação Brasileira no W3C". A iniciativa busca fomentar pesquisas sobre as transformações que a inteligência artificial (IA) está promovendo no ecossistema da Web e, ao mesmo tempo, fortalecer a presença do Brasil nos processos de padronização conduzidos pelo World Wide Web Consortium (W3C). As propostas podem ser submetidas até o dia 02 de fevereiro de 2026. A divulgação dos resultados será a partir de março de 2026, por meio do site https://cgi.br/.

Samsung é reconhecida por tecnologia transformadora pela Consumer Technology Association

A Samsung Electronics anuncia que sua mais recente linha de produtos e serviços foi reconhecida pela Consumer Technology Association (CTA), ganhando diversos prêmios CES@ 2026 Innovation Awards. Esse reconhecimento destaca o compromisso contínuo da Samsung em redefinir as possibilidades da tecnologia de consumo e oferecer experiências que combinam desempenho, design e inteligência. O programa CES Innovation Awards celebra a excelência em design e engenharia em uma ampla gama de categorias de tecnologia de consumo. Para a Samsung, os prêmios reforçam a visão da empresa de criar um ecossistema perfeitamente conectado, que traz conveniência, criatividade e acessibilidade. Os prêmios também destacam os esforços da Samsung na integração de IA, em displays imersivos, soluções para casas inteligentes e tecnologias avançadas de semicondutores que alimentam os dispositivos da próxima geração.

Empresas mais preparadas para IA superam seus pares na corrida por valor

A Cisco, líder mundial em redes e segurança, divulgou os resultados da terceira edição do Índice Anual de Preparação para IA (Cisco AI Readiness Index). Um pequeno mas consistente grupo de empresas pesquisadas — os Pacesetters ou "Empresas Referência" — supera seus pares em todas as métricas de valor de IA, observadas pela primeira vez no estudo global da Cisco, que ouviu mais de 8.000 líderes em IA em 30 países e 26 setores. Esse seleto grupo representa cerca de 13% das organizações entrevistadas nos últimos três anos. No Brasil, o índice é superior à média global, com 18% das empresas sendo consideradas "referência", apesar de uma queda em relação aos 25% reveladas na edição de 2024 (https://www.cisco.com/c/m/en_us/solutions/ai/readiness-index/realizing-the-value-of-ai.html).

Logicalis é reconhecida como Parceira do ano da Cisco

A Logicalis, empresa global de soluções e serviços de tecnologia da informação e comunicação, foi eleita Parceira do Ano da Cisco para a América Latina durante o Cisco Partner Summit 2025, evento anual em que são apresentadas as principais inovações e os parceiros com melhor desempenho em todas as regiões do mundo. Ao todo, a empresa recebeu 12 prêmios na região, seis deles no Brasil. O reconhecimento é resultado de um intenso trabalho com foco no crescimento da empresa na região. Ao longo dos últimos meses, a companhia registrou avanços importantes nos indicadores financeiros. "Observamos resultados positivos em diversos aspectos e os reconhecimentos da Cisco refletem esse momento positivo da Logicalis Latam", destaca Marcio Caputo, CEO da Logicalis para a América Latina.