



Inteligência artificial redefine o futuro das redes de franquias

A inteligência artificial deixou de ser um diferencial competitivo e passou a ser um requisito estratégico para redes de franquias que buscam crescimento sustentável

Paulo C. Mauro (*) e
Marco Carvalho (**)

Em um cenário de consumidores mais exigentes, mercados voláteis e margens estreitas, a capacidade de analisar dados em tempo real e antecipar comportamentos tornou-se essencial. Segundo a DataIntelto, o mercado global de softwares de gestão de franquias deve saltar de US\$ 1,5 bilhão em 2023 para US\$ 4,3 bilhões em 2032, um crescimento anual de 12,8%. Esses números mostram que a IA não é mais tendência, é uma transformação estrutural no setor.

No Brasil, o avanço é acelerado. Dados da AWS Brasil apontam que 40% das empresas já utilizam inteligência artificial em suas operações, com aumento médio de 31% na receita e redução de custos em 85% dos casos. Entre startups, 53% já incorporam IA e 78% acreditam que a tecnologia transformará completamente suas indústrias nos próximos cinco anos, segundo a pesquisa Unlocking the Potential of AI in Brazil. Essa realidade revela que a tecnologia deixou de ser apenas uma ferramenta de apoio e se tornou a base da inteligência estratégica nas franquias.

No contexto do franchising, o impacto vai além da automação. A IA está mudando a forma como redes se organizam, tomam decisões e preservam sua identidade. Antes, a franqueadora centralizava as decisões,



Verifica360 CANVA

agora, a tecnologia permite descentralizar o poder, dando às unidades locais mais autonomia e precisão nas escolhas. Imagine uma rede de alimentação rápida que ajusta automaticamente estoques conforme o fluxo previsto de clientes, reduzindo desperdícios e otimizando logística e campanhas regionais, sem perder o padrão da marca. Estudos da BAZU Company mostram que esse tipo de aplicação pode reduzir custos logísticos e operacionais de forma significativa e fortalecer o relacionamento com o consumidor.

As franquias vivem um momento decisivo na digitalização. A transformação não acontece apenas em marketing ou vendas, mas na forma como cada unidade se comunica, aprende e replica processos mantendo sua essência. É nesse cenário que surgem os IAgentes da HeadOffice AI, aliados estratégicos de grandes redes nacionais. Mais do que chatbots, os IAgentes funcionam como membros digitais de

equipe, treinados para atuar em diversas áreas, sempre com o tom de voz, vocabulário e valores da marca. Cada agente é desenhado para refletir a cultura e os padrões da rede, respeitando manuais e políticas internas.

Essa combinação de tecnologia empática e gestão inteligente permite que franquias cresçam sem perder o controle de sua identidade. Elas ganham produtividade, reduzem custos e, principalmente, alcançam escala com consistência — um dos pilares do franchising. Redes como China in Box, DryWash (premiada pela ABF em inovação), Casa Bauducco, BioMundo e Fórmula Animal já colhem resultados expressivos com a adoção desses agentes digitais. Essas marcas compreenderam que, em um setor construído sobre confiança e padronização, automatizar com propósito e personalidade é o novo diferencial competitivo.

Mesmo com os avanços tecnológicos, muitas redes ainda resistem à adoção da

inteligência artificial, seja pelo receio de altos custos ou pelo medo de comprometer a relação humana com o cliente. Essa percepção, porém, desconsidera o real papel da tecnologia no franchising. A IA não elimina a identidade da marca, ela potencializa sua capacidade de manter consistência e eficiência em escala. Quando aplicada de forma estratégica, oferece dados que sustentam decisões ágeis e precisas, permitindo que cada unidade atue com autonomia sem perder a coerência com a rede. Nesse contexto, a franqueadora assume uma função mais colaborativa e orientada a resultados, deixando de ser apenas um centro de controle para se tornar uma parceira efetiva no crescimento das unidades.

O verdadeiro desafio é mental. Adotar IA exige revisar processos, indicadores e o próprio papel da liderança. Mais do que eficiência operacional, trata-se de repensar como a rede se conecta aos consumidores e oferece experiências personalizadas em escala. O futuro das franquias será definido por quem entender que a inteligência artificial não é apenas tecnologia. As redes que souberem combinar dados, cultura e empatia estarão à frente. A questão não é mais se a transformação acontecerá, mas quem estará preparado para liderá-la.

(*) CEO da Global Franchise e autor de quatro livros sobre franchising.

(**) CEO da HeadOffice AI, empresa especializada em inteligência artificial aplicada à gestão de franquias.

IA nas empresas: pilares para o sucesso

Elias Zoghbi (*) e João Roberto Benites (**)

A inteligência artificial já não é mais promessa de futuro — é a realidade do presente. Empresas de todos os portes e setores estão descobrindo que adotar essa tecnologia deixou de ser opcional para se tornar questão de sobrevivência no mercado.

Os números impressionam: um estudo da Amazon Web Services mostra que 95% das companhias que usam IA aumentaram suas receitas em média 31%. Quase todas (96%) relatam ganhos significativos em produtividade. O Brasil lidera a América Latina nessa corrida, com 40% das empresas já utilizando a tecnologia — um índice próximo ao da Europa (42%). Mas, há um lado B nessa história de sucesso.

O problema da implementação incompleta

Apesar do entusiasmo, a maioria das empresas continua engatinhando. Pesquisa do TEC Institute em parceria com a MIT Technology Review revela que somente 7,9% conseguiram integrar completamente a IA em suas operações. A grande maioria está em fase de testes (36,7%) ou implementação parcial (25,7%).

O mais preocupante: três em cada quatro empresas não têm profissionais dedicados exclusivamente à governança de IA. Quase metade (46,1%) não possui regras claras sobre o uso ético da tecnologia. É como dirigir um veículo potente sem cinto de segurança — os riscos podem superar os benefícios.

Os exemplos práticos dos perigos já existem: sistemas de IA que discriminam pessoas na concessão de crédito ou favorecem determinados grupos demográficos, gerando processos judiciais e manchetes negativas.

Governança não é luxo, é necessidade

A implementação da IA precisa começar no topo. Não se trata de uma decisão técnica, mas estratégica, que deve envolver a alta direção da empresa. A governança define o que será feito, como evitar riscos e quem responde pelo quê.

Isso significa criar um comitê de supervisão ligado à liderança, responsável por estabelecer políticas de privacidade, estratégias de aplicação e monitoramento constante de resultados e possíveis vieses. Sem essa estrutura, a empresa fica exposta a crises de imagem, vazamentos de dados e problemas legais.

A base invisível: dados e infraestrutura

Toda solução de IA depende de uma fundação sólida. Seja em servidores próprios ou na nuvem, a infraestrutura precisa ser gerenciada, mantida e protegida. Mais importante: os dados que alimentam a IA precisam estar organizados, atualizados e integrados.

Dados fragmentados ou desatualizados podem levar a decisões equivocadas e comprometer todo o investimento. A maioria das organizações precisará reformular sua estratégia de big data antes de colher os frutos da inteligência artificial.

O mundo está de olho: Governança é essencial

O debate sobre regulamentação da IA esquentou em diversos países. A União Europeia propõe regras baseadas em níveis de risco, proibindo usos como

sistemas de pontuação social e exigindo transparência. O Reino Unido aposta em regulação gradual, enquanto Singapura busca se posicionar como referência global em IA ética.

No Brasil, o Projeto de Lei 2338/2023 propõe um Marco Regulatório que, segundo críticos, pode ser restritivo demais e frear a inovação. O texto ainda gera preocupações sobre falta de clareza nas atribuições dos órgãos públicos e excesso de controle estatal.

Checklist para assegurar o sucesso

Para implementar IA com segurança e eficácia, as empresas precisam garantir:

Alinhamento estratégico — A IA deve servir aos objetivos do negócio, não o contrário.

Transparência — Clientes e colaboradores precisam saber quando estão interagindo com sistemas de IA. Conformidade legal — Todas as ações devem respeitar a legislação vigente.

Clareza técnica — Os sistemas precisam ser compreensíveis para permitir avaliação e auditoria.

Gestão de dados responsável — Definir claramente quais dados serão usados, como e por quê, considerando questões éticas e culturais.

Responsabilização humana — Alguém de carne e osso precisa responder por cada modelo de IA implantado.

Monitoramento contínuo — Estabelecer limites, acompanhar o funcionamento e realizar auditorias regulares.

Proteção e equidade — Implementar salvaguardas contra vulnerabilidades, garantir privacidade e evitar discriminações.

Reflexo da cultura empresarial — A IA deve incorporar os valores e a ética da organização.

Envolvimento do negócio — Não deixar tudo nas mãos da área de TI; quem entende do negócio precisa participar ativamente.

O fator humano permanece central

Por mais revolucionária que seja a tecnologia, o maior ativo de qualquer empresa continua sendo seu time. Por isso, planos de capacitação e requalificação profissional são essenciais para as pessoas poderem trabalhar em conjunto com a IA, aproveitando o melhor dos dois mundos.

A adoção bem-sucedida da inteligência artificial depende do equilíbrio de três elementos: eficiência operacional, segurança robusta e governança clara. Empresas que conseguirem construir essa tríade estarão preparadas não apenas para enfrentar os desafios, mas para liderar a transformação em seus setores.

(*) Sócio líder de Tecnologia e da Indústria Financeira da Grant Thornton Brasil

(**) Preside Conselhos de Administração de empresas familiares. Atua como Conselheiro Consultivo da Grant Thornton Brasil e do Hospital das Clínicas (SP). É conselheiro certificado pelo IBGC, especialista em expansão estratégica de empresas.

Trabalhar nos EUA: especialista explica vantagens, desafios e oportunidades

Profissionais brasileiros seguem de olho nos EUA devido a salários competitivos e oportunidades em áreas-chave.

O sonho de trabalhar nos Estados Unidos continua vivo para milhares de brasileiros e hoje ele é mais possível do que nunca. É o que afirma Guilherme Vieira, CEO da On Set Consultoria Internacional, empresa especializada em vistos americanos e negócios nos Estados Unidos. Segundo o especialista, o mercado americano vive um momento de forte demanda por profissionais qualificados, empreendedores e empresas com base técnica sólida, o que abre espaço para brasileiros que queiram crescer com estratégia.

“Os Estados Unidos não rejeitam talentos. Eles rejeitam falta de preparo. Quem chega com histórico, coerência e propósito encontra um dos ecossistemas de negócios mais meritocráticos do mundo”, explica Vieira.

Entre as principais vantagens de trabalhar e empreender nos EUA, ele destaca a segurança jurídica, o baixo nível de burocracia e a previsibilidade econômica, fatores que permitem que empresas e profissionais planejem o futuro com mais clareza. Além disso,

a carga tributária competitiva, os incentivos estaduais e o acesso a crédito empresarial e pessoal fazem do país um terreno fértil para expansão e inovação.

“Nos EUA, quem entrega resultado é recompensado rapidamente. A diferença é que o sistema valoriza produtividade, não presença. Você é pago pelo que gera, não pelo que promete”, afirma o consultor.

Apesar das oportunidades, o profissional alerta: trabalhar ou empreender nos EUA exige planejamento migratório e tributário bem feito.

É comum ver brasileiros cometendo erros por falta de orientação, abrindo empresas de forma incorreta, aplicando para vistos inadequados ou deixando de aproveitar benefícios legais. “O desafio não é entrar, é se manter. E quem entende as regras joga certo. O problema é que muita gente tenta fazer sozinha um processo que exige técnica e visão de negócio internacional”, reforça Vieira.

O especialista destaca que setores como tecnologia, saúde, construção civil, energia, marketing digital e educação corporativa estão em alta. Além disso, o avanço da Inteligên-

cia Artificial e da automação abre novas portas para quem domina ferramentas digitais e sabe se posicionar globalmente. “Empresas e profissionais que aprenderem a usar tecnologia e dados para gerar eficiência terão vantagem. A IA não substitui pessoas, ela substitui quem não evolui”, afirma.

Com mais de uma década de experiência entre Brasil e Estados Unidos, Guilherme Vieira resume em uma frase a diferença entre os dois mercados: “No Brasil, o empresário luta contra o sistema. Nos EUA, o sistema joga junto com quem se organiza.”, ressalta.

Ele defende que a internacionalização não é luxo, é estratégia e que os próximos anos serão decisivos para empresários e profissionais que desejam operar em dólar, construir patrimônio global e garantir estabilidade para suas famílias.

“O ano de 2026 será um divisor de águas. O momento de se preparar é agora. Quem começar hoje, em um ano pode estar vivendo, trabalhando e crescendo em solo americano de forma legal, segura e estruturada, monetizando em dólar e escalando oportunidades em mercado forte e consumidor”, finaliza.