

PLANEJAMENTO

ALTA PRESSÃO ▶▶ Leia na página 8 SOBRE MARKETING E VENDAS EXIGIRÁ FORTE MUDANÇA DAS EMPRESAS EM 2026

Customer intelligence como diferencial competitivo: o que empresas precisam

Empresas nunca tiveram acesso a tantos dados sobre seus clientes.

Sabem o que compram, quando compram, por qual canal, com qual frequência. Registram cliques, abandonos, reclamações, elogios. Acumulam terabytes de informação e, ainda assim, continuam tratando o cliente como um desconhecido a cada nova interação.

Ter dados não é ter inteligência. E essa distinção vai definir quem lidera e quem desaparece nos próximos anos.

A maioria das empresas ainda opera numa lógica de estímulo-resposta. O cliente pesquisa um produto, recebe um anúncio. Abandona o carrinho, ganha um cupom. Liga para reclamar, ouve um pedido de desculpas e ganha mais um cupom. Cada ação do cliente dispara uma reação da empresa que é quase sempre atrasada, frequentemente genérica, raramente memorável.

Esse modelo pressupõe que o cliente quer ser perseguido. Não quer. Ele quer ser compreendido. Segundo a McKinsey, 71% dos consumidores já esperam experiências personalizadas, e 76% se frustram quando isso não acontece. Personalização deixou de ser diferencial. Virou pré-requisito.

Neste cenário, a inteligência artificial generativa se destaca como uma aliada poderosa para personalização, com a capacidade de interpretar o contexto e identificar as intenções do cliente, permitindo agir proativamente, muitas vezes antes mesmo que o cliente precise solicitar.

Pense num aplicativo de delivery. Hoje, a experiência depende completamente do usuário: o cliente sente fome, abre o app, navega por dezenas de opções, monta o pedido, finaliza. A empresa apenas processa uma decisão que o cliente tomou sozinho. As vezes tem uma notificação de alguma promoção. Agora imagine o inverso: são



Bárbara Vallim

“ A inteligência artificial generativa se destaca como uma aliada poderosa para personalização, com a capacidade de interpretar o contexto e identificar as intenções do cliente, permitindo agir proativamente.

19h de quinta-feira, horário em que você costuma pedir comida japonesa. O seu restaurante favorito está com tempo de entrega baixo nesse horário. O app sugere antecipadamente o pedido habitual com um toque. O cliente decide em um clique ou ignora sem atrito.

A diferença é filosófica. No modelo antigo, a empresa espera. No novo, ela antecipa. E antecipa com timing, contexto e relevância transforma conveniência em vínculo e melhor experiência para o cliente. Se a oportunidade é tão clara, por que poucas

empresas operam assim? Porque antecipar exige algo que a maioria não construiu: visão unificada do cliente.

O relatório State of the Connected Customer, da Salesforce, revela o tamanho do descompasso: 79% dos clientes esperam consistência entre departamentos, mas 55% sentem que conversam com áreas isoladas, não com uma empresa. Cada área alimenta um sistema. Cada sistema gera um fragmento. Ninguém vê o cliente inteiro, somente pedaços isolados do seu comportamento.

Sem essa visão integrada, tentar antecipar é perigoso. O que deveria ser conveniência vira invasão. O que deveria ser proatividade com cuidado vira vigilância. E aqui está o paradoxo central dessa transição: o mesmo cliente que espera personalização também se sente tratado como número. O caminho é conquistar o direito de praticar a personalização através da transparência real sobre como os dados são usados e controle genuíno nas mãos do cliente. Empresas que escondem suas práticas, mesmo com boas intenções, geram desconfiança.

O diferencial competitivo dos próximos anos não será sobre quem implementa mais automações com agentes de IA ou usa o modelo de linguagem mais recente. Será de quem consegue fazer uma pergunta simples: "o que esse cliente precisa agora?", e responder antes que o próprio cliente descubra.

Este é um desafio que se resolve com decisão estratégica: unificar dados, integrar áreas, definir o que a marca representa em cada ponto de contato e principalmente mudar a mentalidade de quem opera o negócio para reduzir os silos dentro das empresas.

Quem fizer essa virada vai criar um novo padrão de relacionamento e deixar para trás quem ainda está esperando o cliente levantar a mão.

(Fonte: Bárbara Vallim é CEO da Hera.Build).

Anvisa propõe regras para a cannabis: avanço histórico com ressalvas

No último dia 26 de janeiro, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) apresentou uma proposta de regulamentação para a produção de cannabis medicinal no Brasil, em atendimento a uma determinação do Superior Tribunal de Justiça (STJ). ▶▶

Contas no exterior e a nova dinâmica cambial: liberdade, tributação e responsabilidades

A abertura de contas correntes em instituições financeiras no exterior, por pessoas físicas ou jurídicas, deixou de ser exceção e passou a integrar a estratégia regular de gestão financeira e patrimonial. ▶▶

Democratização de dados: equilíbrio delicado entre autonomia e risco

Nos últimos anos, empresas brasileiras de diversos setores abraçaram a cultura data-driven em busca de agilidade e vantagem competitiva. ▶▶

Integração de Retail Media com as marcas: o que esperar do futuro?

Já faz tempo que o varejo está mudando, mas agora existe um protagonista claro nessa transformação: Retail Media. Segundo relatório do Boston Consulting Group, o setor deve representar 25% de todo o investimento global em mídia digital até 2026. Já de acordo com projeções da eMarketer, na América Latina os investimentos podem chegar a US\$ 2,6 bilhões este ano, sendo que o Brasil responde por 40% desse valor (equivalente a US\$ 1,06 bilhão). ▶▶

Para informações sobre o

**MERCADO
FINANCEIRO**

faça a leitura do
QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

photobyphotoboy_CANVA



AASP promove curso prático sobre precedentes vinculantes do TST

A AASP realiza, entre 2 e 11 de fevereiro, às 19h, o curso Precedentes Vinculantes do TST na prática, em formato híbrido (presencial e online), reunindo especialistas de referência no Direito do Trabalho para discutir como os precedentes do Tribunal Superior do Trabalho impactam a atuação diária da Advocacia. O objetivo é oferecer análise aplicada e atualizada sobre temas centrais da Justiça do Trabalho, contribuindo para decisões mais seguras e estratégicas na prática profissional. Voltado a Advogadas, Advogados, estudantes e demais profissionais da área, o evento aborda assuntos recorrentes e sensíveis do contencioso trabalhista, como audiência e prova testemunhal, dano moral e acidente de trabalho, jornada, remuneração, estabilidade da gestante, competência da Justiça do Trabalho, recursos, rescisão contratual, FGTS e multas. As aulas serão conduzidas por nomes reconhecidos nacionalmente, proporcionando uma visão técnica alinhada à jurisprudência mais recente do TST (<https://www.youtube.com/watch?v=m1W6qdiDg>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI

alengo_CANVA



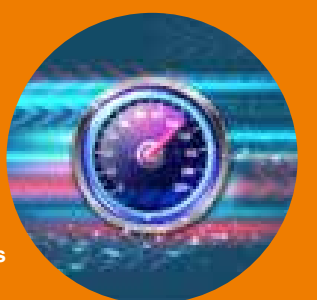
Global Game Jam 2026 acontece na PUC-Rio

@ A Global Game Jam 2026 acontece de forma gratuita e aberta ao público entre os dias 30 de janeiro e 1º de fevereiro, no campus da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ), no Rio de Janeiro, com participação da Associação de Criadores de Jogos do Estado do Rio de Janeiro (ACJOGOS-RJ). Realizada simultaneamente em centenas de cidades ao redor do mundo, a maratona colaborativa de criação de jogos reúne estudantes, desenvolvedores, artistas, designers e entusiastas para 48 horas de imersão criativa. As equipes são formadas no início do evento e desenvolvem jogos a partir de um tema revelado na abertura da jam, estimulando colaboração, experimentação e aprendizado coletivo. Na edição realizada na PUC-Rio, o evento se consolida como um espaço de encontro entre universidade, comunidade criativa e profissionais do setor, fortalecendo a troca de conhecimentos e a aproximação entre formação acadêmica e mercado (<https://www.sympla.com.br/evento/global-game-jam-2026-puc-rio-acjogos-rj/3267583>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

Automóveis

Via
Digital
Motors

Por Lucia Camargo Nunes



▶▶ Leia na página 4