

FERRAMENTAS QUE AUMENTAM A PERFORMANCE

SEIS FERRAMENTAS COM IA PARA TRANSFORMAR O COMPLIANCE EM 2026

[Leia na página 8](#)

Empresas & Negócios no TURISMO

Nesta edição temos um Suplemento de TURISMO que traz opções de viagens e assuntos do setor.



Quatro desafios do uso de IA no relacionamento com stakeholders

Presidente executiva da Pine, Helena Prado, explica como a linha entre tecnologia como suporte e mensageira está sendo cruzada e as dificuldades de governança e reputação que surgem com a mudança

Em um mercado onde a agilidade é crucial, a Inteligência Artificial deixa de ser apenas uma ferramenta de suporte para assumir o papel de porta-voz institucional. Segundo o relatório "CX Trends 2024" da Zendesk, o uso de IA no atendimento ao cliente cresceu 88% no período de um ano, com chatbots e assistentes virtuais sendo as principais implementações. A fronteira entre usar a solução para otimizar processos e oferecer a ela a responsabilidade de falar pela marca está cada vez menor, trazendo riscos que muitas organizações ainda não perceberam.

Para Helena Prado, presidente executiva da Pine, agência de comunicação especializada em PR e conteúdo estratégico, essa transição coloca em jogo ativos fundamentais das marcas: confiança e reputação. "Quando chatbots evoluem para responder questões sensíveis, ferramentas generativas passam a redigir comunicados ou sistemas automatizados interagem com a imprensa, não estamos mais tratando apenas de eficiência, mas sim de quem fala pela marca, e com quais limites", afirma.

Com base no estudo da executiva sobre o impacto da IA na comunicação corporativa, Helena destaca quatro desafios centrais que surgem quando a tecnologia passa a mediar o diálogo com stakeholders.



Helena Prado

comprometer relações construídas ao longo de anos", explica.

2 Quem controla a voz da IA - Outro ponto crítico é a falta de governança. "Tratar a IA como 'apenas mais uma ferramenta de TI' é um erro comum, e caro. A governança envolve decisões estratégicas sobre tom de voz, limites de atuação, fluxos de validação e, principalmente, responsabilidade final pelo que é dito em nome da organização", alerta a executiva.

3 Transparência calibrada como diferencial - Helena defende também que a transparência sobre o uso de IA deve ser tratada como um ativo estratégico. "Chamo isso de 'transparência calibrada': informar o suficiente para gerar confiança, sem criar ruídos desnecessários. A ferramenta vai errar, e a forma como a empresa reconhece, corrige e aprende com esses erros é o que separa um deslize tolerável de um dano reputacional grave", destaca.

4 A responsabilidade final é humana - Para a presidente da Pine, a pergunta-chave já não é se a IA será usada no relacionamento com stakeholders, pois isso já é realidade. "A questão agora é se as empresas estão preparadas para assumir a responsabilidade pelas conversas que a tecnologia conduz em seu nome", provoca.

No fim, a IA deve ser aliada, mas nunca substituta do senso crítico humano. "O papel da comunicação nunca foi tão estratégico. É ela que faz as perguntas difíceis, define limites e garante coerência. Porque, no fim do dia, não é o algoritmo que responde por uma marca, somos nós", conclui Helena.

“As pessoas querem respostas rápidas, disponibilidade 24/7, mas também esperam empatia, contexto e senso crítico. O problema é que essas nuances ainda escapam aos algoritmos.”

1 A equação delicada entre IA e stakeholders - Para a Presidente Executiva da Pine, as expectativas do público são ambíguas. "As pessoas querem respostas rápidas, disponibilidade 24/7, mas também esperam empatia, contexto e senso crítico. O problema é que essas nuances ainda escapam aos algoritmos. Em situações sensíveis ou de crise, respostas imprecisas ou excessivamente padronizadas podem

Saúde e o fim da jornada 6x1

A proposta de fim da jornada 6x1, atualmente em discussão na Câmara dos Deputados por meio de uma Proposta de Emenda à Constituição (PEC 148/15), que pretende reduzir a duração semanal do trabalho para 36 horas (com três dias de descanso), tem repercussões que vão muito além da agenda trabalhista. [Leia mais](#)

Troca de emprego garantiu aumento salarial para 74% dos brasileiros

Levantamento indica que a busca por melhores salários e transparência motiva profissionais a priorizarem a mobilidade externa em vez da permanência nas empresas. [Leia mais](#)

Avaliações vão além das estrelas e fotos

A reputação digital deixou de ser resumida à média de estrelas exibida nos buscadores. Levantamento do Reclame Aqui aponta que 96% dos consumidores brasileiros leem avaliações no Google antes de escolher uma loja física ou contratar um serviço. [Leia mais](#)

Juros altos seguem travando o crescimento

Mesmo após quase três décadas do Plano Real, o Brasil convive com juros estruturalmente elevados como principal instrumento de controle inflacionário. Dados do IBGE mostram que a inflação acumulada pelo IPCA desde 1994 supera 700%, o que representa perda superior a 85% do poder de compra da moeda. Esse histórico ajuda a explicar a postura mais conservadora da política monetária e a manutenção da Selic em níveis elevados por longos ciclos. [Leia mais](#)

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

pezhkov_CANVA



Reinaldo Boesso

5ª edição do "Tem Mais nos Bastidores"

A 5ª edição do evento "Tem Mais nos Bastidores" será realizada nos dias 30 e 31 de março de 2026, no TMB Hall, em São José dos Campos (SP). Com foco no amadurecimento do mercado de negócios digitais, o encontro tem como tema "A Jornada" e é idealizado por Reinaldo Boesso, cofundador e CEO da TMB, fintech especializada em soluções de parcelamento via boleto e Pix voltadas a infoprodutores. A participação é restrita a profissionais previamente selecionados por meio de inscrição no site do evento. O conteúdo é direcionado a infoprodutores, propondo uma discussão empresarial sobre estrutura de caixa, governança, operação e gestão de risco. O objetivo é tratar o crescimento no ambiente digital como um processo estratégico e sustentável, e não apenas como resultado de lançamentos pontuais ou picos de vendas. Segundo Boesso, o setor vive uma fase de transição necessária. "O mercado digital deixou de ser um espaço de experimentação e passou a exigir maturidade empresarial", afirma (<https://www.tmb.com.br/>). [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Divulgação XP



XP conquista o iF Design Award com o case "Meus Objetivos"

@A XP, uma das maiores instituições financeiras do Brasil, acaba de conquistar o iF Design Award, com o case "Meus Objetivos". A funcionalidade, disponível no app da XP e vencedora nas categorias User Experience (UX) e Retail/Banking (UX), foi lançada em 2025 para transformar a experiência dos investidores de varejo sem assessoria dedicada, oferecendo uma jornada simples e acessível para definir metas financeiras e realizar investimentos com clareza e assertividade. O reconhecimento internacional é um marco histórico para a XP, que passa a integrar o seleto grupo de empresas premiadas pelo iF Design Award, criado na Alemanha, em 1954. Esse é um dos prêmios de design de maior prestígio global, uma vez que avalia projetos de mais de cem países com base em inovação, estética, funcionalidade e impacto social (www.xp.com.br). [Leia a coluna completa na página 2](#)

Vetores do Varejo

IFA 2026: liderança com fluência em IA vira vantagem competitiva para redes de franquia

Por Lyana Bittencourt

[Leia na página 5](#)

Automóveis

Via Digital Motors

Por Lucia Camargo Nunes

[Leia na página 4](#)