

## OPINIÃO

## Como a inteligência artificial impulsiona o planejamento estratégico no setor de beleza

Davi Iglesias (\*)

O uso da inteligência artificial (IA) na rotina de gestão tem transformado a maneira como empresas de serviços planejam seu crescimento e tomam decisões.

ração e direcionar esforços para atividades que geram mais resultados. Isso amplia a previsibilidade do negócio e reduz falhas comuns, como agenda mal distribuída ou falta de alinhamento entre a demanda e a equipe.

## Planejamento mais contínuo e menos intuitivo

A adoção de ferramentas baseadas em inteligência artificial também altera a lógica do planejamento estratégico. Em vez de um processo pontual, concentrado em revisões anuais, o planejamento passa a ser contínuo, com ajustes frequentes orientados por dados atualizados. Esse acompanhamento constante permite que negócios de serviços respondam com mais rapidez às mudanças do mercado e às variações no comportamento do consumidor.

Outro impacto relevante está na segurança das decisões. Com acesso a indicadores claros e recomendações baseadas em dados reais, os gestores conseguem avaliar com mais precisão o momento de investir, expandir a equipe ou revisar a oferta de serviços. Essa clareza reduz riscos e contribui para um crescimento mais sustentável.

## Dados como base do planejamento

Hoje, informações geradas na rotina de atendimento como volume de agendamentos, horários de pico, serviços mais procurados, desempenho de profissionais e frequência de retorno dos clientes, oferecem um retrato detalhado do funcionamento do negócio. Quando organizados e analisados de forma estruturada, esses dados permitem identificar padrões, antecipar demandas e ajustar estratégias com maior precisão.

Dessa forma, a inteligência artificial vem ganhando espaço como ferramenta de apoio à gestão. Sistemas capazes de analisar grandes volumes de dados operacionais conseguem identificar tendências e gerar recomendações práticas, reduzindo a dependência de análises manuais e tornando o planejamento mais ágil. Em vez de decisões baseadas apenas na intuição, os gestores passam a contar com evidências concretas para definir metas, ajustar preços, reorganizar a agenda ou estruturar campanhas.

Algumas soluções recentes já aplicam esse conceito na rotina de negócios de serviços. O objetivo dessas iniciativas não é substituir a tomada de decisão humana, mas ampliar a capacidade de análise e trazer mais clareza para o planejamento.

Além de acelerar a leitura de informações, a IA contribui para transformar dados em ações práticas. Ao identificar, por exemplo, períodos de ociosidade, serviços com maior rentabilidade ou padrões de comportamento dos clientes, é possível equilibrar a ope-

A tecnologia também favorece a organização da rotina operacional. Ao automatizar análises e consolidar informações em relatórios acessíveis, a inteligência artificial libera tempo antes dedicado a tarefas manuais e permite que a liderança concentre esforços em planejamento, relacionamento com clientes e desenvolvimento do negócio.

## Eficiência e competitividade no setor de serviços

É fato que o avanço da inteligência artificial na gestão de salões, clínicas e outros serviços recorrentes indica uma mudança estrutural no setor. Negócios que utilizam dados de forma estratégica conseguem operar com mais eficiência, reduzir desperdícios e construir experiências mais consistentes para os clientes. Ao mesmo tempo, tornam-se mais preparados para lidar com sazonalidades, oscilações de demanda e novos padrões de consumo.

Porém, mais do que uma tendência, a integração entre dados, inteligência artificial e planejamento estratégico representa uma evolução na forma de administrar negócios de serviços. Ao transformar informações do dia a dia em decisões mais claras e estruturadas, a tecnologia contribui para uma gestão mais profissional, previsível e orientada a resultados.

(\*) CEO da Gendo, plataforma de agendamento online e gestão voltada para micro, pequenas e médias empresas.

## Xiaomi está apostando nos humanoides

A Xiaomi parece determinada a provar que não é apenas mais uma fabricante de eletrônicos, mas sim uma protagonista da próxima revolução industrial.

Vivaldo José Breternitz (\*)

O anúncio de que seus robôs humanoides, aqueles cuja aparência lembra a de uma pessoa, já estão em operação em suas fábricas de veículos elétricos, não é apenas uma curiosidade tecnológica: é um sinal claro de que a empresa quer ser líder nesse campo.

O que impressiona não é apenas a capacidade dos robôs, transportando caixas pesadas ao colocando porcas de fixação, mas o que isso simboliza: estamos diante de uma mudança de paradigma - tarefas repetitivas e exaustivas, tradicionalmente executadas por trabalhadores humanos, começam a ser transferidas para máquinas que aprendem com os próprios erros e se tornam mais eficientes à medida em que vão trabalhando.

O detalhe mais impressionante é a estratégia de coleta massiva de dados; cada movimento dos humanoides gera informações que alimentam sistemas de controle cada vez mais sofisticados. É um ciclo virtuoso: mais dados, mais aprendizado, mais eficiência - é oportuno lembrar que esse ciclo pode ser aplicado a situações não tão pacíficas, como o uso dos humanoides para fins bélicos, por exemplo.



PhonlamalPhotos\_Images\_CANVA

Há também quem veja em tudo isso uma ameaça ao emprego, o que é verdade, pois a substituição de humanos por robôs é inevitável. Mas também é inegável que a Xiaomi está construindo uma vantagem competitiva gigantesca, pois ao dominar a combinação de inteligência artificial, robótica e manufatura, a empresa não apenas reduz custos: ela se posiciona como líder de um setor que ainda engatinha.

Em última análise, o que a Xiaomi está fazendo é transformar ficção científica em realidade. E quem conseguir escalar esse modelo primeiro terá em mãos não apenas fábricas mais produtivas, mas o poder de moldar o futuro da manufatura e do trabalho.

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

## Ferramenta orienta empreendedores na avaliação do potencial de franquia de seus negócios para a expansão

Nem todo negócio está pronto para se tornar uma franquia. E identificar isso a tempo pode salvar anos de investimento e muitas frustrações. Pensando nesse desafio, a vertical de franquias da Auddas desenvolveu um material **inédito e gratuito**, criado para ajudar empreendedores a avaliar seu modelo de negócio e evitar os erros mais comuns de quem ingressa no mercado de franquias: a Análise de Franqueabilidade oferece uma visão completa do negócio, avaliando, por meio de quatro pilares essenciais, se a empresa e o fundador tem o nível de maturidade necessário para se tornar uma franquia. "Recebemos quase diariamente empreendedores com a mesma dúvida: *Será que meu negócio pode virar franquia?* A Análise de Franqueabilidade foi criada justamente para oferecer uma resposta clara e objetiva a essa pergunta", explica Rodrigo Chiavenato, diretor de Franquias da Auddas.

O material foi desenvolvido em formato de questionário de avaliação, no qual o empreendedor responde a uma série de critérios que medem diferentes aspectos do negócio, de forma didática, com notas e marcações. A análise abrange desde diferenciais competitivos, tendências e viabilidade financeira, até riscos jurídicos e força da marca.



Rodrigo Chiavenato

Segundo o executivo, a ferramenta também é utilizada internamente pela Auddas para qualificar prospects e estruturar propostas comerciais mais assertivas, dimensionando com precisão o volume real de horas envolvidas em cada projeto e suas respectivas adequações. "Hoje, de cada dez negócios que chegam até nós, cerca de três têm boas condições de se tornar franquia. Mas muitos ainda não atendem a requisitos básicos e, nesses casos, preferimos não avançar, para evitar a criação de redes frágeis", acrescenta.

Embora os problemas identificados variem de setor para setor, muitos seguem um padrão. "Alguns são simples, como um fornecedor sem capacidade de atender em escala. Outros envolvem a ausência de um projeto arquitetônico estruturado ou de processos operacionais sólidos", explica Chiavenato. Nessas situações, a Auddas adota uma postura construtiva. "Se a tese é boa e o modelo funciona, mesmo que o negócio ainda precise de ajustes, apoiamos o empreendedor no processo de evolução. Porém, quando o negócio é frágil, carece de diferenciação ou não conta com um perfil de fundador adequado, orientamos a repensar antes de seguir para o franchising", destaca.

A criação da ferramenta responde a uma demanda crescente de empreendedores que veem no franchising uma alternativa de expansão, mas não sabem por onde começar. Segundo a Associação Brasileira de Franchising (ABF), o setor faturou R\$240 bilhões em 2024 e segue em expansão, atraindo desde cafeterias de bairro até grandes redes de serviços. "A franqueabilidade é a primeira pergunta que todo empreendedor deveria se fazer antes de pensar em escalar. Nosso objetivo é tornar essa resposta acessível, estruturada e, acima de tudo, útil para que ninguém entre nesse mercado sem preparo", resume Chiavenato.



## News @ TI

ricardosouza@netjen.com.br

## Br24 é a grande campeã do Bitrix24 Partner Awards

A brasileira Br24, que integra o Atomic Group, ecossistema de aceleração de negócios, acaba de conquistar uma cobiçada premiação internacional, o Bitrix24 Partner Awards. Promovida pela plataforma de sistema de gestão de Bitrix24, a iniciativa premia os melhores parceiros, em todo o mundo, da empresa global de tecnologia. A Br24 foi a vencedora nas categorias: pela quarta vez consecutiva, Best Enterprise Cloud Seller (Melhor Vendedor de Nuvem Corporativa); e Best New Client Aquisition (Melhor Aquisição de Novos Clientes). O prêmio foi recebido em fevereiro, e se refere a resultados obtidos no último ano (2025).

Na categoria Best Enterprise Cloud Seller, a Br24 chegou à final com outras quatro concorrentes, uma da África do Sul, outra do Peru e duas do Brasil. "A nuvem corporativa não é algo fácil, mas a vencedora [Br24] faz parecer simples", pontua o gerente de rede de parceiros da Bitrix24, João Guiotti. Já na categoria Best New Client Aquisition, a Br24 foi uma das quatro finalistas, sendo uma da Espanha, uma dos Emirados Árabes e outra também do Brasil. De acordo com a organização da premiação, a conquista não reflete apenas a conquista, pela Br24, de novos consumidores ou clientes, mas da formação de uma "comunidade" (<https://atomicgroup.com.br/>).

## Editorias

Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioph.com.br);

Comercial: comercial@netjen.com.br

Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; Edição Eletrônica: Ricardo Souza.

Revisão: Maria Cecília Camargo; Serviço informativo: Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

## Jornal Empresas &amp; Negócios Ltda

Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 - Vila Mariana - São Paulo - SP - CEP: 04128-080

Telefone: (11) 3106-4171 - E-mail: (netjen@netjen.com.br)

Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90

JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)

Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.