

Empresas & Negócios

Foto: Jirsak_CANVA

Redução de riscos financeiros em operações internacionais

A ABIMAQ abre inscrições para o workshop online Garantias Internacionais — Exportação, Importação e Outras Operações, marcado para os dias 16, 17 e 18 de junho (terça, quarta e quinta-feira). O objetivo é apresentar as principais regras de garantias internacionais, os principais riscos e os novos procedimentos nas operações de garantias para empresas que exportam, importam ou realizam operações internacionais (<https://abimaq.org.br/cursos/1937/garantias-internacionais-exportacaoimportacao-e-outras-operacoes>).

AI ChatGPT

MAIS DE
50 MILHÕES
DE USUÁRIOS
ATIVOS MENSAIS

```
1 restt
2 "Ais thatroust wrive to cancsy,"
4 "Ive de crouss text"
7 "Tpat""
2 ""Loget wate to enanytant restect whdin fiacler,"
4 ""adart wer wiinge langeer -G distahott"r-ehdytical!
5 "ther if text clases"
```

HÁ 4 ANOS NO BRASIL, CHATGPT IMPULSIONA NOVA CORRIDA POR VISIBILIDADE DIGITAL E GERAÇÃO DE NEGÓCIOS

▶▶▶ [Leia na página 8](#)

Etarismo corporativo: uma forma silenciosa de violência naturalizada

Com a proximidade do Dia Mundial de Conscientização da Violência contra a Pessoa Idosa, celebrado em 15 de junho, é comum associarmos o tema a situações explícitas de negligência, abuso ou abandono.

Existe, porém, uma forma mais silenciosa e igualmente corrosiva de violência que passa despercebida todos os dias: o etarismo corporativo.

Dentro das empresas, ele se manifesta de maneira sutil. Está nas oportunidades negadas sem explicação, na preferência automática por perfis mais jovens, na desvalorização da experiência e no rótulo de obsolescência atribuído a profissionais mais maduros. Não grita, não escandaliza, mas exclui, limita e desumaniza.

Ser consciente no palco da vida e do trabalho é também um ato ético. Porque toda escolha comunica valores. Quando líderes ignoram o etarismo, quando empresas não criam espaço para diferentes gerações coexistirem de forma respeitosa, elas estão, na prática, performando um papel de indiferença. E, no palco social, a omissão também é uma forma de violência.

A Inteligência Cênica nos convida a olhar para essas dinâmicas invisíveis. Ela nos lembra que toda organização é uma espécie de encenação coletiva e que a inclusão verdadeira começa quando todos têm o direito de estar em cena, sem precisar esconder partes de si para serem aceitos. Isso inclui, necessariamente, a valorização da experiência, da trajetória e do repertório que só o tempo constrói.

O etarismo não é apenas uma fa-



“Quando líderes ignoram o etarismo, quando empresas não criam espaço para diferentes gerações coexistirem de forma respeitosa, elas estão, na prática, performando um papel de indiferença. E, no palco social, a omissão também é uma forma de violência.”

lha de diversidade. É uma falha de percepção. Revela um ambiente que privilegia velocidade em detrimento de profundidade, novidade em detrimento de consistência, aparência em detrimento de conteúdo. E isso não empobrece apenas quem é excluído, pois empobrece a própria organização.

Combater o etarismo exige mais do que políticas formais. Exige uma reeducação emocional e cultural. Exige líderes capazes de pausar antes de reproduzir vieses automáticos, de substituir julgamento por escuta e de transformar a diferença em ativo e não em obstáculo.

O futuro do trabalho não será sustentável se não for intergeracional.

Ambientes saudáveis são aqueles onde experiências se encontram, onde saberes se complementam e onde ninguém precisa disputar legitimidade por idade. Nesse cenário, o papel do líder é claro: ser guardião de uma cultura onde todos tenham espaço para contribuir e existir com dignidade.

A Inteligência Cênica nos lembra que cada profissional tem direito a ser protagonista da própria história. E que o papel mais nobre que podemos desempenhar, nas empresas e na sociedade, é garantir que ninguém seja empurrado para fora de cena por causa de sua idade.

(Fonte: Ronaldo Loyola é executivo multidisciplinar e autor do livro “Inteligência Cênica - A nova soft skill do mundo corporativo”).

Open source é o jogo coletivo que define os vencedores da era digital

Se você parar para assistir a maior competição de futebol do mundo, a lição fica clara logo nos primeiros jogos: talento individual pode até decidir um lance, arrancar um gol improvável ou mudar o clima da partida. Mas quem levanta a taça, no fim, é o time que joga junto. ▶▶▶

Lançado o Conselho Nacional de Associações de Startups

Nova articulação reúne entidades de diferentes regiões do país para fortalecer a voz do ecossistema brasileiro de inovação. ▶▶▶

LinkedIn alcança 100 milhões de usuários(as) no Brasil e disponibiliza 100 cursos gratuitos

Marco reforça a relevância crescente da plataforma no dia a dia de profissionais e organizações, da construção de carreira à geração de negócios. ▶▶▶

Copa do Mundo: cadeias de suprimentos serão testadas além do planejamento

À medida que o Brasil se prepara para o próximo Festival do Futebol, varejistas e fabricantes já estão posicionando estoques, capacidade produtiva e estratégias de distribuição para lidar com o que se espera ser um dos ciclos de demanda mais intensos e imprevisíveis dos últimos anos. ▶▶▶

Para informações sobre o

**MERCADO
FINANCEIRO**

faça a leitura do
QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Divulgação Miolo



Últimas vagas para a 8ª turma do Winemaker Miolo Vinho Tinto

Estão chegando ao fim as inscrições para a 8ª turma do Winemaker Miolo – Vinho Tinto, experiência exclusiva da Vinícola Miolo que permite aos participantes viver todas as etapas da elaboração de um vinho ao longo de quase um ano. Com início marcado para agosto, no Vale dos Vinhedos, o programa entra em sua reta final de inscrições com as últimas vagas disponíveis. Reconhecido como o único curso da América Latina voltado à formação de enólogos amadores, o Winemaker Miolo proporciona uma vivência prática e técnica conduzida pelo Diretor Superintendente da Miolo Wine Group, enólogo Adriano Miolo, e pela equipe técnica da vinícola. Ao longo de quatro encontros presenciais, os participantes acompanham o ciclo completo da videira, desde a poda seca até o corte final do vinho (winemakers@miolo.com.br). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

AI/1º Fórum Brasileiro de Data Centers



Fórum discute investimentos bilionários em data centers e infraestrutura digital

@O 1º Fórum Brasileiro de Data Centers acontece em 23 de junho, no Hotel Nacional Inn Jaraguá, em São Paulo, reunindo autoridades públicas, investidores e executivos do setor para discutir o avanço da infraestrutura digital no Brasil e seu papel na economia global. Promovido pelo Instituto de Relações Internacionais e Comércio Exterior (IRICE), o evento deve abordar temas como políticas públicas, oportunidades de investimento, sustentabilidade, eficiência energética, segurança da informação e inovação tecnológica aplicada a data centers. O setor ganhou relevância estratégica diante da projeção de que pode mobilizar até R\$ 2 trilhões em investimentos na próxima década, segundo estudos da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) (<https://www.sympla.com.br/evento/1-forum-brasileiro-de-data-centers/3328089>). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Literatura

Livros em
Revista

Por Ralph Peter



▶▶▶ [Leia na página 4](#)

OPINIÃO

Os cabos submarinos estão redesenando a geografia digital do mundo

Carlos Eduardo Sedeh (*)

Quando falamos sobre a infraestrutura que sustenta a economia digital, é comum pensar em data centers, inteligência artificial ou computação em nuvem.

Pouca gente se lembra, porém, de que cerca de 99% do tráfego internacional de dados passa por cabos submarinos instalados no fundo dos oceanos. São mais de 600 cabos ativos ao redor do mundo, totalizando aproximadamente 1,4 milhão de quilômetros de extensão. Invisíveis para a maior parte das pessoas, eles sustentam desde transações financeiras globais até serviços de streaming, plataformas digitais e sistemas corporativos.

Durante muito tempo, essa infraestrutura foi tratada apenas como uma questão técnica. Hoje, isso mudou. Os cabos submarinos passaram a ocupar um papel estratégico para governos, empresas e mercados, em um contexto em que conectividade, segurança e capacidade de processamento de dados se tornaram fatores centrais para a competitividade econômica. No século XX, países disputavam rotas marítimas para transportar mercadorias. No século XXI, a disputa também passa pelas rotas que transportam dados.

A transformação digital ampliou de forma significativa a dependência global de conectividade internacional. Empresas operam simultaneamente em diversos mercados, cadeias produtivas são coordenadas em tempo real e volumes cada vez maiores de informações circulam entre continentes a cada segundo. Nesse cenário, garantir conexões rápidas, seguras e resilientes deixou de ser apenas uma necessidade operacional para se tornar uma questão estratégica.

Essa mudança ajuda a explicar por que os cabos submarinos ganharam relevância nas agendas econômicas e geopolíticas ao redor do mundo. Nos últimos anos, governos passaram a discutir com mais atenção temas como proteção de infraestrutura crítica, soberania digital e segurança das comunicações internacionais. Ao mesmo tempo, grandes empresas de tecnologia ampliaram investimentos em redes próprias de conectividade para atender à crescente demanda por dados.

Grandes provedores de conteúdo passaram a investir diretamente em projetos de conectividade submarina, sinalizando que essa infraestrutura deixou de ser exclusividade das operadoras tradicionais e passou a ocupar papel estratégico na economia digital.

Costumamos discutir cabos submarinos sob a ótica da tecnologia. Mas a questão central é econômica. Países que entendem isso estão construindo vantagens competitivas que podem durar décadas.

A capacidade de atrair investimentos em data centers, serviços digitais, plataformas globais e operações de processamento de dados está diretamente relacionada à qualidade da infraestrutura de conectividade disponível. Não basta ter capacidade computacional. É preciso garantir que os dados possam circular de forma eficiente entre mercados, empresas e regiões do mundo.

Nesse contexto, o Brasil reúne características que merecem atenção. Poucos países ocupam uma posição geográfica tão estratégica quanto a brasileira nas rotas internacionais de dados. Localizado no Atlântico Sul, o país conecta importantes corredores digitais entre América do Sul, América do Norte, Europa e África, em um momento em que a diversificação das rotas de conectividade ganha relevância para empresas, investidores e governos.

Essa posição pode representar mais do que uma vantagem geo-

gráfica. Pode se transformar em uma oportunidade econômica. Nos últimos meses, o governo federal intensificou discussões sobre o papel dos cabos submarinos na atração de investimentos em infraestrutura tecnológica e no fortalecimento da posição do Brasil como hub regional de conectividade. O movimento reflete uma percepção cada vez mais clara: conectividade internacional passou a ser um fator de competitividade.

A costa brasileira abriga importantes pontos de conexão internacional, com destaque para Fortaleza, que se consolidou como um dos principais hubs de cabos submarinos da América Latina. A cidade concentra mais de dez sistemas internacionais de cabos, fortalecendo a posição brasileira nas rotas globais de dados e contribuindo para atrair investimentos em data centers, serviços digitais e redes de alta capacidade.

Existe ainda um aspecto pouco explorado nessa discussão. O Atlântico Sul, historicamente associado às rotas comerciais que conectaram continentes ao longo dos séculos, volta a ganhar relevância estratégica. Desta vez, não pela circulação de mercadorias, mas pela circulação de dados.

Em um cenário de crescente demanda por conectividade internacional e diversificação de rotas digitais, a posição geográfica brasileira pode contribuir para aproximar mercados e fortalecer conexões entre América Latina, África, Europa e América do Norte. Trata-se de uma oportunidade que vai além das telecomunicações e alcança diretamente a competitividade do país.

Para empresas que atuam na construção e operação de infraestrutura de conectividade, essa transformação já é perceptível. O planejamento de redes deixou de responder apenas ao crescimento do tráfego e passou a considerar fatores geopolíticos, econômicos e de resiliência.

Ao mesmo tempo, cresce a preocupação global com a segurança e a continuidade dessas estruturas. Em 2024, danos a cabos submarinos no Mar Vermelho afetaram uma parcela significativa do tráfego de dados entre Europa, Ásia e Oriente Médio, evidenciando como incidentes localizados podem produzir impactos globais.

Por essa razão, os investimentos em conectividade precisam ser analisados de forma integrada. Data centers, redes terrestres, cabos submarinos e sistemas de energia fazem parte de um mesmo ecossistema. O desempenho de cada um deles influencia diretamente a capacidade de expansão dos demais.

Nos próximos anos, a demanda global por conectividade continuará crescendo em ritmo acelerado. Novas aplicações, modelos de negócios digitais e o aumento constante da circulação de dados exigirão infraestrutura capaz de acompanhar essa evolução.

Singapura compreendeu há anos que conectividade internacional é um ativo econômico. Ao investir de forma consistente em infraestrutura digital e interconexão global, consolidou-se como um dos principais hubs digitais do mundo. O Brasil retine condições geográficas igualmente relevantes e pode ampliar sua participação nessa agenda.

Os cabos submarinos dificilmente aparecerão nas manchetes com a mesma frequência que a inteligência artificial ou os grandes investimentos em data centers. Ainda assim, continuarão sendo uma das bases mais importantes da economia digital.

No século passado, o desenvolvimento econômico esteve ligado à capacidade de movimentar pessoas, mercadorias e energia. Neste século, ele também dependerá da capacidade de movimentar dados.

E é justamente sob os oceanos, longe dos holofotes, que parte dessa disputa já está acontecendo.

(*) CEO da SAMM, holding B2B de tecnologia e telecomunicações.

China tem planos grandiosos para inteligência artificial

O governo chinês prepara um plano ambicioso que prevê investimentos da ordem de US\$ 295 bilhões nos próximos cinco anos para implantação de uma rede nacional de centros de dados voltados para IA, segundo informações da Bloomberg.

Vivaldo José Breternitz (*)

Um detalhe muito importante está no equipamento a ser utilizado por esses centros: o projeto exige que fornecedores locais, como a Huawei, respondam por pelo menos 80% da tecnologia utilizada, especialmente chips de IA e deixando de fora gigantes americanos como Nvidia e AMD.

O plano integra um programa mais amplo chamado "Seis Redes", que também abrange água, energia e infraestrutura digital e que deve custar cerca de US\$ 700 bilhões.

O investimento chinês parece modesto frente ao das empresas ocidentais: só empresas americanas, como Meta e Microsoft, reservam cerca de US\$ 725 bilhões para IA em 2026. O diferencial está na coordenação estatal, que pretende atingir objetivos nacionais, ao contrário das big techs, voltadas principalmente para a obtenção de lucros,

O momento reflete a crescente confiança de Pequim em tecnologia própria: em maio, nove novos chips, fabricados por empresas como Huawei, Alibaba, Shanghai Biren e Moore Threads, passaram por revisões de segurança e foram liberados para utilização em setores sensíveis.



pearleye_CANVA

O movimento ecoa a lógica de soberania que também avança no Ocidente, embora em escala menor, com a Europa e Reino Unido buscando reduzir a dependência de tecnologias americanas.

Enquanto isso, no Brasil, soberania é

apenas uma palavra usada em campanhas eleitorais, com muito pouco de prático sendo realizado, especialmente em termos de tecnologia.

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

Edtech lança nova plataforma e reforça modelo de educação gratuita para milhões de estudantes

A Kultivi acaba de apresentar uma nova versão de seu ambiente digital. A reformulação inclui mudanças na navegação, arquitetura da informação, desempenho e experiência do usuário, com foco em tornar o acesso aos conteúdos mais rápido, intuitivo e eficiente para estudantes de diferentes perfis.

Lançada em 2017, a edtech cresceu acompanhando as transformações do ensino digital e a demanda crescente por qualificação profissional, preparação para concursos, vestibulares, exames de proficiência e desenvolvimento de carreira. Agora, a empresa apresenta uma plataforma totalmente redesenhada para simplificar a jornada de aprendizagem e reduzir

barreiras que podem impactar a permanência e o engajamento dos alunos.

A nova experiência foi construída para que o estudante encontre seus cursos com mais facilidade, avance entre módulos de forma fluida e tenha acesso mais rápido aos conteúdos. O objetivo é fazer com que a tecnologia atue como facilitadora do aprendizado, eliminando obstáculos que costumam gerar distrações ou dificultar a continuidade dos estudos.

"Acreditamos que democratizar a educação vai muito além de disponibilizar conteúdo gratuitamente. É preciso garantir que a experiência de aprendizagem seja simples, acessível e eficiente. A nova plataforma nasce justamente

desse entendimento: oferecer um ambiente que ajude as pessoas a manterem o foco no que realmente importa, que é o aprendizado", afirma Claudio Matos, CEO da Kultivi.

Atualmente, a plataforma reúne mais de 5 milhões e 200 mil alunos cadastrados, oferece 250 cursos gratuitos em áreas como idiomas, concursos públicos, desenvolvimento profissional, tecnologia e negócios, e contabiliza mais de 3.000 horas de conteúdo educacional disponível. Do início de 2025 até hoje, a empresa registrou crescimento de 15% em sua base de usuários, refletindo a busca cada vez maior por alternativas acessíveis de qualificação profissional (<https://kultivi.com/>).



News @ TI

ricardosouza@netjen.com.br

Nova plataforma AutoData Mobility

A nova plataforma AutoData Mobility, anunciada na semana passada, já está no ar. Basta acessar o endereço: www.autodata.com.br/autodata-mobility. O novo portal marca uma nova fase de AutoData, com conteúdos abordando produtos (carros, motos, ônibus e caminhões), tecnologia automotiva, engenharia, desempenho, eficiência energética, eletrificação e descarbonização, além de testes de veículos leves e pesados. Mais do que um novo portal, AutoData Mobility nasce com a missão clara de se transformar rapidamente no mais qualificado, relevante e respeitado ambiente jornalístico dedicado aos temas ligados à mobilidade no Brasil. Atualmente, o ecossistema digital da empresa supera 200 mil visualizações mensais e a expectativa é alcançar 700 mil acessos mensais até o fim de 2026, chegando à marca de 1 milhão de visualizações por mês no final de 2027.

Edusense lança módulo de gestão de carreira guiado por IA

Em um momento em que retenção de talentos, desenvolvimento de lideranças e mobilidade interna figuram entre os principais desafios das empresas brasileiras, a Edusense, unidade de negócio do DOT Digital Group com plataforma de aprendizagem focada em gestão de carreira, escolheu o CBTD 2026 (Congresso Brasileiro de Treinamento e Desenvolvimento), considerado o maior evento de T&D da América Latina, que aconteceu entre os dias, 8 e 10 de junho, em São Paulo, para fazer o lançamento oficial do seu novo Módulo de Gestão de Carreira. A novidade amplia o ecossistema da plataforma de aprendizagem da Edusense ao reunir, em um único ambiente, recursos de gestão de habilidades, mentoria, Plano de Desenvolvimento Individual (PDI), currículo profissional, vagas internas e feedbacks individuais (www.edusense.com.br).

Keep incorpora ZETHA SOLUTIONS

Unir forças, sem dúvida, é uma importante estratégia para conquistar crescimento. Compreendendo essa importância, a Keep Consultoria, especialista em SAP Business One, acaba de anunciar a incorporação da ZETHA SOLUTIONS. A movimentação vem ao encontro do objetivo da consultoria de crescer 30% em 2026. Fundada em 2013, a ZETHA SOLUTIONS desempenha uma atuação especializada em implementação,

evolução e reestruturação operacional de empresas que utilizam o SAP Business One, apoiando na transformação de processos, governança e gestão de informação gerencial confiável. Já a Keep Consultoria atua no desenvolvimento, personalização e suporte do sistema com foco em execução e resultado. A empresa conta com profissionais com mais de 20 anos de experiência em projetos SAP, conduzindo entregas aderentes à operação e à realidade de cada cliente (<https://keepconsultoria.com.br/>).

Solução para trocas de produtos no varejo

O Grupo Icatu Brasil, empresa com 30 anos de atuação em Trade Marketing e presença em mais de 4.500 pontos de venda em todos os 27 estados do Brasil, anuncia o lançamento da ResolveLog, serviço criado para resolver uma das maiores lacunas do pós-venda da indústria brasileira: a ausência de um preposto de campo que vá até a casa do consumidor para realizar a troca de produtos com defeito ou avaria. A ResolveLog opera como extensão do SAC das empresas contratantes. Quando um consumidor registra uma reclamação, o SAC da indústria aciona a ResolveLog, que agenda a visita domiciliar respeitando a disponibilidade de horário do consumidor, superando uma das principais barreiras do setor. Um agente treinado vai até a residência, recolhe o produto com defeito, entrega o produto substituído e registra tudo com foto, GPS e assinatura digital (www.resolvelog.com).

Itaú Unibanco e Google anunciam parceria para ampliar acesso à Inteligência Artificial

O Itaú Unibanco anuncia uma parceria com o Google para ampliar o acesso dos brasileiros a soluções digitais baseadas em Inteligência Artificial (IA), combinando benefícios exclusivos, distribuição em escala e o desenvolvimento conjunto de novas experiências. A iniciativa será apresentada durante o evento Google for Brasil, que marca o início de uma colaboração de longo prazo entre as duas empresas, com foco em democratizar o uso de tecnologias avançadas no dia a dia dos clientes. O Itaú passará a disponibilizar até 12 meses grátis de assinatura do plano Gemini AI Plus, com acesso premium a ferramentas de IA, por meio das plataformas Minhas Vantagens e Mais Vantagens. A proposta é permitir que milhões de pessoas experimentem, de forma simples e integrada, soluções baseadas em IA e serviços digitais avançados.

Empresas & Negócios
José Hamilton Mancuso (1936/2017)
Responsável: Lilian Mancuso

Laurinda Machado Lobato (1941-2021)

José Leonil Lobato (1939-2026)

Editorias
Economia: Nelson Tucci (nelson.tucci@netjen.com.br)
Mercado/Negócios/Tecnologia/Agronegócios/
Espaço empresarial: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br);
Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterariaralph.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 & 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.

Colaboradores: Ana Luisa Winckler, Carol Olival, Claudia Lazzarotto, Denise Debiasi, Fabiana Monteiro,
Geraldo Nunes, Heródoto Barbeiro e Neiva Mendes

ISSN 2595-8410

Seminário traduz o Acordo Mercosul-UE em oportunidade para as empresas brasileiras

“Mercosul-União Europeia: Caminhos Práticos para a Competitividade Internacional” é o nome do evento marcado para o dia 18 próximo, em São Paulo

Promovido pela Federação do Comércio de Bens e Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) conjuntamente com o Serviços Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e o Sindicato dos Depachantes Aduaneiros de São Paulo (Sindasp), esse encontro será gratuito, sendo realizado das 9h às 17h30 na sede do Sebrae (Estação Vergueiro do Metrô).



(EU) para ampliar mercados, reduzir barreiras comerciais e aumentar a competitividade internacional, diante de um mercado potencial de aproximadamente 700 milhões de consumidores.

Marcos Troyjo, economista, cientista político, diplomata e ex-presidente do Novo Banco de Desenvolvimento (NBD), o Banco do Brics, reconhecido internacionalmente por sua atuação em geopolítica e comércio exterior fará a palestra magna.

Empresários, especialistas, autoridades e representantes do setor produtivo estarão debatendo formas das empresas brasileiras aproveitarem o acordo entre Mercosul e União Europeia

Além dos realizadores, este evento contará com a participação de representantes do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), da Receita Federal

do Brasil (RFB) e da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), reunindo diferentes visões para apoiar empresas na construção de estratégias mais competitivas no mercado global.

Conteúdos Estratégicos

Ao longo do dia, os participantes terão acesso a conteúdos estratégicos sobre origem preferencial, certificação, controle aduaneiro, acesso a mercados,

crédito para exportação, segurança e conformidade nas operações internacionais. O foco são as Pequenas e Médias Empresas (PMEs), que representam a base do tecido produtivo paulista. A proposta do evento é traduzir um acordo historicamente complexo, em linguagem acessível e aplicável ao dia a dia das operações de comércio exterior.

A **FecomercioSP** atua na agenda do Mercosul apoiando empresas no comércio exterior, na desburocratização e na abertura de novos mercados. A Entidade, que representa cerca de 1,8 milhão de empresas paulistas, principalmente pequenos e médios negócios, responsáveis por, aproximadamente, 10% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, considera o acordo Mercosul-UE um marco para a internacionalização e a competitividade do empresariado brasileiro. <https://www.fecomercio.com.br/>.

O novo campo de batalha das seguradoras: detectar fraudes sem prejudicar o honesto

Emerson Carrijo (*)

Existe um dilema silencioso nas seguradoras — não é novo, mas se tornou mais complexo. De um lado, a pressão para combater fraudes cada vez mais sofisticadas. Do outro, a necessidade de oferecer uma experiência simples e sem fricção para o cliente legítimo, que já não tolera processos lentos e burocráticos. Na prática, essas agendas entram em conflito.

A Coalition Against Insurance Fraud estima perdas de bilhões de dólares anuais com fraudes. A resposta natural tem sido endurecer controles e ampliar validações. O problema é que, quando mal calibrada, essa reação aumenta a fricção para quem não tem nada a esconder — criando um risco mais sutil que a própria fraude.

Isso já é visível no dia a dia. Um cliente abre um sinistro no app e precisa repetir dados no call center. Outro inicia uma cotação no site e recomeça no WhatsApp. Em análises de fraude, áreas diferentes trabalham com dados incompletos, gerando mais validações, mais contatos e mais desgaste.

O cenário se agrava em momentos críticos, como análise de sinistros, renovações e subscrição de clientes com histórico. A experiência se deteriora quase invisivelmente: processos mais longos, interações engessadas, validações repetitivas. Segundo a PwC, a experiência já é um dos principais fatores de decisão no setor, muitas vezes superando o preço.

O combate à fraude não pode mais ser isolado ou reativo. Precisa ser contínuo e, principalmente, invisível para o cliente honesto. O problema estrutural é a frag-

mentação. Muitas seguradoras operam com canais desconectados — telefone, e-mail, chat, WhatsApp — e sistemas que não compartilham contexto. O resultado é uma visão parcial do cliente. Sem enxergar a jornada completa, a empresa compensa com mais perguntas e mais fricção.

Uma nova abordagem começa a ganhar força: unificar os canais em uma única plataforma, criando uma visão integrada das interações. Um contato iniciado no digital e continuado por voz passa a ser parte de uma única narrativa. Combinada ao uso de IA, essa camada deixa de ser apenas operacional e se torna estratégica. A análise do histórico completo permite uma leitura mais precisa de risco — priorizando casos suspeitos, reduzindo validações para perfis confiáveis e identificando padrões em tempo real.

Mais do que bloquear, a lógica passa a ser entender e ranquear o cliente. Fraudadores evoluem rapidamente e exploram lacunas. Soluções que centralizam interações e estruturam dados deixam de ser ferramentas e passam a gerar inteligência.

O desafio é encontrar equilíbrio: combater fraude sem transformar todo cliente em suspeito. Proteger a operação sem comprometer a experiência.

No fim, esse é o verdadeiro campo de batalha. Não apenas identificar fraudes, mas fazê-lo sem romper a confiança. Em um mercado onde produtos se tornam similares, a experiência segue como um dos poucos diferenciais sustentáveis.

(*) Emerson Carrijo é CEO da C&M Executive.

Programa Move Motos terá crédito para motociclistas

O governo federal lançará uma nova linha de crédito para motociclistas de aplicativos financiar motos novas. O Move Motos seguirá a lógica do Move Aplicativos, lançado no mês passado para ajudar motoristas de aplicativos e taxistas a financiarem veículos.

A medida foi anunciada pela ministra da Casa Civil, Miriam Belchior, durante reunião ministerial comandada pelo

presidente da República. Ela lembrou ainda que o programa Move Brasil recentemente foi ampliado para atender a renovação da frota de caminhões, ônibus e implementos rodoviários.

No primeiro dia de operações, R\$ 3,2 bilhões em crédito foram contratados pelo Move Brasil, dos R\$ 21,2 bilhões colocados à disposição pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES),

responsável por operar os recursos. No caso do Movo Máquinas Agrícolas, R\$ 10 bilhões estão à disposição para micro e pequenos empreendedores turísticos.

Para se habilitar, o motorista precisa preencher cadastro na plataforma gov.br/movebrasil. Em um prazo de até cinco dias após o cadastro, o trabalhador será informado se poderá participar do programa (ABr).



nelson.tucci@netjen.com.br

Responsabilidade Social

O compromisso com o desenvolvimento humano, valor presente na trajetória da Trael Transformadores, ganhou mais um reconhecimento em junho. A empresa foi uma das homenageadas com o **7º Prêmio Cativar**, iniciativa das Obras Sociais Seara de Luz que celebra organizações e instituições parceiras responsáveis por contribuir para a manutenção de projetos sociais voltados ao atendimento de famílias em situação de vulnerabilidade. A entrega foi realizada durante visita da juíza Maria Rosi de Meira Borba, integrante da Seara de Luz e uma das idealizadoras do projeto Panetone do Bem, desenvolvido em Cuiabá (MT).

R\$ 500 k para escolas municipais

Motiva Sorocabana e Instituto Motiva lançam edital para escolas que tenham iniciativas voltadas à natureza. A iniciativa destinará R\$500 mil a projetos de Educação para cinco escolas municipais que serão selecionadas, inscrições vão até 20 de junho. A Motiva, maior empresa de infraestrutura de mobilidade do Brasil, por meio do **Instituto Motiva** e da concessionária **Motiva Sorocabana**, que administra as rodovias do interior paulista, abriu as inscrições para a nova edição do Prêmio Escolas baseadas na Natureza, iniciativa que destinará R\$ 500 mil para apoiar projetos de Educação baseada na Natureza em escolas públicas municipais. Ao todo, cinco escolas serão selecionadas e poderão receber R\$ 100 mil cada para transformar seus espaços em ambientes de brincar e aprender com e na natureza (www.escolasebn.com.br)

Juventude e clima

Estão abertas, até 30 de junho, as inscrições para o edital **“Juventudes e Justiça Climática – Apoio a soluções lideradas por juventudes periféricas e de comunidades tradicionais”**. A iniciativa do Fundo Casa Socioambiental apoia organizações de base comunitária lideradas por jovens com idades entre 18 e 29 anos, de periferias urbanas e rurais de todo o país, na realização de soluções de justiça climática a

partir dos territórios. Podem se inscrever movimentos e organizações de todo o Brasil lideradas pela juventude, com ou sem CNPJ. As propostas devem enfrentar as desigualdades que as emergências climáticas aprofundam com soluções comunitárias de adaptação e resiliência (<https://casa.org.br/chamadas/juventudes-e-justica-climatica-apoio-a-solucoes-lideradas-por-juventudes-perifericas-e-de-comunidades-tradicionais/>)

Consumo consciente

O restaurante-escola do Senac terradaságuas, no Mato Grosso do Sul, passou a contar com um novo espaço voltado à gestão de resíduos e educação ambiental. A estrutura já está em funcionamento e permite que alunos, empresários e colaboradores acompanhem, na prática, o destino correto dos materiais gerados nas atividades do dia a dia. O ambiente reúne coletores específicos para diferentes tipos de resíduos, como vidro, papelão, papel, plástico, lâmpadas fluorescentes, esponjas, pilhas, baterias e óleo de cozinha, além de uma composteira destinada ao reaproveitamento de resíduos orgânicos. “A implantação integra as ações de sustentabilidade do **Senac MS** por meio do programa Ecos, iniciativa do Sistema Comércio, que orienta nossa atuação ambiental”, diz Gabriela Lazari, especialista em ESG (<https://ms.senac.br/senac/noticias/v/restaurante-escola-terradasaguas-ganha-espaco-de-reciclagem-e-educacao-ambiental>)

BLOG faz ação social

O conhecido **Blog do Rogério** Gomes realizou ação ambiental “Sustentabilidade na Prática” com patrocínio da Assembleia Legislativa do Ceará. A iniciativa leva educação ambiental e distribuição de sementes nativas em ação em frente a ALECE, em Fortaleza. O Blog celebra 10 anos de atuação na produção de conteúdo jornalístico e cobertura de temas sociais e culturais no Ceará. Nesta ação foram distribuídas 4 mil sementes de plantas nativas, incentivo ao plantio em calçadas, quintais e áreas urbanas, além da entrega de 4 mil sacolas ecológicas sustentáveis para apoio ao descarte correto de resíduos.



Prêmio Relatório Anual

Estão abertas as inscrições para o **28º Prêmio Abrasca de Melhor Relatório Anual – Edição 2026**. As categorias premiadas estão divididas da seguinte forma:

- Análise econômico-financeira;
- Aspectos socioambientais;
- Estratégia e investimentos com destaque para inovação;
- Estrutura de Gestão de Risco, Controles Internos e Compliance;
- Governança Corporativa.

Categoria “Companhia Aberta”, dividida nas seguintes subcategorias:

- 1º lugar: companhias com receita líquida igual ou superior a R\$ 3 bilhões;
- 2º lugar: companhias com receita líquida inferior a R\$ 3 bilhões.

Categoria “Empresas Fechadas”: 1º e 2º lugares.

Categoria “Organizações não Empresariais”: 1º e 2º lugares, abrangendo fundações, instituições de ensino, associações de classe, clubes, igrejas, entidades filantrópicas e fundos de investimento. Além dos premiados acima descritos, entre as Companhias Abertas subcategorias (a) e (b) serão concedidas cinco menções honrosas (https://premioabrasca.com.br/ficha-de-inscricao/?utm_medium=email&utm_campaign=28_premio_abrasca_inscricoes_abertas&utm_source=RD+Station)

Giraffas fatura R\$ 1 BI

O **Giraffas** começou 2026 avançando em uma estratégia de crescimento que combina investimentos em tecnologia, eficiência operacional e evolução da experiência do consumidor. Seguindo esse movimento, a rede vai investir R\$ 8,5 milhões em tecnologia ao longo do ano, com foco em sistemas, digitalização de processos e soluções que impactam diretamente a operação das lojas, como suporte aos franqueados e a jornada do cliente nos diferentes pontos de contato com a rede. Além disso, o Giraffas prevê a abertura de novas unidades. Em 2025, a política da companhia a levou ao maior faturamento da história: R\$ 1,07 bilhão.

IA para mídia quer R\$ 15 MI

A **Spring Scale Global**, empresa criada a partir de uma parceria entre o Grupo Neo e a singapurense Spring Scale AI, iniciou operações no Brasil com a meta de alcançar R\$ 15 milhões em faturamento em

2026. A companhia aposta em inteligência artificial para otimizar campanhas de mídia digital e adota um modelo em que assume parte do risco da performance das campanhas. Com aporte inicial de R\$ 600 mil e 12 clientes na carteira, a empresa mira setores como varejo, cosméticos, educação e serviços financeiros. “A inteligência artificial já está mudando a forma como marcas compram mídia e tomam decisões de performance. Nosso modelo busca entregar venda incremental com menor risco para o cliente, porque a eficiência da operação passa a ser responsabilidade da tecnologia e da nossa gestão”, afirma Giuliano Sarzana, sócio do Grupo Neo.

Aporte de R\$ 143 MI para semicondutores

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (**BNDES**) aprovou financiamento de R\$ 143,3 milhões para a Zilia Technologies pesquisar, desenvolver e ampliar a produção de semicondutores essenciais na produção de smartphones, computadores, tablets, smart TVs, automóveis, impressoras, equipamentos de segurança, entre outros equipamentos presentes no dia a dia da população. Com recursos do programa **BNDES Mais Inovação**, o apoio do banco impulsiona a indústria brasileira na cadeia global de semicondutores. Além da pesquisa e desenvolvimento, o projeto prevê a ampliação e modernização da fábrica da Zilia em Atibaia, São Paulo (<https://agenciadenoticias.bndes.gov.br/industria/BNDES-aprova-R-1433-milhoes-para-a-Zilia-Technologies-ampliar-producao-de-semicondutores-no-Brasil/>)

Golpe do IR

Conhecer sobre **“novos golpes**, ou remixagem dos antigos, no Brasil tem sido tarefa corriqueira. Com o pagamento do primeiro lote da restituição do Imposto de Renda 2026, no final de maio, golpistas voltam a se aproveitar da ansiedade dos contribuintes para aplicar golpes utilizando o nome de instituições financeiras. Ao todo, 8,7 milhões de pessoas foram contempladas pela Receita Federal, em um lote que soma R\$16 bilhões em créditos. Um dos mais comuns é quando o criminoso (a) faz contato e informa que a restituição já está disponível. Logo solicita “atualização cadastral”, “pagamento de taxas” ou ainda uma certa “confirmação de dados bancários” para liberar o valor. Só que não. Ofertas de “antecipação” da grana também são comuns. Na dúvida, fale com o gerente da sua conta.



Livros em Revista

Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)

O Mistério do Povo Mamoé:
A saga de Jobim na Amazônia

Paulo Spínola – Avá – Paulo desde 1970 intitula-se como ferrenho ambientalista, e assim é conhecido mundo afora. Lastreado em sua vivência amazônica, que aliás é bastante apreciada e grande, ficcionou essa obra na qual o menino Jobim, meio indígena, lança-se nos recônditos amazonenses para encontrar seu pai. Uma aventura e tanto que levará o leitor a conhecer atos, fatos e lendas que jamais foram mencionadas. Obra dotada de uma singeleza ímpar, não é somente ambientalista, que por si merece aplausos. Trata-se também de um descortinar de um Brasil pouco conhecido que todavia, reveste-se de uma importância fundamental. Deve ser lido por jovens e adultos. Entretenimento garantido, com boas informações!

O Diário de Liderança: 365 dias
de expansão da consciência:
O agir com convicção

Livia Mandelli – DVS – Doutora Livia é uma incansável ativista pela melhoria do ser humano. Sua vasta e profunda experiência, nacional e internacional, qualifica-a entre as melhores gestoras de pessoas da atualidade. Nesta obra com título autoexplicativo criou um método, pelo visto, vencedor. O leitor encontrará o dia a dia de, ou para uma carreira que objetiva o topo, profissional e por consequência o pessoal. Num linguajar de fácil entendimento, sem perder seu sério contexto, a obra ilumina caminhos. Um verdadeiro palmar ao sucesso. Absolutamente factível!



O Lobo com Pés de Humano

Elias Toledo Martins Ribeiro – Naj Formiga (Ilustr) – Artérinha – O autor é um garoto de nove anos de idade. Após um sonho absolutamente desconcertante, irreal, sentiu que poderia dar um ar de realidade ao que parecia um devaneio. Criou a estória de um lobo diferente. Toda sua estrutura é de uma fera, todavia, seus pés são humanos. Uma ficção que mistura arte, exemplo de inclusão e boa criatividade. Além das ótimas ilustrações há espaços para serem coloridos que farão a gurizada viajar com os protagonistas. Tudo indica seja o início de uma exitosa trajetória literária!

? Que Pasa, Venezuela? Colapso
econômico, ditadura, crise humanitária:
A ascensão e a queda do país que já foi o
mais rico da América do Sul.

Janaina Figueiredo – Globo Livros – A Janaina é uma experiente jornalista com credibilidade internacional. Especializou-se em América Latina, seus sucessos e fracassos. Suas matérias abrilhantaram os mais rígidos e respeitados veículos de imprensa. Nesta obra, pelo que senti, relata com pesar, a verdadeira debacle ocorrida na Venezuela. Numa análise fria, lastreada em evidências, fatos incontestes e sem inclinação ou viés de ordem política, a vibrante jornalista, retrata o que está a ocorrer no país vizinho e o que ocasionou este lastimável caos. O leitor sentir-se-á como que conversando, intimamente com a Janaina e, dada sua rápida fluência, nem sentirá o “peso” das mais de duzentas páginas. Um documento para ser guardado. Leitura obrigatória para nossos jovens, principalmente os eleitores. Por demais oportuna!!

www.bcctelevisao.com.br

Assista ao programa Livros
em Revista. Um canal repleto
de novidades do universo
literário. Entretenimento
garantido!Com apresentação
de Ralph Peter.

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL
DE PESSOAS NATURAIS

15º Subdistrito - Bom Retiro

Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - Oficial

Faça saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **CHADI NIDAL MOHAMMAD ALI TOMALIH**, nascido em Uruguiana, RS, no dia 16/04/1984, profissão comerciante, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Nidal Mohammad Ali Tommalih e de Ebtissam Nidal Tommalih. A pretendente: **LATIFA HNINI**, nascida em Marrocos, no dia 15/05/1998, profissão de lar, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Mouloud Ben Omar e de Hachoma Bent Taibi.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

Baixa qualidade dos dados pode gerar
perdas acima de US\$ 5 milhões por ano

Com pressão regulatória, auditorias mais rigorosas e aumento da dependência de fornecedores, dados desatualizados podem gerar falhas, multas, retrabalho e decisões equivocadas

Em um ambiente de negócios cada vez mais regulado e dependente de informações confiáveis, a qualidade dos dados deixou de ser uma preocupação apenas da área de tecnologia. Hoje, dados duplicados, incompletos, desatualizados ou inconsistentes podem comprometer auditorias, relatórios fiscais, homologação de fornecedores, controles internos e até a reputação das empresas.

O alerta ganha força diante da ampliação das exigências de governança, proteção de dados e gestão de terceiros. A própria Lei Geral de Proteção de Dados prevê sanções administrativas que incluem advertência, publicização da infração, bloqueio ou eliminação de dados pessoais e multa simples de até 2% do faturamento da empresa no Brasil, limitada a R\$ 50 milhões por infração.

Segundo Paulo Cordeiro, CEO da 4MDG, o saneamento de dados passou a ser uma ferramenta essencial para empresas que querem fortalecer seus programas de compliance e reduzir riscos operacionais. “Não existe compliance eficiente com dados desorganizados. Se a empresa não sabe se um cadastro está correto, se um fornecedor está regular ou se uma informação está atualizada, ela toma decisões no escuro. O saneamento de dados é o primeiro passo para dar segurança, rastreabilidade e confiabilidade à gestão”, afirma Cordeiro.

O saneamento de dados consiste em corrigir, padronizar, validar e atualizar registros nos sistemas corporativos. Na prática, envolve ações como eliminação de duplicidades, correção de erros de digitação, padronização de campos, validação em bases externas e atualização de informações obsoletas. Essas etapas ajudam a evitar distorções em relatórios, falhas em auditorias e inconsistências em obrigações legais.



MinghoStudio/Imagem_Canva

A relevância do tema também aparece em estudos internacionais. A IBM aponta que problemas de qualidade de dados impactam diretamente estratégias, decisões e iniciativas de inteligência artificial, e cita levantamento de 2025 do IBM Institute for Business Value segundo o qual 43% dos Chief Operations Officers indicam a qualidade dos dados como sua principal prioridade relacionada a dados. O estudo demonstra ainda que mais de um quarto das organizações estimam perder mais de US\$ 5 milhões anualmente devido à baixa qualidade dos dados, com 7% relatando perdas de US\$ 25 milhões ou mais.

Já a Gartner afirma que 59% das organizações não medem a qualidade de seus dados, o que dificulta entender quanto a falta de qualidade custa e qual retorno um programa de melhoria pode gerar.

O efeito negativo é ainda maior em cenário impulsionado pela IA, particularmente com a ascensão da IA generativa. Segundo a IBM, a qualidade e a governança dos dados estão entre os principais desafios que impedem a adoção da IA. Preocupações com a precisão ou o viés dos dados figuram como uma das principais barreiras para a expansão de iniciativas de IA, relatadas por quase metade (45%) dos líderes empresariais.

Entre os exemplos mais críticos está a gestão de fornecedores. Empresas que mantêm cadastros incompletos ou desatualizados podem contratar parceiros sem homologação adequada, com pendências fiscais, restrições legais ou histórico de sanções.

No Brasil, o Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas, mantido pela Controladoria-Geral da União, retine empresas e pessoas físicas que sofreram sanções que restringem a participação em licitações ou a celebração de contratos com a Administração Pública. Para Cordeiro, esse tipo de base mostra por que a validação contínua de informações se tornou indispensável.

“Uma empresa pode estar regular hoje e apresentar restrições amanhã. Por isso, não basta fazer uma checagem pontual no momento do cadastro. É preciso manter uma rotina de atualização e monitoramento para evitar que dados vencidos ou inconsistentes exponham a organização a riscos jurídicos, financeiros e reputacionais”, explica o CEO da 4MDG.

Além de apoiar o compliance, a qualidade dos dados impacta diretamente a eficiência operacional. Cadastros duplicados, informações divergentes e campos preenchidos de forma incorreta geram retrabalho, atrasam processos e dificultam a tomada de decisão.

Na área financeira, por exemplo, dados incorretos de clientes, produtos ou fornecedores podem causar inconsistências em relatórios fiscais e contábeis. No jurídico, por sua vez, informações desatualizadas podem comprometer o controle de contratos, prazos e documentos. Em suprimentos, falhas cadastrais podem atrasar compras, pagamentos e homologações.

“Quando os dados são limpos, padronizados e rastreáveis, a empresa ganha agilidade. As auditorias ficam mais simples, os relatórios ficam mais confiáveis e os gestores conseguem decidir com base em informações reais, não em suposições”, afirma Cordeiro.

Segundo o executivo, o saneamento de dados deve ser tratado como um processo contínuo, e não como uma ação pontual. “Os dados mudam o tempo todo. Empresas alteram endereços, documentos vencem, certidões expiram e fornecedores mudam de situação cadastral. Se não houver monitoramento permanente, a base volta a se deteriorar”, destaca.

Para apoiar esse processo, a automação tem se tornado uma aliada das áreas de compliance, governança, financeiro, jurídico e suprimentos. Soluções tecnológicas permitem validar dados em bases externas, padronizar cadastros, registrar alterações, automatizar fluxos de aprovação e manter rastreabilidade sobre as informações.

“Dados confiáveis são a base de qualquer programa de compliance. Empresas que investem em saneamento reduzem riscos, evitam retrabalho, melhoram controles internos e fortalecem sua governança. Em um mercado cada vez mais fiscalizado, cuidar da qualidade da informação é cuidar da sustentabilidade do negócio”, conclui Cordeiro.

Senac São Paulo destaca formação em
drones, geotecnologias e realidade virtual
no DroneShow Robotics 2026

O Senac São Paulo participa da edição 2026 do DroneShow Robotics, principal evento da América Latina dedicado a drones, robótica e tecnologias autônomas, que acontece entre os dias 16 e 18 de junho, no Expo Center Norte, em São Paulo. A instituição marca presença com experiências práticas, conteúdo especializado e iniciativas voltadas à formação profissional em áreas estratégicas para a transformação tecnológica.

Entre os destaques da programação está uma ativação de realidade virtual que permitirá aos visitantes vivenciarem a experiência de pilotagem de drones em ambiente simulado, além da participação da Editora Senac São Paulo e de palestras voltadas à aplicação das tecnologias emergentes em diferentes setores da economia. Durante o evento, especialistas da instituição conduzirão palestras sobre temas como manutenção e segurança de equipamentos, pilotagem de drones e geoprocessamento aplicado ao meio ambiente. As apresentações abordarão desde aspectos técnicos da robótica embarcada até o potencial das geotecnologias para monitoramento ambiental e tomada de decisão baseada em dados.

Outro destaque é que o Senac tem realizado ações com o CRCEA-SE – DECEA, para

orientar a utilização de drones na instituição e viabilizar novos cursos envolvendo pilotagem de drones. Dessa forma, a instituição concilia o fomento ao uso, segurança e conformidade com as regulamentações.

A relevância do tema acompanha a expansão acelerada do setor. De acordo com o Anuário ABRDRONE 2026, o Brasil atingiu a marca de 133 mil drones registrados, com crescimento anual superior a 20%, consolidando-se como um dos mercados mais relevantes da América Latina e com forte potencial de expansão. O uso dessas tecnologias deixou de ser restrito a aplicações recreativas e militares, tornando-se estratégico em áreas como agronegócio, segurança pública, infraestrutura, logística, cidades inteligentes e produção audiovisual (O Senac São Paulo participa da edição 2026 do DroneShow Robotics, principal evento da América Latina dedicado a drones, robótica e tecnologias autônomas, que acontece entre os dias 16 e 18 de junho, no Expo Center Norte, em São Paulo. A instituição marca presença com experiências práticas, conteúdo especializado e iniciativas voltadas à formação profissional em áreas estratégicas para a transformação tecnológica (https://droneshowla.com/feira/participle/).

Onboarding humanizado: Quatro práticas para aumentar o engajamento e a produtividade desde o primeiro dia

CEO da Carpediem RH explica como processos de integração mais humanos fortalecem a cultura organizacional e reduzem turnover

A experiência de um colaborador dentro de uma empresa começa antes mesmo da execução de suas primeiras tarefas. Os dias iniciais representam um momento decisivo para a construção de vínculos, compreensão da cultura organizacional e percepção sobre o ambiente corporativo. “É nesse contexto que o onboarding humanizado ganha protagonismo como estratégia de retenção, engajamento e desenvolvimento de talentos”, explica a psicóloga e CEO da Carpediem RH Aliesh Farias.

Mais do que apresentar processos e demandas, empresas têm percebido a importância de transformar a chegada de um novo profissional em uma experiência acolhedora e estruturada. Segundo Aliesh Farias, a forma como essa integração é conduzida impacta diretamente a motivação, a adaptação e até a permanência do colaborador no longo prazo. “Empresas que cuidam da chegada das pessoas estão, na prática, cuidando também da permanência delas na organização, já que o início da jornada influencia diretamente performance, engajamento e retenção”, afirma Aliesh.

Ou seja, o onboarding é a primeira experiência real da pessoa dentro da organização, sendo que os primeiros contatos influenciam diretamente na motivação, na confiança e na forma como aquele colaborador irá se posicionar no local. “Por isso, é essencial que esse processo seja pensado de maneira estratégica, mas sobretudo humana”, conclui a CEO da Carpediem RH.

Mas, além de acelerar a adaptação, um onboarding bem estruturado também reduz índices de turnover, fortalece o alinhamento cultural e contribui para ganhos mais rápidos de produtividade. Para a especialista, empresas que investem nessa etapa constroem relações profissionais mais consistentes desde o início da jornada.

A seguir, Aliesh destaca quatro práticas fundamentais para um onboarding humanizado:



Repleimages.com, YuniAcuris, CANVA

1) Priorize acolhimento desde o primeiro contato

Os primeiros dias em uma nova empresa costumam ser acompanhados de ansiedade, insegurança e excesso de informações. Por isso, criar um ambiente receptivo e seguro faz diferença no processo de adaptação. “Quando alguém ingressa em uma nova organização, não está apenas aprendendo uma função. Existe também uma busca por pertencimento, conexão e segurança emocional. Um onboarding humanizado considera o colaborador como indivíduo e torna essa transição mais leve e acolhedora”, explica.

2) Incentive a participação ativa da liderança

O gestor tem papel central na experiência de integração. Mais do que acompanhar entregas, cabe à liderança orientar, aproximar e facilitar conexões dentro da equipe. “Não existe onboarding eficaz sem líderes preparados para acolher. São eles que transformam o cotidiano em uma experiência positiva, mostrando na prática como aquele profissional pode crescer e se desenvolver dentro da empresa”, destaca Aliesh.

3) Mantenha acompanhamento contínuo e escuta ativa

A adaptação não acontece apenas na primeira semana. Os meses iniciais

exigem acompanhamento próximo, abertura para diálogo e alinhamento constante de expectativas. “Reuniões frequentes, conversas individuais e espaços de escuta ajudam a identificar dificuldades, reduzir inseguranças e fortalecer a confiança do colaborador no ambiente corporativo”, explica a consultora.

4) Estabeleça expectativas claras e feedbacks constantes

Clareza sobre responsabilidades, metas e expectativas reduz ruídos e proporciona mais autonomia ao profissional. Da mesma forma, feedbacks contínuos contribuem para o desenvolvimento e evitam frustrações ao longo da jornada. “Quando o colaborador entende o que se espera dele e percebe apoio em seu crescimento, o processo de adaptação tende a ser mais rápido e eficiente”, diz Aliesh.

“Entre os principais benefícios de um onboarding humanizado estão o fortalecimento da cultura organizacional, o aumento da motivação e a construção de relações profissionais mais duradouras”, completa. “Profissionais que vivenciam uma integração estruturada tendem a se sentir mais confiantes, motivados e conectados aos objetivos da empresa”.

Terceirização financeira para reduzir a exposição fiscal

Renato Halt (*)

Ambiente complexo, mas lucrativo, exige que empresários enxerguem o real valor da contabilidade. Fazer negócios no Brasil é uma atividade que exige, simultaneamente, habilidade para navegar em meio a dos ambientes regulatórios mais difíceis do mundo e, apesar disso, continuar gerando valor. De acordo com o Tax Complexity Project, índice desenvolvido pelo instituto alemão Accounting for Transparency, a legislação tributária brasileira ranqueia entre as mais complexas internacionalmente. Para empresas que planejam se expandir, a resposta está sendo encontrada na terceirização financeira.

Novos negócios, mais funcionários e faturamentos maiores exigem uma gestão fiscal mais cuidadosa para que a exposição seja mínima e a empresa evite penalizações e desgastes. Tradicionalmente, isso significa que, para crescer, a organização precisa investir na área contábil e se adequar ao novo estágio, um processo que, muitas vezes, acaba travando a própria expansão.

Diante desse cenário, o mercado brasileiro já entendeu que a escalabilidade é uma habilidade decisiva, o que tem incentivado gestores a optarem pela terceirização como forma de maximizar os esforços destinados às operações financeiras. Ao confiar essa tarefa para uma empresa especializada, eles ganham a segurança de que o compliance vai acompanhar o planejamento, reduzindo os riscos jurídicos.

Antecipando as mudanças

A escalabilidade e a capacidade de adaptação contábil têm uma importância que vai além da tributação brasileira. Fatores como a reforma tributária, acordos internacionais semelhantes ao União Europeia-Mercosul e mudanças internas nos processos de faturamento de fornecedores mostram como essas habilidades são necessárias para posicionar a empresa ao redor do mundo.

As mudanças frequentes e estruturais abrem espaços para que surjam inconsistências de conformidade dentro da companhia, dificultando a padronização e a visibilidade dos negócios. Quando esses obstáculos aparecem, eles logo se manifestam na forma de uma redução silenciosa

da eficiência operacional e no aumento da exposição a penalidades contratuais ou fiscais.

Para que a empresa cresça e gere valor nesse ambiente, a área contábil precisa ir além da postura reativa, antecipando-se às mudanças e acompanhando as normas regulatórias. É aí que entra a escalabilidade, pois ela permite agir de forma preventiva com maior agilidade.

Neste sentido, o crescimento dos mercados de Business Process Outsourcing (BPO) e Business Transformation Outsourcing (BTO) têm acompanhado a evolução do conhecimento contábil. Conforme estes conceitos ganharam mais relevância e profissionais passaram a se especializar neles, muitas empresas perceberam que extrairiam melhores resultados contratando uma organização externa especializada nesta proposta do que construindo o seu escritório contábil particular.

Um ambiente difícil, mas que vale a pena

Apesar da complexidade legislativa, o mercado brasileiro é lucrativo e recompensa quem entende a fundo o ambiente tributário e regulatório. Um estudo da consultoria global PwC analisou os balanços de 2024 de 348 empresas de capital aberto no Brasil, constatando que o crescimento médio da EBITDA para essas organizações foi de 10,1 pontos percentuais.

Esses dados indicam que vale a pena dominar essa complexidade fiscal para usufruir dos frutos do mercado nacional, visto que, além de normas extensas, esse ambiente criou uma geração de profissionais contábeis especializados em resolver e prever problemas.

Quem quer crescer no Brasil já está no caminho certo, mas precisa enxergar o papel da contabilidade e da escalabilidade dentro deste objetivo. Para isso, é preciso investir em processos estruturados e monitoramento contínuo, assim as empresas passam a identificar riscos antes que se tornem passivos, reduzindo a exposição financeira, aumentando a previsibilidade jurídica e liberando a organização para atingir o seu melhor potencial.

(*) Presidente de Business Transformation Outsourcing (BTO) na H&CO, empresa multinacional de consultoria global, tecnologia e terceirização de serviços profissionais.

ABASTECE AÍ PARTICIPAÇÕES S.A.

CNPJ 48.983.336/0001-48 - NIRE 35300606957

Ata da Assembleia Geral Ordinária

Data, Hora e Local: 30 de abril de 2026, às 15h30, na sede social. **Presença:** (i) acionista representando a totalidade do capital social; e (ii) Diretores da Companhia. **Mesa:** Roberto Rubio Potzmann - Presidente. Tatiana Cirqueira Feitosa - Secretária. **Ordem do Dia e Deliberações:** 1. Aprovar, sem emendas ou ressalvas, as contas dos administradores e as demonstrações financeiras relativas ao exercício social encerrado em 31/12/2025. 2. Aprovar a destinação do prejuízo líquido do exercício social encerrado em 31/12/2025, cujo montante foi de R\$ 6.049.110,57, inteiramente destinados à conta de prejuízos acumulados. 3. Aprovar, sem emendas ou ressalvas, o limite máximo global anual para a remuneração dos administradores de até R\$ 60.000,00. Esta ata foi lida, aprovada e assinada pelos presentes. A íntegra da ata está publicada no endereço eletrônico deste jornal nesta data. Registro JUCESP nº 226.610/26-3 em 08.06.2026. Marina Centurion Dardani, Secretária Geral.



ROSA CAPITAL SECURITIZADORA S.A.

CNPJ/MF nº 34.130.652/0001-62 - NIRE nº 35300538285

ATA DE ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA REALIZADA EM 14 MARÇO DE 2026.

Aos 14/03/2026, às 14:00 h., na sede, com a presença da totalidade. **Mesa:** Presidente: MARCOS ANTONIO FROTA ROSA, Secretário: Sra. ANA MARTA BEZERRA ROSA. **Deliberações Unânicas:** Aprovar, nos termos dos artigos 6º e seguintes, do Estatuto Social da Companhia, a reeleição dos seguintes nomes para ocupar o cargo de Diretor Presidente da Companhia, com mandato de 03 anos, com início em 14 de março de 2026, conforme Termo de Posse Anexo A presente Ata: **MARCOS ANTONIO FROTA ROSA**, CPF/MF nº 060.831.883-34, RG nº 52.923.262-5 (SSP/SP). Aprovar, nos termos dos artigos 6º e seguintes, do Estatuto Social da Companhia, a reeleição dos seguintes nomes para ocupar cargo de Diretor Presidente, com mandato de 03 anos, com início em 13 de fevereiro de 2026, conforme Termo de Posse à Anexo presente Ata (Anexo I) **ANA MARTA BEZERRA ROSA**, RG nº 30.120.745-8 (SSP/SP) CPF/MF nº 112.877.723-15. Aprovar, nos termos dos artigos 6º e seguintes, do Estatuto Social da Companhia, a reeleição dos seguintes nomes para ocupar cargo de Diretora Gerente, com mandato de 03 anos, com início em 14 de março de 2026 conforme Termo de Posse à Anexo presente Ata (Anexo II) **DANIEL BEZERRA ROSA**, RG nº 35.586.749-7 SSP/SP CPF/MF nº 341.641.438-19. Aprovar, nos termos dos artigos 6º e seguintes, do Estatuto Social da Companhia, a reeleição dos seguintes nomes para ocupar cargo de Diretor sem designação específica, com mandato de 03 (três) anos, com início em 14 de março de 2026, conforme Termo de Posse à Anexo presente Ata (Anexo III) **HENRIQUE BEZERRA ROSA**, RG nº 35.586.749-7 SSP/SP CPF/MF nº 366.430.608-26. Aprovar, nos termos dos artigos 6º e seguintes, do Estatuto Social da Companhia, a reeleição dos seguintes nomes para ocupar cargo de Diretor sem designação específica, com mandato de 03 (três) anos, com início em 14 de março de 2026, conforme Termo de Posse à Anexo presente Ata (Anexo IV) Aprovar a consolidação do Estatuto Social da Companhia, cujo texto aprovado por todos os acionistas segue anexo à presente ata como Anexo V. Nada mais. São Paulo, 14 de março de 2026. A íntegra da Ata encontra-se disponível no site: <https://jornalempresanegocios.com.br/>




O JORNAL CERTIFICA
AS PUBLICAÇÕES LEGAIS
COM PONTUALIDADE E
TRANSPARÊNCIA, CUMPRINDO
AS NORMAS JURÍDICAS.
AFINAL, O JORNAL É LEGAL.




Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário



ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNALIS



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS E VEÍCULOS ESPECIALIZADOS EM PUBLICIDADE LEGAL



JORNALIS DO INTERIOR





O CISO e a IA Generativa: Como liderar a adoção segura de ferramentas de produtividade

Fernando Dulinski (*)

A adoção da inteligência artificial generativa nas empresas deixou de ser uma tendência para se tornar uma realidade onipresente

O desafio, contudo, é que em muitos casos ela chegou antes da estratégia. Impulsionadas pela promessa de eficiência, equipes passaram a utilizar essas ferramentas de forma espontânea, criando um cenário onde o debate não é mais sobre quando implementar a tecnologia, mas sobre como governar algo que já está em pleno uso. Dados reforçam esse descompasso: um estudo da KPMG aponta que 86% dos trabalhadores brasileiros utilizam IA no dia a dia, enquanto a MIT Technology Review Brasil revela que apenas 22% das empresas possuem governança adequada. Na prática, as organizações não estão apenas adotando a IA, mas sim estão perdendo o controle sobre ela.

Esse cenário inaugura uma nova camada de complexidade dentro das organizações. Se antes o desafio das áreas de segurança estava concentrado no chamado shadow IT, agora surge a Shadow AI, um fenômeno mais difuso e difícil de mapear. Isso porque a IA generativa é extremamente acessível e intuitiva, permitindo que qualquer colaborador incorpore à rotina sem barreiras técnicas, mas o problema é que esse uso, apesar de eficiente, raramente considera critérios de segurança. Ou seja, informações sensíveis, como dados de clientes e documentos estratégicos, são inseridas em plataformas abertas sem a devida consciência das implicações e os dados vitais são processados fora do perímetro de segurança da companhia, ampliando drasticamente a superfície de exposição.

É fundamental entender que a inteligência artificial generativa não é, por si só, o problema central, mas potencializa vulnerabilidades existentes, escalando sua

velocidade. Diante desse cenário, o papel do CISO exige uma transformação inevitável. Historicamente visto como um agente de controle e contenção de riscos, esse profissional agora precisa assumir uma posição mais estratégica, atuando como facilitador da inovação segura. E a tentativa de restringir ou proibir o uso de inteligência artificial tende a ser ineficaz, já que a tecnologia está amplamente disseminada e integrada à rotina dos colaboradores. O verdadeiro desafio está em estruturar esse uso, estabelecendo diretrizes que sejam ao mesmo tempo claras, aplicáveis e alinhadas às necessidades do negócio.

Isso exige traduzir segurança em práticas concretas do dia a dia, garantindo que produtividade e proteção de dados não sejam forças opostas, mas complementares. Sem essa estrutura, cria-se uma falsa sensação de controle enquanto, na prática, os dados continuam circulando por ambientes externos sem visibilidade adequada. Ao mesmo tempo, quando bem conduzida, a governança permite que a inteligência artificial atue como um vetor legítimo de eficiência, sem comprometer a integridade das informações.

Em última análise, as empresas que olham para a IA apenas sob a ótica da produtividade subestimam o perigo, enquanto as que tentam bloqueá-la perdem o fôlego de mercado. Portanto, o equilíbrio reside na liderança estruturada e o CISO moderno deixa de ser apenas o guardião da informação para se tornar o arquiteto de um modelo onde inovação e segurança evoluem juntas. Afinal, o risco real não está no uso da inteligência artificial, mas na invisibilidade desse uso dentro da própria organização.

(*) CEO do Cyber Economy Brasil, hub estratégico com foco em acelerar a maturidade cibernética no Brasil. Especialista em risco cibernético e governança, com mais de 10 anos de experiência no setor, Fernando é CISO do Clube do Valor, membro do Conselho Consultivo da Softsul e embaixador do CISOs Club na região Sul do Brasil.

O impacto da IA generativa e das redes sociais

Especialista alerta para dependência da IA generativa por jovens para tomada de decisão

A formação da consciência democrática e cidadã de crianças e adolescentes hoje vai além dos livros de história ou das conversas de mesa de jantar; ela se constrói, em tempo real, por telas, algoritmos e inteligências artificiais. De acordo com a última Pesquisa TIC Kids Online Brasil, o uso da internet para atividades informacionais aumenta com a idade: 64% dos adolescentes de 15 a 17 anos leram ou assistiram notícias online, enquanto a taxa é substancialmente menor nas idades mais jovens, correspondendo a 50% entre 13 e 14 anos, 39% entre 11 e 12 anos e 31% entre 9 e 10 anos.

“Em um cenário em que a desinformação, a polarização e o isolamento desafiam as instituições em todo o mundo, a forma como crianças e adolescentes consomem tecnologia tornou-se um debate central para o futuro da própria educação democrática e cidadã. À medida que as mediações digitais assumem crescente relevância na formação e na construção da visão de mundo e de sociedade dos jovens, as instâncias de socialização e de debate público são reconfiguradas. Trata-se de um fator central que tensiona famílias e instituições educativas quanto à necessidade de promover o desenvolvimento do pensamento crítico, ético e responsável com as jovens gerações”, afirma Patrícia Espíndola De Lima Teixeira, psicopedagoga e Coordenadora do Observatório Juventudes PUCRS/Rede Marista, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).

A pesquisa, que foi lançada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) e realizada pelo Centro Regional de Estudos para o



Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), também demonstrou que 59% dos usuários de Internet de 9 a 17 anos afirmaram que usam ferramentas de IA generativa para fazer pesquisas escolares ou estudar, 42% para buscar informações e 21% para criar conteúdo como textos, imagens, vídeos ou códigos de programação. Além disso, 10% relataram que usaram ferramentas de IA generativa para conversar sobre problemas pessoais ou suas emoções. No caso das redes sociais, 33% das crianças de 9 a 10 anos declararam ter utilizado essas plataformas no último ano. Entre os usuários de 11 a 12 anos, a proporção foi de 63%. Já para os adolescentes de 13 a 17 anos, o percentual alcançou 89%, evidenciando uma maior participação nesses ambientes conforme o avanço da idade. No total, foram entrevistados 2.370 crianças e adolescentes e igual número de pais ou responsáveis em todo o país.

A especialista do Observatório Juventudes PUCRS/Rede Marista ressalta que o uso de IA generativa para conversar sobre problemas pessoais, tomadas de decisões ou lidar com as emoções acende um sinal de alerta, uma vez que se relaciona diretamente ao desenvolvi-

mento pessoal e relacional, o que pode influenciar na leitura dos fatos do cotidiano, inclusive nos modos de veiculação das notícias e informações sociais. “Além dos riscos à privacidade, há também o perigo de respostas imprecisas influenciadas pelo chamado viés de confirmação. Nesses casos, o algoritmo tende a oferecer ao jovem conteúdos alinhados às suas expectativas, o que pode limitar a capacidade de lidar com o contraditório. Algoritmos operam em escalas massificadas e isso fragiliza a autonomia de pensamento. Dito de outro modo, os atuais cenários digitais não favorecem as bases de consciência crítica e empática, fundamentais do debate democrático”, comenta.

Patrícia defende que a superação de dependência cognitiva gerada pelo excesso de consumo digital depende da presença saudável de referenciais no mundo físico, do diálogo aberto e da criação de ambientes que possibilitem a troca de ideias e acolhimento, tanto nos ambientes educacionais quanto no núcleo familiar. “Uma importante lição para as novas gerações hiperconectadas reside em compreender que não consiste a participação democrática. Conhecer a memória histórica, as con-

sequências políticas, a ética voltada ao bem comum e ainda, que o voto iguala a relevância de cada pessoa, independentemente de classe, raça, gênero, religião, etnia, profissão. Acima de tudo, reside no aprendizado prático de reconhecer que as vitórias e derrotas nas urnas integram a formação política de convivência e necessidades humanas”.

Veracidade das informações

Graciele Silva de Matos, assessora de políticas sociais da Área de Solidariedade da Rede Marista explica que o desenvolvimento alfabetização digital é essencial para que os jovens aprendam a navegar com responsabilidade e a avaliar criticamente as informações que recebem, evitando a replicação automatizada de boatos. “Para que esse processo seja efetivo, a primeira atitude deve ser sempre investigar a fonte e o autor, verificando se o texto foi publicado em veículos de comunicação confiáveis e pesquisando a credibilidade, formação e experiência do profissional responsável pelo assunto”, explica.

Nesse processo de validação, deve-se também analisar criticamente o canal e o contexto por onde a informação chegou, redobrando a atenção com mensagens encaminhadas por amigos ou familiares em redes sociais. Checar a data da publicação impede que notícias antigas sejam tiradas de contexto para gerar pânico, enquanto a observação cuidadosa ajuda a discernir se o material não passa de uma piada ou meme. “Como suporte prático para essa checagem diária, existem ferramentas especializadas em fact-checking que atuam diretamente no desmonte de boatos na internet brasileira”, comenta Matos.

O imposto que não aparece no cardápio — mas muda tudo na operação

Carlos Drechmer (*)

Eu tenho a impressão de que a reforma tributária de 2026 ainda está sendo lida pelo varejo de alimentos como um tema distante, quase teórico. Mas, no balcão de um bar ou na cozinha de um restaurante, ela já começou a mudar a lógica do negócio, e não é pela alíquota em si, mas pela forma como o imposto passa a existir dentro da operação.

O chamado Imposto Seletivo, criado com a promessa de desestimular o consumo de produtos associados a impactos negativos à saúde e ao meio ambiente, atinge diretamente itens que fazem parte do dia a dia do food service, como bebidas alcoólicas e bebidas açucaradas. Não é um detalhe, é parte relevante do faturamento de bares, restaurantes e casas noturnas em todo o país.

O ponto é que esse imposto não funciona como os demais. Ele é monofásico e não gera crédito tributário. Traduzindo para a prática, o custo tributário desses produtos não se dilui ao longo da cadeia. Ele se concentra e aparece com mais força na ponta.

E é aí que a operação começa a mudar. Não basta mais vender, será preciso

separar, classificar e tratar cada item de forma distinta dentro do sistema fiscal. Produtos sujeitos ao Imposto Seletivo terão que ser segregados corretamente, com enquadramento preciso. Não é uma escolha operacional, é uma exigência.

Desse modo, isso cria uma nova camada de complexidade dentro de um setor que já opera com margens apertadas e alta sensibilidade a preço. A forma como cada produto é registrado passa a influenciar diretamente a precificação e, por consequência, o comportamento do consumidor.

“Isso vai impactar a precificação para o consumidor final e também as margens de lucro, já apertadas, do setor”, ponderou uma consultora tributária com quem conversei recentemente. A leitura é objetiva: não se trata apenas de pagar mais imposto, mas de reorganizar a forma como o negócio funciona.

A incerteza ainda é um fator adicional que torna esse cenário mais delicado. Embora a Lei Complementar nº 214/2025 já tenha definido quais produtos estarão sujeitos ao Imposto Seletivo, as alíquotas ainda dependem de regulamentação. Ou seja, o setor sabe o que será tributado, mas ainda não sabe quanto.

Isso cria um intervalo perigoso entre obrigação e planejamento. Sem a alíquota definida, não é possível medir com precisão o impacto financeiro. Ainda assim, as empresas já precisam se preparar, porque a estrutura operacional não se ajusta da noite para o dia.

A previsão é que o imposto entre em vigor em 2027. Pode parecer distante, mas não é. Sistemas de gestão, cadastros de produtos, classificação fiscal, integração com o financeiro, tudo isso precisa estar pronto antes. Quem deixar para ajustar depois vai operar no improviso em um ambiente que não tolera erros.

O ponto que me chama atenção é que o discurso de saúde pública e sustentabilidade, que sustenta a criação do imposto, pode produzir efeitos colaterais relevantes no ambiente econômico. Especialmente para pequenos empreendedores, que têm menos capacidade de absorver custos ou investir em adaptação tecnológica.

Não vai aparecer no cardápio, mas vai estar embutido em cada decisão, do cadastro do produto ao preço final na mesa.

(*) CEO da Acom Sistemas.

Desmatamento na Amazônia cai 61,4% em maio de 2026

O desmatamento na Amazônia Legal teve redução de 61,4% em maio deste ano, em relação ao mesmo mês de 2025. É a maior redução percentual de desmatamento já registrada na região, informa a Agência Brasil. Foram 370 quilômetros quadrados de supressão de vegetação no mês passado, contra 960 quilômetros quadrados em maio do ano passado.

Os dados do Sistema de Detecção de Desmatamentos em Tempo Real (Deter) foram divulgados ao Observatório Regional Amazônico (ORA) da Organização do Tratado de Cooperação Amazônica (OTCA), em Brasília. Os números do Deter, gerados pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe), orientam as equipes em campo para ações de combate ao desmatamento, especialmente do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama) e do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio).

O ministro do Meio Ambiente e Mudança do Clima, João Paulo Capobianco, explicou que a redução é um marco. Isso porque, historicamente, o desmatamento aumenta no mês de maio, início da estação seca na Amazônia.

“Nós monitoramos isso dia a dia com uma certa aflição. Com o Ibama indo a campo fazendo os embargos remotos, o ICMBio indo a campo impedindo o desmatamento em unidades de conservação federais e também agindo em terras indígenas e assentamentos, conseguimos esse feito fundamental”, disse ele (ABR).

E-commerce B2C não resolve a digitalização das distribuidoras brasileiras

Quando o e-commerce ganhou força no Brasil, muitas distribuidoras e atacadistas acreditaram que a digitalização das vendas estava a poucos cliques de distância

Rafael Calixto (*)

Bastava criar uma loja virtual, cadastrar produtos, divulgar o link e esperar os pedidos chegarem. A promessa era sedutora, especialmente para empresas acostumadas a depender de vendedores, telefone, e-mail e WhatsApp. O problema é que boa parte desse movimento partiu de uma confusão central: presença digital não é o mesmo que operação digital. Para o atacado, uma loja virtual comum raramente resolve o problema comercial. Em muitos casos, apenas transfere a frustração do balcão para a tela.

As plataformas de e-commerce B2C foram construídas para o consumidor final, e não há nada de errado nisso. Elas funcionam bem quando o preço é igual para todos, a compra é individual, a entrega é direta e a decisão acontece com poucos cliques. O atacado opera em outra lógica. Um mesmo produto pode ter preços diferentes conforme o cliente, a região, o volume comprado ou a negociação comercial. Há pedido mínimo, limite de crédito, condição de pagamento, aprovação financeira, recorrência e integração com ERP. Quando essas regras não existem de forma nativa, o portal deixa de ser canal de venda e vira uma vitrine incompleta.



Foi isso que levou muitas distribuidoras a concluir, equivocadamente, que o digital não funciona para o seu setor. A empresa testou uma plataforma popular, encontrou barreiras técnicas, não conseguiu reproduzir suas regras comerciais e voltou para o WhatsApp. Mas o fracasso não estava na tentativa de digitalização. Estava na escolha de uma ferramenta pensada para outro tipo de venda. É como tentar operar uma indústria inteira com um sistema feito para uma loja de bairro. Em algum momento, a conta da simplificação chega.

Essa distinção importa porque o mercado B2B é grande demais para continuar sendo tratado como adaptação improvisada do varejo online. Segundo projeção da ABCComm, o e-commerce brasileiro deve encerrar 2026 em torno de R\$ 260 bilhões, mas isso ainda representa apenas uma parte do universo de transações

entre empresas. Ainda assim, muitas transações entre distribuidoras, revendedores e clientes corporativos seguem acontecendo por canais informais. A Digital Commerce 360 também aponta que cerca de 80% dos compradores B2B globais já esperam uma experiência digital equivalente à do B2C, mas com recursos próprios do ambiente corporativo, como tabelas por perfil de cliente, pedidos recorrentes, aprovação de crédito e integração com sistemas de gestão.

A McKinsey & Company mostrou, em levantamento de 2022, que empresas B2B que adotam plataformas digitais adequadas ao seu modelo crescem até cinco vezes mais rápido do que aquelas que permanecem em processos manuais ou usam soluções inadequadas. A palavra decisiva é “adequadas”. No atacado, não basta digitalizar o pedido ou criar uma vitrine online.

É preciso digitalizar a regra de negócio, incluindo preços personalizados, pedidos mínimos, limites de crédito, condições comerciais e integração com o ERP. Sem isso, a tecnologia não simplifica a operação; apenas transfere para o ambiente digital as mesmas ineficiências que antes estavam no telefone, no e-mail ou no WhatsApp.

O avanço de plataformas especializadas em B2B mostra que o erro do passado não precisa se repetir. Tabela de preço por cliente, pedido mínimo, crédito, condições comerciais e integração com ERP não podem ser tratados como acessórios. São o centro da operação atacadista. Para as distribuidoras que tentaram vender online e desistiram, talvez seja hora de rever o diagnóstico. O digital não falhou. O que falhou foi tentar vender para empresas com ferramentas feitas para consumidores finais. A próxima etapa do atacado brasileiro não será vencida por quem simplesmente abriu uma loja virtual, mas por quem entender que digitalizar o B2B significa respeitar a complexidade comercial que sempre sustentou esse mercado.

(*) Especialista em vendas B2B, com vasta experiência em modernização de processos comerciais, integração de tecnologia nas vendas, idealizador de soluções com Agentes Inteligentes de Pedidos (AIP) para vendas B2B em escala e CEO da Zydoo.

Soluções AI First e o novo perfil do gestor hospitalar

Lucas Vasconcelos (*)

Os hospitais de hoje já operam em um contexto muito diferente de dez anos atrás. E, nos próximos anos, essa transformação tende a se aprofundar ainda mais. O avanço da digitalização, da IA e da capacidade analítica das plataformas está mudando não apenas a forma como os hospitais operam, mas também o perfil do gestor que conduz essa operação.

Durante muito tempo, a tecnologia em saúde foi vista sobretudo como ferramenta de registro, controle e automação pontual. Agora, entramos em uma nova etapa. A discussão deixa de ser apenas sobre informatizar processos e passa a ser sobre como construir plataformas, rotinas e decisões a partir de uma lógica AI First.

Na prática, isso significa colocar a inteligência artificial no centro da forma como a tecnologia é concebida, organizada, documentada e evoluída. Não se trata apenas de adicionar funcionalidades inteligentes a um sistema já existente. Trata-se de mudar o método de construção, pesquisa e desenvolvimento das soluções.

É exatamente nesse ponto que a GTPLAN vem se posicionando ao conduzir uma transformação cultural ampla, licenciando todo o seu quadro de colaboradores, em todos os departamentos, com a solução Claude, da Anthropic, e incorporando inteligência artificial de forma disseminada ao seu processo de trabalho. Isso já impacta a organização de requisitos, a documentação, a revisão de jornadas, a concepção de novas funcionalidades, a pesquisa aplicada, os testes, a usabilidade e o desenvolvimento estruturado das plataformas.

O efeito imediato desse movimento não está apenas em uma promessa abstrata de “produto inteligente”. Ele está na fundação. A IA já amplia a capacidade de aprofundar pesquisas no domínio do Supply Chain hospitalar, entender com mais profundidade as dores dos usuários, estruturar hipóteses de solução, propor novos caminhos de evolução e apoiar a codificação em larga escala. Somada ao conhecimento consistente e acumulado pelos profissionais da empresa, essa nova camada tecnológica fortalece toda a capacidade de P&D e destrava gargalos históricos e onerosos da área de tecnologia.

Esse ponto é central. O impacto mais concreto do AI First, neste momento, está menos em uma ruptura imediata na expectativa final do usuário e mais em uma mudança profunda na capacidade de produzir tecnologia com mais velocidade, mais qualidade, mais consistência e maior aderência aos problemas reais do mercado.

No setor de saúde, porém, essa transformação exige uma responsabilidade adicional. Hospitais operam

24 horas por dia, 7 dias por semana. São ambientes assistenciais, conservadores por natureza, com baixa tolerância a erros, instabilidade e imprevisibilidade. Diferentemente de outros mercados, não há espaço para tratar IA como modismo ou para fazer mudanças agressivas sem controle.

Por isso, a entrada da IA na saúde precisa ser profissional, gradual e governada. Esse cenário também muda o papel do gestor hospitalar. O novo gestor não é apenas alguém que acompanha indicadores ou cobra eficiência operacional. Ele passa a ser um agente de tradução entre tecnologia, processo, assistência e resultados.

Ele precisa entender que os dados não são mais um subproduto da operação, mas uma matéria-prima estratégica. Precisa saber separar inovação real de ruído de mercado. E, sobretudo, precisa estar preparado para liderar a incorporação de plataformas mais inteligentes sem perder de vista governança, segurança e continuidade assistencial.

Na cadeia de suprimentos hospitalares, essa mudança é ainda mais evidente. O hospital moderno convive com pressão por redução de desperdício, maior previsibilidade de demanda, controle de estoque, disponibilidade de materiais críticos, racionalização de compras e melhoria contínua da operação. Nesse contexto, plataformas orientadas por AI First tendem a ampliar a capacidade de organização de dados, evolução analítica, apoio à previsão, visibilidade da cadeia e suporte à tomada de decisão.

Em um ambiente cada vez mais acelerado, construir software pode se tornar mais rápido. Mas entender profundamente a operação hospitalar, orientar a mudança de processo, traduzir tecnologia em valor e sustentar evolução com o cliente continuam sendo ativos muito menos triviais de replicar.

O novo perfil do gestor hospitalar nasce justamente nesse cruzamento. Não basta mais operar planilhas, dashboards e rotinas tradicionais. Será cada vez mais necessário compreender como plataformas inteligentes podem apoiar previsões, reduzir desperdícios, ampliar visibilidade e melhorar decisões sem comprometer a segurança operacional.

No fim, a revolução AI First na saúde não será vencida por quem adotar mais promessas, mas por quem construir mais confiança. E esse talvez seja o ponto mais importante: no setor hospitalar, a inovação que realmente importa é aquela que aumenta a inteligência da operação sem colocar em risco a estabilidade da assistência.

(*) Sócio e CPO da GTPLAN e acumula mais de 20 anos de experiência no mercado de tecnologia e inovação, sendo um dos principais especialistas no setor de supply chain no Brasil.

Preços de armazenamento aceleram avanço da multicloud nas empresas

Bruno Lobo (*)

Planejar o orçamento de infraestrutura deixou de ser uma tarefa previsível e passou a ser um jogo de pressão constante. O aumento nos preços de armazenamento, discos e equipamentos tem pesado na caixa das empresas e, na prática, empurra muitas delas para a nuvem ao mesmo tempo em que torna os ambientes de TI mais complexos.

Boa parte desse cenário tem um culpado claro: a explosão da inteligência artificial. O volume de dados cresce em ritmo acelerado, exigindo novos data centers e elevando a demanda por processamento, memória e armazenamento. Resultado previsível: preços em alta e nenhuma sinalização concreta de alívio no curto prazo.

Executivos da indústria já admitem que o desequilíbrio entre oferta e demanda deve persistir por anos. A expectativa é de que os preços continuem subindo até o fim do ano, com uma normalização mais consistente apenas a partir de 2028. Um horizonte que, convenhamos, não ajuda ninguém a fechar o orçamento de 2026 com tranquilidade.

A pressão não vem só dos gigantes de tecnologia. Empresas de todos os setores disputam os mesmos recursos com hyperscalers justamente quando infraestrutura virou peça-chave para inovação e competitividade. No caso da memória NAND, por exemplo, já houve aumentos de até 50%, um retrato claro da escassez impulsionada pela corrida da IA.

Nesse contexto, a nuvem deixa de ser apenas uma opção eficiente e passa a ser quase inevitável. Só que não é uma escolha simples: muitos modelos de IA já nascem na nuvem e ficam presos a ela, enquanto as empresas adotam diferentes provedores conforme a necessidade. O resultado é um fluxo constante de dados entre plataformas e uma arquitetura cada vez mais fragmentada.

A experiência recente também trouxe um certo ceticismo saudável. Falhas em grandes provedores fizeram empresas repensarem a dependência de um único fornecedor. Diversificar deixou de ser estratégia sofisticada e virou questão de sobrevivência, impulsionando o avanço da multicloud como padrão.



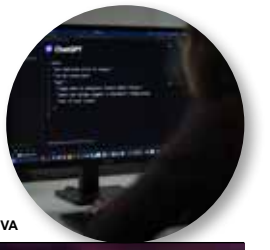
Na Europa, entra ainda em jogo um componente político e regulatório: a busca por soberania digital. Manter dados sob controle local, com domínio sobre criptografia e operação, virou prioridade para muitas organizações e mais um empurrão na direção de ambientes distribuídos.

O problema é que quanto mais opções, maior o caos. Gerenciar segurança, conformidade e dados em múltiplas nuvens ainda é um quebra-cabeça mal resolvido. Ferramentas desconectadas criam pontos cegos, dificultam a operação e deixam perguntas básicas sem resposta: onde estão os dados, quem os acessa e qual é o risco real.

Por isso, ganha força a necessidade de uma camada centralizada de controle. Sem uma visão unificada, a governança vira ficção. E com a expansão da IA, o desafio cresce: não basta proteger dados tradicionais, é preciso cuidar também dos metadados que sustentam essas operações, que muitas vezes estão distribuídos em plataformas diferentes.

No fim das contas, a equação é menos tecnológica e mais estratégica. Multicloud não é mais tendência, é realidade, mas só funciona com controle, visibilidade e disciplina. Sem isso, o que deveria trazer flexibilidade vira apenas mais uma fonte de risco e custo fora de controle.

(*) Diretor-geral da Commvault.



IA/CANVA

MAIS DE
50 MILHÕES
DE USUÁRIOS
ATIVOS MENSAIS

HÁ 4 ANOS NO BRASIL, CHATGPT IMPULSIONA NOVA CORRIDA POR VISIBILIDADE DIGITAL E GERAÇÃO DE NEGÓCIOS

Com mais de 50 milhões de usuários ativos mensais no país e 140 milhões de mensagens trocadas diariamente, inteligência artificial cria oportunidades que vão da renda extra à expansão de empresas; especialista explica como se destacar

Quando o ChatGPT chegou ao Brasil, em 2022, poucos imaginavam que a inteligência artificial se tornaria uma das principais ferramentas de busca e descoberta de informações do mundo.

Quatro anos depois, a realidade é outra. Apenas no mercado brasileiro, a plataforma já supera 50 milhões de usuários ativos mensais e registra mais de 140 milhões de mensagens trocadas diariamente. Globalmente, são mais de 900 milhões de usuários ativos por semana, segundo dados divulgados pela OpenAI.

O crescimento acelerado ocorre em meio ao avanço de concorrentes como Gemini, Claude, Copilot e Perplexity, consolidando uma nova disputa pela atenção dos usuários. Para especialistas, a mudança abre espaço para que profissionais e empresas transformem autoridade digital em oportunidades reais de negócio.

"Quando o ChatGPT chegou ao Brasil, a maior preocupação das empresas era aprender a usar a inteligência artificial. Hoje, a discussão é outra: como ser encontrado por ela. Estamos vendo uma mudança semelhante à que aconteceu quando o Google se tornou o principal mecanismo de busca da internet.", nota Felipe Cardoso, especialista em análise de mecanismos de busca online da Rank Certo.

A IA deixou de ser ferramenta e virou vitrine

A popularização das plataformas de inteligência artificial fez surgir um novo comportamento digital. Em vez de pesquisar em buscadores tradicionais e analisar dezenas de resultados, cada vez mais usuários perguntam diretamente às IAs qual software contratar, qual curso fazer, qual fornecedor escolher ou qual estratégia seguir.

Segundo Felipe Cardoso, em seu perfil no LinkedIn, isso transforma as inteligências artificiais em uma nova vitrine para empresas e profissionais.

"Muitas pessoas procuram formas de ganhar dinheiro usando inteligência artificial, mas existe uma oportunidade igualmente importante: ganhar dinheiro sendo encontrado por ela. Quando uma marca aparece como referência nas respostas geradas pelas IAs, ela ganha visibilidade qualificada diante de potenciais clientes que já estão em processo de decisão.", diz.



IA/CANVA

Como a inteligência artificial pode ajudar a gerar renda e novos negócios

A tecnologia já permite que profissionais autônomos criem conteúdos, automatizem processos, desenvolvam produtos digitais e ampliem a produtividade.

No ambiente empresarial, a IA também tem sido utilizada para:

- Gerar Leads;
- Produzir Conteúdo;
- Otimizar Atendimento;
- Acelerar Vendas;
- Desenvolver Produtos;
- Reduzir Custos Operacionais;
- Identificar Oportunidades De Mercado.

"Estamos vendo desde profissionais que utilizam IA para complementar a renda até empresas que incorporaram a tecnologia ao modelo de negócio e escalaram suas operações. O potencial financeiro é enorme porque a inteligência artificial reduz barreiras de entrada e aumenta a capacidade produtiva."

Como aparecer nas respostas da IA

Se antes bastava pensar em posicionamento no Google, agora empresas também precisam entender como construir autoridade para serem consideradas fontes relevantes por sistemas de inteligência artificial.

Felipe destaca cinco práticas fundamentais:

1. Ser citado por fontes confiáveis

Aparecer em veículos de comunicação, portais especializados e publicações reconhecidas aumenta a percepção de autoridade de uma marca.

2. Produzir conteúdo original

As plataformas valorizam conteúdos que oferecem conhecimento real, dados e experiências próprias.

3. Demonstrar especialização

Empresas e profissionais que compartilham conhecimento técnico tendem a ser mais reconhecidos como referência.

4. Estar presente em diferentes canais

Sites, entrevistas, artigos, eventos, estudos e pesquisas ajudam a fortalecer a reputação digital.

5. Construir autoridade ao longo do tempo

A presença recorrente em fontes relevantes costuma gerar mais resultados do que ações pontuais.

"A inteligência artificial não inventa reputação. Ela identifica sinais de autoridade espalhados pela internet. Por isso, empresas que são citadas, entrevistadas, lidas e reconhecidas por fontes confiáveis tendem a ter mais chances de aparecer nas respostas geradas por essas plataformas."

O avanço do ChatGPT e de outras plataformas marca uma nova etapa da transformação digital. Se nos últimos anos a disputa das empresas era pelas primeiras posições nos mecanismos de busca, o próximo desafio passa a ser conquistar espaço nas respostas fornecidas pela inteligência artificial.

"Estamos entrando em uma era em que a pergunta não será apenas quem aparece no Google, mas quem é lembrado pela IA. As empresas que entenderem esse movimento primeiro poderão construir uma vantagem competitiva relevante nos próximos anos."

“Quando o ChatGPT chegou ao Brasil, a maior preocupação das empresas era aprender a usar a inteligência artificial. Hoje, a discussão é outra: como ser encontrado por ela. Estamos vendo uma mudança semelhante à que aconteceu quando o Google se tornou o principal mecanismo de busca da internet.”

Matheus Bertelli de Pexelis CANVA

