

## ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO

## OITO DICAS PARA COMEÇAR A USAR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO SEU NEGÓCIO E GANHAR PRODUTIVIDADE

▶▶ Leia na página 8

## Empreender nos Estados Unidos exige preparação e adaptação

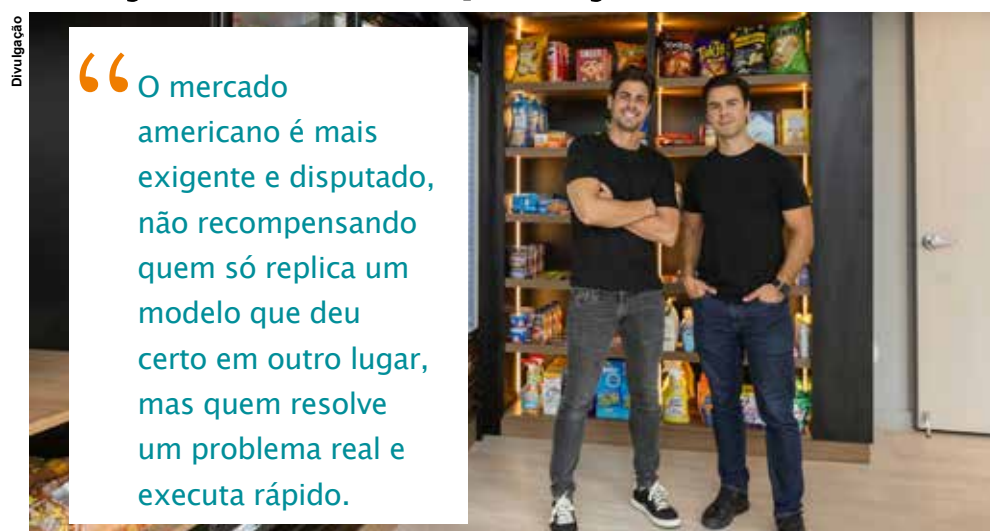
Fundadores da The SmAll Market ilustram um movimento crescente de empreendedores brasileiros que constroem empresas globais do zero, começando direto pelo mercado dos Estados Unidos

Os novos empreendedores brasileiros inverteram uma lógica de anos: as empresas iniciantes já nascem globais, sem necessariamente se provar em solo brasileiro. A escolha de começar um negócio pelos Estados Unidos não é uma exceção, a exemplo da The SmAll Market (TSM), fundada pelos brasileiros Lucas Ceschin e Rodolpho Damasco, que opera em Miami desde o seu dia 1 e foi planejada para atender às demandas do consumidor americano.

Pesquisa da Endeavor com scale-ups brasileiras mostra que 71% dos negócios já iniciaram ou se preparam para a expansão internacional. Entre as que já cruzaram a fronteira, os Estados Unidos foram o primeiro destino de 63%. Como consequência desse movimento, a leitura que ganha força no ecossistema é a de que a ambição global precisa estar no conceito da empresa, e não em uma etapa posterior ao sucesso no mercado interno.

“Não temos nem CNPJ no Brasil. A The SmAll Market nasceu como empresa americana, o que muda tudo: o produto, a estrutura jurídica, a forma de captar e a velocidade de execução. Quando você surge no mercado onde quer competir, para de adaptar de fora para dentro e constrói de dentro para fora”, afirma Lucas Ceschin, cofundador da The SmAll Market.

Para fundos americanos, a estrutura de uma empresa já com as características do país se tornou um pré-requisito, o que reforça a vantagem de já começar com a companhia certa e no lugar adequado em vez de reorganizar tudo mais tarde. “O Brasil nos deu repertório operacional e resiliência. Mas a próxima geração de em-



Divulgação

“O mercado americano é mais exigente e disputado, não recompensando quem só replica um modelo que deu certo em outro lugar, mas quem resolve um problema real e executa rápido.”

presas globais construídas por brasileiros não precisa passar por uma fase nacional antes de competir no exterior. Pode começar já competindo lá fora”, explica Rodolpho Damasco, também cofundador da empresa.

### Burocracia não é o desafio: o foco está em gerar valor

Ao contrário do que muitos imaginam, abrir a empresa não é o obstáculo. Nos Estados Unidos, a formalização é rápida e pode ser concluída em poucos dias. O que exige dedicação é o restante: contratos, compliance, responsabilidade individual, planejamento tributário e, principalmente, construir uma operação relevante.

“O erro mais comum de quem chega é gastar energia demais montando a estrutura e tempo de menos conversando com cliente. O mercado americano é mais exigente e disputado, não recompensando quem só replica um modelo que deu certo em outro lugar, mas quem resolve um problema real e executa rápido”, diz Ceschin.

### Tecnologia e varejo físico impulsionam oportunidades

Para os fundadores da TSM, as próximas grandes empresas serão fruto da combinação entre inteligência artificial e operações do mundo real. Varejo, logística, saúde, habi-

tação e serviços financeiros ainda carregam ineficiências que a tecnologia pode resolver.

É exatamente esse o modelo da The SmAll Market. A empresa instala lojas autônomas em condomínios residenciais, com acesso 24 horas a itens de conveniência, bebidas e snacks. Toda a operação é monitorada por tecnologia, com pagamento por aproximação, câmeras e análise de dados em tempo real.

A primeira unidade abriu em Miami em março de 2026, e a companhia já captou mais de US\$ 2 milhões em uma rodada pré seed, que reúne nomes como Trevor Haynes, ex CEO do Subway, Leandro Balbinot, CTO do Whole Foods e ex VP da Amazon, e Jardel Cardoso, fundador da CredPago e da Billor.

O mercado endereçável ajuda a explicar a aposta. O segmento de unattended retail, que engloba micro mercados e soluções automatizadas de venda, movimentou cerca de US\$ 41 bilhões por ano nos Estados Unidos, segundo a National Automatic Merchandising Association (NAMA).

“Vivemos uma transformação profunda. As próximas grandes empresas vão combinar inteligência artificial com operação no mundo físico. E elas podem ser fundadas por brasileiros que decidiram, desde o primeiro dia, construir algo global”, conclui Damasco.

### A intersecção entre creators e IA está mudando a forma de consumir conteúdo

Nunca foi tão fácil produzir conteúdo. Hoje, equipes compostas por especialistas junto de agentes de inteligência artificial conseguem criar roteiros, imagens, vídeos, vozes sintéticas e automatizar praticamente todo o ciclo de produção e distribuição de conteúdo. ▶▶

### Além da performance: confiança como fator decisivo da IA

A corrida pela Inteligência Artificial continua no centro da indústria de tecnologia, com empresas competindo a todo vapor para criar sistemas mais rápidos e inteligentes para impulsionar seus negócios. ▶▶

### IA e tomada de decisão: o que separa empresas preparadas das que ficam para trás

Metade das decisões corporativas no mundo serão aumentadas ou automatizadas por agentes de inteligência artificial em menos de dois anos. ▶▶

### Passaporte europeu como ativo profissional: por que a cidadania virou diferencial de carreira

Durante muito tempo, a cidadania europeia foi tratada por muitos brasileiros apenas como uma questão de herança familiar ou, no máximo, como um “plano B” para o futuro. O passaporte europeu era um documento guardado para eventualidades, associado a raízes genealógicas ou à possibilidade remota de viver no exterior. Esse cenário, no entanto, mudou drasticamente nos últimos anos. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



### Negócios em Pauta

organizador:

Reprodução UBRAFE



### Experience Expo 2026

A UBRAFE (União Brasileira de Feiras e Eventos de Negócios), única entidade representativa do setor de feiras e centros de eventos B2B no Brasil, anuncia a terceira edição do EEX (Experience Expo), com a presença de atrações internacionais. São Paulo será palco de dois principais encontros internacionais da indústria de feiras e eventos de negócios: o UFI Central & South American Conference e o Event Directors Summit. As iniciativas são uma promoção da UFI (The Global Association of the Exhibition Industry), e acontecerão simultaneamente à feira de negócios EEX 2026 ([experienceexpo.com.br](https://experienceexpo.com.br/)). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

### News@TI

Sabrina Gomes



### Tirando pesquisas da gaveta

Muitos são os trabalhos realizados por pesquisadores nas universidades brasileiras. Contudo, o trabalho científico não precisa se limitar à publicação de artigos em veículos especializados. Mas como ir além da obtenção de bons resultados acadêmicos e conquistar mais impacto? Como levar os trabalhos para além das gavetas acadêmicas e ao conhecimento da população, contribuindo para a conscientização sobre o que se faz dentro dos muros da USP? Debater essas questões é um dos objetivos de uma roda de conversa que acontecerá no próximo dia 26 de junho, sexta-feira, no auditório Fernão Stella de Rodrigues Germano, do Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação (ICMC) da USP, em São Carlos. O evento começará às 16 horas e tem previsão de término às 18 horas (<https://www.youtube.com/icmctv>). ▶▶

Leia a coluna completa na página 2

### Bolsa de Incentivo ao Jornalismo Investigativo abre inscrições

Após consolidar-se como uma das principais iniciativas de reconhecimento à comunicação em defesa dos animais no Brasil, o Prêmio Papagaio chega com uma grande novidade em 2026 para repórteres, fotógrafos, cineastas e documentaristas em 2026. Além das categorias já consagradas, que premiam conteúdos e matérias já publicadas, o Prêmio papagaio passa a investir diretamente no fomento à produção jornalística, por meio da Bolsa de Incentivo ao Jornalismo Investigativo, desenvolvida em parceria entre o Fórum Animal e a Sinergia Animal. O novo projeto busca viabilizar reportagens visuais e audiovisuais de alta qualidade sobre a realidade da exploração de animais criados para consumo humano, como bovinos, aves, suínos, caprinos, peixes e outras espécies. A bolsa vai conceder um total de R\$ 50 mil para um plano de investigação jornalística que seja sólido, executável, bem-planejado, siga o código de ética que consta no edital e tenha o rigor da apuração e de qualidade exigido de um jornalista de alto nível (<https://www.premiopapagaio.com.br/#bolsa>).

## OPINIÃO

O futuro é digital.  
A experiência é o novo diferencial competitivo

Gláucia Fernandes (\*)

*Durante os últimos anos, aprendemos a viver em um mundo onde praticamente tudo pode ser resolvido por uma tela.*

Comparamos, trabalhamos, estudamos, assistimos a filmes, conversamos com amigos e pedimos refeições sem sair de casa. A tecnologia tornou a vida mais rápida, prática e conveniente e não há dúvida de que essa transformação trouxe ganhos importantes para consumidores e empresas. Ao mesmo tempo em que nos conectamos mais digitalmente, passamos a sentir falta de algo essencialmente humano: a experiência presencial.

Talvez essa seja uma das grandes mudanças de comportamento que estamos observando atualmente. Depois de anos em que a conveniência ocupou o centro das estratégias de negócios, as pessoas voltam a valorizar encontros, convivência, ambientes acolhedores e experiências capazes de gerar memórias. Inclusive, é o que uma pesquisa da Mastercard aponta ao revelar que 68% dos brasileiros preferem investir em experiências em vez de bens materiais, enquanto 88% afirmam valorizar momentos que possam ser compartilhados com familiares e amigos. O estudo também mostra que as pessoas buscam cada vez mais vivências que gerem conexão emocional e lembranças duradouras.

Esse comportamento não está restrito ao turismo, ao entretenimento ou aos eventos. Ele também transforma profundamente o setor de alimentação. Durante a pandemia, o delivery foi protagonista. Ele garantiu conveniência aos consumidores, permitiu que diversas marcas fossem experimentadas e que milhares de negócios continuassem operando em um período extremamente desafiador. Mesmo após a retomada das atividades presenciais, o canal manteve relevância e segue crescendo. O segmento de Alimentação Food Service registrou crescimento superior a 13% em 2025, impulsionado tanto pelo consumo fora do lar quanto pela consolidação dos pedidos de entrega.

No entanto, algo interessante aconteceu nesse processo. Os consumidores perceberam que o delivery entrega eficiência, mas não necessariamente experiência. Uma refeição pode chegar impecável à casa do cliente e com sabor excelente. A praticidade é inegável. Ainda assim, existem elementos que não cabem dentro de uma embalagem, caso da atmosfera do am-

biente, da interação entre as pessoas, do atendimento cuidadoso, da celebração de um momento especial, da sensação de pertencimento e do prazer de compartilhar uma mesa. Em outras palavras, a conveniência resolveu uma necessidade funcional, mas a experiência continua atendendo às necessidades emocionais. É justamente nesse ponto que muitas empresas estão redescobrando o valor do presencial.

Vivemos em uma era em que a tecnologia se tornou acessível a praticamente todos os negócios. Sistemas, aplicativos, inteligência artificial e automação já não são diferenciais exclusivos, a capacidade de gerar conexão, no entanto, deixa marcas importantes. Afinal, o consumidor contemporâneo está cada vez mais seletivo com o uso do seu tempo e, quando decide sair de casa, ele não procura apenas um produto ou serviço, mas uma experiência que justifique essa escolha.

Isso exige uma mudança importante na forma como empresas de diferentes setores enxergam seus negócios. No caso da gastronomia, a qualidade do prato continua sendo fundamental, mas deixou de ser suficiente. O cliente avalia a jornada completa, desde a recepção, passando pelo ambiente, atendimento, ambientação, personalização e a sensação que leva consigo ao final da visita. Assim, em um cenário hiperconectado, o diferencial competitivo está, cada vez mais, no aspecto humano.

É claro que não se trata de abandonar a tecnologia. Pelo contrário. As empresas bem-sucedidas serão justamente aquelas capazes de utilizá-la para ganhar eficiência e, ao mesmo tempo, investir ainda mais na construção de relacionamentos. A inteligência artificial, por exemplo, pode automatizar processos, organizar informações e acelerar análises. O tempo economizado por essas ferramentas deve ser direcionado para aquilo que as máquinas não conseguem replicar: empatia, hospitalidade, criatividade e conexão genuína. Integrar esses dois universos é extremamente vantajoso.

No final das contas, quanto mais digital se torna o mundo, mais valiosas se tornam as experiências humanas. É fundamental compreender que, em um mercado cada vez mais conectado, o verdadeiro diferencial continua sendo a capacidade de fazer as pessoas se sentirem acolhidas, lembradas e emocionalmente conectadas à marca.

(\*) Diretora de marketing e franquias do L'Entrecôte de Paris, rede de restaurantes que faz parte do Grupo SMZTO.

## Inteligência artificial e a “uberização” do trabalho

A inteligência artificial acelera a “uberização” do trabalho, transformando empregos formais em tarefas fragmentadas e terceirizadas; o fenômeno começou com motoristas e entregadores e agora alcança profissionais qualificados.

Vivaldo José Breternitz (\*)

Os que trabalham nesse formato em países de língua inglesa são chamados “gigworkers”. O termo “gig” vem do jazz, significando originalmente apresentações curtas; hoje, descreve o trabalho em plataformas como Uber, 99 e outras.

A promessa era sedutora: autonomia, flexibilidade, maiores ganhos. A realidade, porém, é bem menos generosa. Milhões de trabalhadores vivem praticamente sem direitos como salário-mínimo, férias, seguro de saúde ou seguro para acidentes. A resistência surge na forma de greves e criação de sindicatos, mas especialistas alertam: sem políticas públicas robustas, a exploração tende a se expandir para todos os setores.

Um exemplo, trazido pelo jornal britânico *The Guardian*, é o da fintech sueca Klarna, que em 2024 demitiu centenas de atendentes, substituindo-os por um chatbot de inteligência artificial; a medida visava economizar milhões de dólares. Um ano depois, diante das reclamações de consumidores sobre a queda na qualidade do atendimento, a empresa voltou atrás, mas não da forma tradicional. Em vez de recontratar atendentes para trabalho no formato convencional, passou a recorrer a trabalhadores terceirizados: o chatbot responde às dúvidas mais simples, enquanto os humanos, contratados como autônomos, sem maiores direitos, lidam com casos complexos.

Esse episódio ilustra como a inteligência artificial está remodelando o mercado de trabalho. Estudiosos do tema concordam que a tecnologia não elimina necessariamente os empregos, mas fragmenta funções, transferindo parte delas para algoritmos e deixando o restante para trabalhadores sem vínculo formal. O resultado é a expansão da chamada “gig economy”.

Segundo a socióloga Alexandra Ravenelle, autora do livro *Hustle and Gig*, ainda sem tradução para o português, a transição do “emprego de carreira” para o “bico” é acelerada pela IA. Empresas descobrem que podem terceirizar partes de funções, contratando autônomos em vez de empre-



Ricardomagen\_CANVA

gados com maiores direitos. A antropóloga Mary Gray e o cientista da computação Siddharth Suri, autores do livro *Ghost Work*, também não traduzido para o português, reforçam: não há evidência de que postos de trabalho estejam desaparecendo em massa, mas sim de que a tecnologia facilita a desestruturação do emprego formal em nome da redução de custos.

Dados da Upwork, uma das maiores plataformas de trabalho freelancer, mostram que 60 milhões de americanos, 39% da força de trabalho, já atuam como freelancers ou gig workers. A previsão é que esse número chegue a 86 milhões em 2027, metade da população ativa. O crescimento mais rápido ocorre entre profissionais qualificados: redatores, analistas financeiros, advogados, programadores e atendentes.

Esse movimento ameaça conquistas históricas. “Proteções que nossas bisavós conquistaram estão sendo desmanteladas”, alerta Ravenelle.

Estudo recente de Ravenelle revela que músicos e atores também estão sendo empurrados para a gig economy, produzindo conteúdo para treinar ferramentas de inteligência artificial que, ironicamente, irão substituir profissionais como esses, principalmente na produção de vídeos.

A uberização chegou até à enfermagem.

Plataformas como ShiftMed e CareRev oferecem trabalho em turnos, via aplicativo, apregoando flexibilidade. Na prática, enfermeiros relatam salários menores, competição por vagas e necessidade de comprar equipamentos básicos. Em 17 estados americanos, essas empresas já são reconhecidas como “plataformas de saúde”, escapando de regulações trabalhistas.

Para combater o que vem se tornando um problema cada vez maior, especialistas defendem políticas mais abrangentes. A Organização Internacional do Trabalho e autores como Gray e Suri sugerem regras e benefícios universais, como serviços de saúde totalmente públicos e padrões mínimos de remuneração e segurança, visando proteger esses trabalhadores.

Lena Simet, da ONG Human Rights Watch, que desde 2014 tem escritórios em São Paulo, é incisiva: “Se esse modelo só sobrevive explorando trabalhadores, talvez não devesse existir”.

A inteligência artificial não é, por si só, vilã. O desafio está em garantir que o avanço tecnológico não destrua o que levou séculos para ser conquistado: dignidade e segurança no trabalho.

(\*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e membro da Congregação da Faculdade de Medicina de Jundiaí – vjntz@gmail.com.

## News @ TI

ricardosouza@netjen.com.br

## Ebooks gratuitos para atualização profissional de bibliotecários

@ O conceito de Lifelong Learning (aprendizado ao longo da vida), que indica a aquisição de conhecimento como um processo contínuo, está cada vez mais em pauta. Com a alta demanda informacional disponível nos ambientes digitais atualmente é necessário, porém, selecionar conteúdos relevantes e que realmente agreguem na formação profissional. A Minha Biblioteca (MB), plataforma integrada de conteúdo, atua em parceria com bibliotecários de diversas instituições de ensino, órgãos públicos e escritórios de advocacia, e sabe que esses profissionais buscam atualização constante, já que são mediadores do conhecimento, facilitadores do acesso à informação e agentes culturais. Por isso, a empresa lançou recentemente um projeto exclusivo e gratuito para bibliotecários, a “Rede MB: Atualização para quem compartilha!”. Não é necessário ser cliente da Minha Biblioteca ou estar trabalhando como bibliotecário atualmente para se cadastrar (<https://minhabiblioteca.com.br/conheca-rede-mb/>).

## Agent Pay for Machines

@ O surgimento da IA criou novas maneiras de comprar e vender bens e serviços. Agora, está exigindo uma nova classe de pagamentos. A Mastercard vislumbra um futuro onde as empresas criem serviços para que agentes de IA possam realizar compras. Operando na velocidade das máquinas, esses agentes poderiam transacionar entre si continuamente em alta velocidade, executando cadeias de transações, incluindo microtransações. Essa mudança poderia liberar uma nova e massiva onda de inovação, modelos de negócios e atividade econômica, onde qualquer empresa, desde empreendedores individuais até as maiores corporações, pode se tornar uma potência virtual. Para viabilizar essa nova forma de comércio, a Mastercard desenvolveu uma nova maneira de pagar por esses serviços: pagamentos, mesmo que sejam apenas centavos, a serem concluídos de forma rápida, programática e segura ([https://www.](https://www.mastercard.com/us/en/business/artificial-intelligence/mastercard-agent-pay/agent-pay-for-machines.html)

[mastercard.com/us/en/business/artificial-intelligence/mastercard-agent-pay/agent-pay-for-machines.html](https://www.mastercard.com/us/en/business/artificial-intelligence/mastercard-agent-pay/agent-pay-for-machines.html)).

## Grupo Work On abre mais de 470 vagas de emprego no setor de trade marketing

@ O Grupo Work On, agência especializada em trade marketing e inteligência de mercado, anuncia a abertura de mais de 476 vagas de emprego distribuídas em 17 estados do Brasil. As contratações ocorrem no mês de junho e resultam da expansão da empresa, que acaba de conquistar duas novas operações estratégicas. As oportunidades contemplam diferentes perfis, com destaque para promotores de vendas, demonstradores e consultores no canal eletrônico. Há oportunidades para contratos efetivos (CLT), temporários, prestadores de serviço (PJ) e jovem aprendiz, distribuídas nos estados de Bahia, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo e Sergipe (<https://workon.pandape.infojobs.com.br/?Salary=null&SalaryUpper=true&Deficiency=2>).

## Sensor criado na UFSCar pode monitorar fadiga muscular em atletas

@ Uma pesquisa desenvolvida na Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) conquistou reconhecimento internacional ao receber o prêmio Best Poster Prize durante o Esec 2026 - 20th International Conference on Electroanalysis. A pesquisa teve como objetivo desenvolver um sensor eletroquímico vestível capaz de monitorar biomarcadores relacionados ao desempenho esportivo de forma não invasiva. O sensor apresentou elevada sensibilidade, estabilidade e excelente desempenho na detecção de peróxido de hidrogênio, demonstrando ser uma plataforma promissora para futuras análises de lactato em suor humano durante atividades físicas.

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

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

Laurinda Machado Lobato (1941-2021)

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.

José Leonil Lobato (1939-2026)

Jornal Empresas &amp; Negócios Ltda

Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo,  
468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP.: 04128-080  
Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: (netjen@netjen.com.br)  
Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90  
JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)  
Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.

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

ISSN 2595-8410

# Motoristas de Apps já podem pedir financiamento

Entre no aplicativo e saiba se pode se candidatar

**C**omeça o período para motoristas de aplicativos e taxistas solicitarem financiamento de veículos zero quilômetro por meio do programa Move Brasil. A iniciativa do governo federal é voltada à renovação da frota de transporte individual no país.



jam financiar ciclomotores, motonetas, motocicletas e bicicletas elétricas produzidas no Brasil ou com projeto de investimento voltado à produção no país.

Ele segue os mesmos moldes do Move Aplicativos, que tem como público-alvo motoristas de aplicativos e taxistas interessados em financiar carros.

Essas linhas de crédito são uma expansão do Move Brasil, criado para viabilizar a renovação de frotas no

país, por meio de facilidades de financiamento.

## Juros de 12,5%

A taxa a ser cobrada para financiamento dos veículos será de 12,5% ao ano, o que corresponde a 0,99% ao mês para homens e 0,91% ao mês para mulheres.

Os financiamentos serão destinados exclusivamente à compra de veículos novos, com valor máximo de R\$ 150 mil. Os automóveis precisam ser de montadoras habilitadas no programa e atender a

critérios de sustentabilidade definidos pelo governo.

Para acessar o financiamento, estão previstos alguns requisitos mínimos, como 12 meses de cadastro na plataforma oficial, e no mínimo, 100 corridas realizadas.

## Estão incluídos veículos:

- Flex (gasolina e etanol);
- Elétricos,
- Híbridos a etanol.

## Move Aplicativos

No caso do Move Aplicativos, 740 mil profissionais já atenderam aos requisitos para acessar a linha de financiamento com as condições mais favoráveis.

O governo federal abriu crédito extraordinário de R\$ 30 bilhões para a compra de veículos por motoristas de táxi e de aplicativo. Os recursos serão repassados pelo Ministério da Fazenda ao BNDES, que também vai operacionalizar a medida (ABR).

## Da arquibancada ao checkout: por que os pagamentos serão decisivos na Copa de 2026

Juan Jorge Soto (\*)

**A** Copa do Mundo de 2026 já mobiliza milhões de torcedores nos Estados Unidos, Canadá e México. Mas parte importante da experiência do visitante está acontecendo longe dos gramados. Ela ocorre no momento em que um turista reserva um hotel, solicita um transporte por aplicativo, compra produtos oficiais, paga uma refeição ou precisa receber um reembolso.

Esta Copa será histórica não apenas por acontecer em três países, mas porque marcará um novo estágio da economia digital aplicada ao turismo global. Em um cenário de alta circulação internacional, os meios de pagamento passaram a ser parte central da experiência do visitante.

Os três países já apresentam alta maturidade digital. Nos Estados Unidos e no Canadá, pagamentos digitais e sistemas interoperáveis estão consolidados. No México, essa transformação ganha ainda mais relevância para a América Latina.

Segundo o Guia de Expansão Global da Nuvei, o país possui um volume de comércio eletrônico de US\$ 96,7 bilhões e penetração digital de 74%. O crescimento do setor de viagens aumenta a necessidade de plataformas capazes de suportar grandes volumes de transações com segurança e agilidade.

A dimensão da operação ajuda a explicar esse desafio. Hotéis, companhias aéreas, restaurantes e varejo precisam funcionar em ritmo intenso durante semanas. Nesse contexto, pagamentos sem fricção serão tão importantes quanto a infraestrutura física do evento.

Hoje, 79% dos usuários digitais no México já utilizam plataformas internacionais de pagamento. Isso mostra que turistas esperam utilizar seus métodos habituais, em suas próprias moedas e com a mesma facilidade encontrada em seus países de origem.

Essa mudança também impacta a América Latina. O Brasil é um exemplo claro. A popularização do Pix transformou a relação do consumidor

com velocidade e conveniência. Como consequência, turistas latino-americanos estão mais exigentes em relação às experiências de pagamento oferecidas pelos destinos que visitam.

A Copa de 2026 surge como um catalisador dessa nova expectativa global. A expansão dos pagamentos móveis deve acelerar investimentos em pagamentos instantâneos, prevenção a fraudes e integração internacional de plataformas financeiras. Mais do que atender à demanda temporária do evento, trata-se de construir uma infraestrutura duradoura para o turismo e a economia digital.

Outro ponto estratégico está na capacidade de lidar com volatilidade. Em períodos de grande movimentação turística, cancelamentos e alterações de reservas se tornam frequentes. Nesse cenário, reembolsos rápidos representam confiança para os consumidores e proteção financeira para as empresas.

Em um ambiente altamente conectado, a percepção do turista sobre um destino não é formada apenas pela qualidade do hotel ou pela experiência no estádio. Ela também depende da facilidade para concluir compras, dividir contas, receber reembolsos e pagar usando o método de sua preferência.

Por isso, talvez o maior legado da Copa de 2026 não esteja apenas nas obras urbanas ou no impacto econômico imediato do torneio, mas na modernização da infraestrutura financeira da região. Os países que compreenderem que os pagamentos digitais fazem parte da experiência do visitante estarão mais preparados para a nova dinâmica do turismo global.

No fim, parte da experiência da Copa de 2026 será construída longe dos gramados. Ela acontecerá na fluidez de cada compra, na velocidade de cada reembolso e na confiança transmitida em cada transação. Porque, em um turismo cada vez mais digital, pagamentos deixaram de ser bastidores e passaram a fazer parte do espetáculo.

(\*) Juan Jorge Soto é General Manager da Nuvei para a América Latina.

## Governo abre crédito suplementar para Orçamento

O **Ministério do Planejamento e Orçamento** abriu crédito suplementar de R\$ 20,5 bilhões no Orçamento Fiscal da União para reforçar dotações de diversos órgãos do Poder Executivo federal. A medida consta da **Portaria GM/MPO nº 246/2026**, publicada nesta segunda-feira, 22.

Do total autorizado, a maior parte – R\$ 20 bilhões – será destinada ao financiamento de operações de crédito no âmbito do programa **Minha Casa, Minha Vida**. Os recursos têm como objetivo ampliar o atendimento habitacional no país.

De acordo com o texto, o crédito suplementar será viabilizado principalmente pela incorporação de superávit financeiro apurado no balanço patrimonial de 2025, que soma R\$ 20 bilhões. Esse montante é proveniente da capitalização e das destinações do Fundo Social. Outros R\$ 503,3 milhões virão da anulação de dotações orçamentárias previamente previstas.

### Distribuição

Além do reforço ao programa habitacional, o crédito contempla diferentes áreas da administração pública, como:

- R\$ 205,6 milhões para o Fundo Penitenciário

Nacional, voltados à administração do sistema e transferências para aprimoramento do sistema prisional;

- R\$ 56,3 milhões para o Ministério da Agricultura e Pecuária, com foco no fomento ao setor agropecuário;
- R\$ 45 milhões para o Banco Central, destinados à formulação da política monetária e supervisão do sistema financeiro;
- R\$ 40 milhões para a Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, para ações de recuperação de créditos e representação judicial;
- R\$ 7 milhões para o Fundo Nacional de Segurança Pública, voltados a políticas de prevenção e enfrentamento à criminalidade.

Outros órgãos também receberam valores menores, incluindo a Presidência da República, alguns ministérios e autarquias. Para viabilizar parte do crédito, o governo cancelou dotações em diferentes áreas (ABR).

### Bloqueio de bens das bets ilegais

O presidente da República assinou, na sexta-feira, 19, decreto que prevê o bloqueio imediato de recursos financeiros de bets ilegais – empresas de apostas de quota fixa que

funcionam irregularmente no mercado. Após o congelamento pelos bancos e o fim de um processo legal, o dinheiro será transferido para o Fundo Nacional de Segurança Pública, para ser utilizado no combate ao crime organizado no país.

O Decreto nº 13.033/2026 foi publicado em edição extra do Diário Oficial da União. De acordo com o **Ministério da Fazenda**, a medida foi possível com a aprovação, pelo Congresso Nacional, da **Lei Antifacção**. Um dos mecanismos previstos é o “perdimento de bens”.

Segundo o ministro da Fazenda, Dario Durigan, desde 2025 a Secretaria de Prêmios e Apostas (SPA) do Ministério da Fazenda solicitou à Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) o bloqueio de quase 50 mil sites de apostas ilegais, de responsabilidade de cerca de 350 operadores, também bloqueados.

“Esses 350 operadores utilizaram 37 instituições financeiras, em geral, fintechs e instituições de pagamento com baixa supervisão”, disse Durigan em entrevista coletiva à imprensa, explicando que há notificação sobre essas instituições em diversos órgãos competentes (ABR).

www.netjen.com.br



nelson.tucci@netjen.com.br

### Agricultura Regenerativa

Piracicaba prepara-se para receber o Fórum de Agricultura Regenerativa 2026, promovido pelo Global Landscapes Forum (GLF), Sustainable Agriculture Network (SAN), Imaflora e CABI BioProtection Portal, nesta terça, 23, com programação presencial no Instituto Pecege, em Piracicaba (SP), e participação online global. O evento posiciona o Brasil como um centro estratégico para discussões sobre agricultura regenerativa, reunindo ciência, inovação e colaboração internacional. Com o tema “Acelerando a Transição”, o fórum busca impulsionar a mudança de sistemas alimentares convencionais para modelos regenerativos, abordando restauração de solos, biodiversidade, recursos hídricos, produtividade sustentável e resiliência climática. Estarão reunidos produtores rurais, cientistas, investidores, executivos, organizações comunitárias e formuladores de políticas públicas. O foco está na construção de soluções integradas para regeneração ambiental, cadeias de valor sustentáveis e financiamento de impacto (<https://imaflora.org/agenda/forum-internacional-de-agricultura-regenerativa-2026>)

### Mulheres Catadoras

Entre os dias 23 e 25 deste mês, a Universidade Federal do Paraná, o Ministério das Mulheres e a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) realizarão o 1º Encontro Nacional das Mulheres Catadoras de Materiais Recicláveis: Racismo Ambiental e Saúde no Trabalho. O evento ocorrerá no Setor de Educação Profissional e Tecnológica da UFPR, em Curitiba. O encontro reunirá mulheres catadoras de diferentes regiões do país, organizadas em cooperativas, associações, fóruns e movimentos sociais. A abertura oficial será realizada no dia 23 de junho, às 13h. O projeto, junto com o Fórum para a Promoção da Autonomia e Inclusão Socioeconômica de Mulheres Catadoras de Materiais Recicláveis, realizado ao longo de 2025,

debate os principais desafios enfrentados pela categoria. O objetivo é sistematizar propostas em sete eixos estratégicos: reconhecimento institucional, direitos previdenciários, cuidado, saúde, segurança alimentar, autonomia econômica, educação e enfrentamento às violências.

### Nissan Mulheres

A palavra “expansão” pode ser utilizada em diferentes contextos, muitos deles relacionados ao momento da Nissan no Brasil, tanto nas estratégias do negócio quando na jornada de ampliação constante da cultura diversa da empresa. “Expansão” foi o tema que serviu de pilar para a sexta edição do **Nissan Mulheres**, evento que já virou referência no setor automotivo nacional e que reúne mulheres e homens com o propósito de incentivar a diversidade. Realizada em São Paulo, a edição desse ano foi batizada de “Nissan Mulheres powered by Nissan SUVs”, destacando a expansão da marca nesse segmento com os lançamentos dos novos Nissan Kicks e Nissan Kait, produzidos no Brasil. A Nissan tem, atualmente, 24% de mulheres em seu efetivo total no Brasil e 21% de presença feminina em seu Complexo Industrial de Resende, no Rio.

### Stellantis desmonta

No mês em que é celebrado o Dia Mundial do Meio Ambiente, o Centro de Desmontagem Veicular Circular AutoPeças da Stellantis alcança a marca de 1000 veículos desmontados e 400 recondicionados. Em apenas nove meses de operação, a unidade de Osasco (SP) já recuperou cerca de 740 toneladas de materiais destinados ao reaproveitamento e à reciclagem. Mais de 8 mil peças já foram comercializadas para o mercado de reposição, com metade das vendas realizada por canais físicos e a outra metade pela loja oficial da Circular AutoPeças no Mercado Livre. A iniciativa integra a estratégia de sustentabilidade da Stellantis e fortalece a economia circular na América do Sul.



### Captação para e-commerce

A Loopia, empresa especializada em agentes de IA para e-commerce e marketplaces, anuncia a captação de sua rodada Seed no valor de R\$ 6,5 milhões. O aporte foi liderado pela Parceiro Ventures, que passa a atuar como parceiro estratégico na expansão do negócio, com compromisso de aporte adicional de até R\$ 2 milhões, conforme crescimento da empresa. A operação também contou com a participação de Funes I, ACE Founders e BVC Latam, que já haviam investido na startup na rodada pré-seed, em 2025. O investimento visa acelerar o desenvolvimento de produtos, expandir o ecossistema de canais integrados, além de sustentar a projeção de escala da companhia em pelo menos 5 vezes nos próximos 18 meses.

### Otimismo gera business?

Um levantamento da Timelens, empresa de inteligência de dados da FutureBrand São Paulo, revela o intenso engajamento com a Copa do Mundo neste ano. Como um generoso banco de dados pode valer ouro, as buscas por “seleção brasileira” passaram de 2 milhões e, claro, estão sendo monitoradas de bem perto. Em uma frase, a questão é como monetizar esses dados. O estudo indica que 64% do sentimento nas redes é de entusiasmo e otimismo. Já 36% questionam as escolhas do técnico (como a inclusão do atacante Neymar). A análise reforça o poder dos dados na compreensão do comportamento do torcedor atual.

### Troca na Vale

O Conselho de Administração da Vale marcou para o dia 22 de julho uma assembleia geral extraordinária (AGE) para votar a destituição do presidente do colegiado da mineradora, Daniel Stieler, cujo mandato

vai até abril de 2027. A assembleia foi solicitada pela Previ, que possui participação de 7% no capital social da Vale, e acontecerá de forma digital, segundo edital de convocação informado à Comissão de Valores Mobiliários) nesta sexta-feira, 19. De acordo com o documento, se a destituição for aprovada haverá eleição do novo presidente do Conselho. Nesse cenário, ocorrerá também a votação para eleger um novo membro para compor o colegiado, que cumpriria seu mandato até a assembleia geral ordinária, que será realizada em 2027. O fundo de pensão já anunciou que, caso Stieler seja afastado, apoiará Manuel Lino de Sousa Oliveira para o cargo.

### Expobor no Center Norte

De 23 a 25 deste mês acontece a **Expobor** (Feira da Borracha), no Expo Center Norte, em São Paulo. Entre os destaques estarão: a linha Elastoryx, da Biesterfeld Simko, oferecendo soluções de alta performance na produção de compostos de borracha, com ampla gama de aceleradores de vulcanização; antioxidantes; e antiozonante que, juntos, contribuem diretamente para melhoria das propriedades físicas, mecânicas e durabilidade dos compostos de borracha; a **Copé**, com soluções para o mercado de borracha e plástico aliando com inovação, e poderá ser vista em parceria com GBO – Garbelotto Business Office e a United Rubber; a **Color Service**, empresa italiana especializada em tecnologias de dosagem automática de sólidos e líquidos para a indústria; a **Lanxess**, apresentando novos aditivos de alta performance para a indústria de pneus; a **Mirace-ma-Nuodex** destacando especialidades químicas para a indústria da borracha, com foco nos aditivos da linha Liobor®, desenvolvidos para aumentar a produtividade e o desempenho dos compostos de borracha.

## Ferramentas de IA podem trazer riscos para a cibersegurança de empresas

Alberto Jorge, especialista em segurança cibernética e CEO da Trust Control, alerta para uso de IAs generativas não autorizadas. 97% dos vazamentos de dados com IA ocorrem porque não há controles de acesso adequados.

“Todo mundo está falando e usando Inteligência Artificial, mas quase ninguém está se preocupando com os perigos que ela pode trazer para a segurança de dados”. A afirmação de Alberto Jorge, especialista em cibersegurança e CEO da Trust Control, evidencia a necessidade que os usuários em geral precisam ter na utilização das ferramentas de Inteligência Artificial, especialmente as chamadas IAs generativas. Estudos especializados mostram que, em todo o mundo, empresas estão enfrentando em média 223 incidentes mensais relacionados à IA generativa. Cerca de 97% dos vazamentos de dados com IA ocorrem porque não há controles de acesso adequados. “O maior risco imediato é o compartilhamento involuntário de informações confidenciais com a IA. Dados inseridos em chatbots públicos são tratados como informação pública”, alerta Alberto Jorge.

### No Brasil

Em nosso país, o cenário é particularmente preocupante. Em 2025, o país registrou 1,4 milhão de ataques por minuto, impulsionados por malwares que cresceram 535% com o uso de IA. Em 2026, os ataques autônomos de IA já são realidade: sistemas de IA estão identificando e explorando vulnerabilidades sem intervenção humana. “A Inteligência Artificial cria uma dualidade perigosa na segurança cibernética. Enquanto equipes de defesa usam IA para reduzir o tempo de detecção de incidentes, os hackers usam IA para criar deepfakes e fazer ataques em massa”, observa o CEO da Trust Control.

### Shadow IA

A chamada Shadow IA, ou IA Sombria, ocorre quando usuários utilizam ferramentas de IA sem autorização ou fora das políticas de segurança da organização. Esta é considerada uma das maiores ameaças à segurança. Estimativas apontam que, até 2033, 40% das empresas vão sofrer violações relacionadas ao Shadow AI. Utilizar ferramentas de IA não autorizadas pode acarretar em exposição massiva de dados, com consequências legais, resultando em multas, penalidades e até prisão por violação de LGPD ou segredos comerciais.

“A proteção de dados na era da IA exige governança desde o design, passando pela capacitação de equipes, monitoramento contínuo de uso não autorizado de ferramentas e a integração de segurança cibernética em todos os projetos de IA da organização”, recomenda Alberto Jorge.

Veja orientações para utilizar a IA no dia a dia sem correr riscos cibernéticos:

- Configure a privacidade e segurança: ative autenticação de dois fatores (2FA) e desative o histórico de chats quando disponível.
- Nunca insira dados sensíveis ou pessoais, como CPF, senhas, dados bancários ou documentos corporativos. Todo prompt é informação pública, que pode vaziar publicamente.
- Valide todas as respostas e links gerados: Contraste informações com fontes oficiais antes de usar em decisões.
- Use ferramentas corporativas aprovadas: utilize apenas IA aprovada pela empresa com governança definida. Evite extensões e plugins não verificados de fontes não confiáveis.

# Empresas de médio porte serão as grandes beneficiadas pela inteligência artificial

Com estruturas mais complexas que as pequenas empresas e menos burocráticas que as grandes corporações, empresas médias estão em posição privilegiada para capturar ganhos de produtividade, reduzir custos e acelerar o crescimento ao implementar novas tecnologias

Durante muito tempo, a adoção de tecnologias avançadas esteve associada às grandes corporações. A Inteligência Artificial (IA), no entanto, está mudando essa lógica. O time de especialistas da QYON Software - empresa norte-americana especializada no desenvolvimento de softwares de gestão com IA - aponta que as empresas de médio porte devem ser as mais beneficiadas pela nova onda tecnológica, justamente por ocuparem uma posição estratégica entre a agilidade das pequenas empresas e a escala das grandes organizações.

Esse movimento já pode ser observado nos números. Estudo da Deloitte mostra que as empresas médias vêm acelerando seus investimentos em IA e, em muitos casos, avançam mais do que grandes corporações na implementação de soluções baseadas em nuvem, machine learning e automação inteligente. Segundo o levantamento, 80% das empresas médias pretendem aumentar seus investimentos em IA, percentual superior ao registrado entre grandes organizações.

Para Maurício Frizzarin, fundador e CEO da QYON Software, a explicação está na combinação entre necessidade operacional e capacidade de adaptação. “As empresas médias estão em um momento importante de crescimento. Elas já possuem operações relativamente complexas, múltiplos departamentos, volumes significativos de dados e



ainda têm velocidade para implementar mudanças. Isso faz com que consigam capturar valor da IA mais rápido do que muitas das grandes corporações”, analisa.

À medida que crescem, as empresas médias enfrentam um problema comum: o aumento da complexidade operacional. Processos financeiros, fiscais, comerciais, administrativos e de atendimento passam a demandar mais pessoas, mais controle e mais tempo de gestão. Em muitos casos, o crescimento da estrutura ocorre em ritmo semelhante ao crescimento da receita, reduzindo ganhos de eficiência. É justamente nesse ponto que a Inteligência Artificial tem demonstrado maior impacto. Afinal, a automação de processos administrativos, financeiros e operacionais permite eliminar tarefas repetitivas, reduzir retrabalho, integrar informações e aumentar significativamente a produtividade das equipes.

“Empresas que implementam IA em processos administrativos registram reduções de custos que

variam entre 15% e 30%, além de ganhos relevantes de produtividade e velocidade na tomada de decisão”, destaca Frizzarin. Por isso, na avaliação do especialista, o maior benefício da IA para empresas médias não está apenas na economia financeira, mas na possibilidade de que gestores e colaboradores dediquem esforços a iniciativas estratégicas. “A IA não está apenas automatizando tarefas, mas devolvendo tempo para que empresários e gestores foquem em inovação, crescimento, relacionamento com clientes e planejamento estratégico”, afirma o executivo.

O CEO da QYON Software aponta que uma das tendências mais promissoras para os próximos anos é o avanço dos chamados ‘agentes de IA’, sistemas capazes de executar tarefas, interagir com usuários, analisar informações e apoiar decisões de forma contínua. Inclusive, uma pesquisa global feita pela McKinsey mostra que 62% das organizações já avaliam o uso de agentes inteligentes em suas operações e 64% das empresas

afirmam que a IA já contribui diretamente para iniciativas de inovação.

Na prática, esses agentes podem atuar como: assistentes administrativos, analistas financeiros, conciliadores bancários, atendedores digitais, agentes de cobrança, etc. A expectativa é que esse modelo transforme profundamente a forma como empresas organizam suas operações.

A tendência é que a Inteligência Artificial se torne um componente essencial da gestão empresarial nos próximos anos. Para Frizzarin, o cenário aponta para uma mudança estrutural no ambiente corporativo. “As empresas médias têm uma oportunidade única de dar um salto de eficiência. A IA permite crescer sem aumentar proporcionalmente os custos e a estrutura operacional. Quem aproveitar esse momento terá uma vantagem competitiva importante nos próximos anos”, afirma o executivo.

Segundo o especialista, a próxima fase da transformação digital será marcada por organizações híbridas, nas quais profissionais humanos atuarão de forma cada vez mais estratégica, enquanto agentes inteligentes assumirão parte significativa das tarefas operacionais. “O futuro não será das empresas que trabalham mais, mas daquelas que conseguem produzir mais valor com menos esforço operacional”, finaliza Maurício Frizzarin, fundador e CEO da QYON Software.

## Proclamas de Casamentos

### CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

#### 33º Subdistrito - Alto da Mooca ILZETE VERDERAMO MARQUES - Oficial

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

O pretendente: **JOÃO VITOR VIEIRA SANTOS**, estado civil divorciado, filho de Roberval Pereira Santos Filho e de Arleide Pereira Vieira, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **THAIS DA SILVA RIBEIRO**, estado civil solteira, filha de Anderson Tolentino Ribeiro e de Elisângela Maria da Silva, residente e domiciliada em São Paulo - SP.

O pretendente: **DANIEL HUANCA VILLAZANTE**, estado civil solteiro, filho de Humberto Huanca Cuti e de Elizabeth Villazante Mamani, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **DANIELA CANAVIRI CHIRINOS**, estado civil solteira, filha de Victor Hugo Chirinos Huchani e de Carmen Canaviri Mamani, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **RODRIGO PORTO BARACCHINI**, estado civil solteiro, filho de Eduardo Baracchini e de Rita Maria Porto Baracchini, residente e domiciliado no Butantã, nesta Capital - São Paulo - SP. A pretendente: **LETICIA MARINA ARAUJO MEDEIROS**, estado civil solteira, filha de Wellington de Medeiros e de Maria de Lourdes Araujo Medeiros, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente e residente a Rua Butantã, nº 550, apto. 1202 B, Butantã - nesta Capital - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua da Mooca, nº 4396, apto. 25, Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea "b" da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência do pretendente.

O pretendente: **PAULO RICARDO DORATHIOTO**, estado civil solteiro, filho de Carlos Augusto Dorathiotto e de Bernadete Akico Nishiguti Dorathiotto, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **MARIA CLAUDIA PASCHOALATTO MATEO**, estado civil solteira, filha de Luis Antonio Mateo Suanes e de Rosemary Aparecida Paschoalatto Mateo, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **MASSIMILIANO BELLAVIA**, estado civil solteiro, filho de Antonino e de Maria Tesouro, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **RUTH MARIANA CLAROS VALLEJOS**, estado civil solteira, filha de Mario Claros Flores e de Lucia Vallejos Valdiviezo, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

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

### CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS

#### 15º Subdistrito - Bom Retiro Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - Oficial

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

O pretendente: **JUVENAL INÁCIO DA SILVA**, nascido em Itajubá, MG, no dia 07/11/1997, profissão produtor rural, estado civil viúvo, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Inacio Ferreira da Silva e de Maria Aparecida Maciel da Silva. A pretendente: **LUANA JESUS DE LIMA**, nascida em Corumbá, MS, no dia 13/12/1990, profissão enfermeira, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Venancio Leme de Lima e de Maria Expedita de Jesus.

O pretendente: **DERLI FRANCISCO JUNIOR**, nascido em São José, SC (registrado no Subdistrito Estreito em Florianópolis, SC), no dia 21/08/1996, profissão músico regente, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Derli Francisco e de Rosânia de Souza Francisco. A pretendente: **JULIA PEDROTTI**, nascida nesta Capital, Santa Cecília, SP, no dia 17/12/1995, profissão produtora, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Vitor Antonio Pedrotti e de Maria Luiza Santiago de Oliveira Pedrotti.

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

## Quatro dicas para não cair em golpes ao validar documentos

Especialista aponta cuidados essenciais para evitar golpes em um cenário de avanço de deepfakes, phishing e identidades sintéticas. Com o avanço da digitalização, validar documentos online deixou de ser apenas uma etapa operacional e passou a representar um desafio crescente de segurança digital.

Segundo o Relatório de Identidade e Fraude 2025, da Serasa Experian, 51% dos brasileiros sofreram algum tipo de fraude no último ano. Ao mesmo tempo, golpes envolvendo documentos falsos e identidades sintéticas vêm ganhando sofisticação com o uso de inteligência artificial, deepfakes e dados vazados.

O tema ganhou ainda mais relevância após o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) anunciar que tornará obrigatória, a partir de maio de 2026, a autenticação em dois fatores nos sistemas da Plataforma Digital do Poder Judiciário (PDPJ-Br), substituindo códigos enviados por e-mail por aplicativos autenticadores como Google Authenticator e FreeOTP.

Para Klaus Riffel, fundador e CEO da doc9, lawtech que desenvolve soluções de automação, gestão operacional e segurança digital para o setor jurídico, o movimento mostra que identidade digital e controle de acessos deixaram de ser uma preocupação restrita à área de tecnologia. “O problema hoje não é apenas um documento falso, mas identidades digitais construídas com dados reais e combinadas com ferramentas de IA. Isso exige processos mais robustos

de autenticação, validação e rastreabilidade”, afirma.

Diante desse cenário, o especialista aponta quatro cuidados essenciais para reduzir o risco de golpes ao validar documentos:

### 1. Ative autenticação em dois fatores

O uso de aplicativos autenticadores adiciona uma camada extra de segurança e reduz significativamente o risco de acessos indevidos, mesmo em casos de vazamento de senhas. A própria decisão do CNJ de tornar obrigatória a autenticação em dois fatores nos sistemas da PDPJ-Br reforça como identidade digital e validação de acessos passaram a ser temas críticos.

O movimento também aumentou a preocupação de empresas com o controle sobre certificados digitais utilizados para acessar tribunais e sistemas corporativos. Hoje, o Whom.doc9, plataforma de gestão de certificados digitais da doc9, gerencia cerca de 60 mil certificados para mais de 100 mil usuários ativos em todo o país, permitindo rastrear acessos, definir permissões e reduzir riscos relacionados ao uso indevido de credenciais.

### 2. Confira a origem da plataforma

Antes de enviar documentos pessoais, é importante validar se o link pertence ao domínio oficial da empresa ou instituição. O Brasil registrou mais de 500 milhões de tentativas de phishing em 2025, segundo a Kaspersky.

### 3. Controle onde e para quem você envia seus documentos

RG, CPF e CNH devem ser enviados apenas por canais confiáveis e, sempre que possível, acompanhados de marca d'água indicando a finalidade do uso. Segundo levantamento da CAF, empresa especializada em verificação documental, as tentativas de fraude com documentos no Brasil mais que dobraram entre 2022 e 2025, chegando a mais de 51 mil casos. Em 84% delas, o documento alvo foi o RG, o mais comum entre os brasileiros e o que circula com maior facilidade em processos digitais. Golpistas montam dossiês combinando dados de diferentes vazamentos para construir identidades sintéticas e fraudar validações em sequência.

### 4. Não confie apenas na aparência do documento

Deepfakes e documentos gerados por IA tornaram fraudes digitais mais difíceis de identificar visualmente. Em casos sensíveis, a recomendação é validar informações por canais oficiais e utilizar ferramentas adicionais de verificação.

“Quando o Judiciário muda seus protocolos de autenticação e os dados mostram que fraudes documentais digitais já superam as físicas, o recado é claro: o ambiente mudou. Quem ainda valida documentos só na base do olhar crítico ou da assinatura manuscrita está operando com ferramentas do passado para enfrentar ameaças do futuro”, completa Riffel.

# Varejistas deixam de lucrar 38% ao ano por deixar serviços financeiros nas mãos dos bancos

“A empresa que conhece a cadeia, tem dados reais e consegue estruturar uma operação segura passa a disputar uma parte do valor que antes parecia naturalmente bancário”, afirma Letícia Moschioni, sócia da Finscale

O pequeno varejista brasileiro convive com uma contradição cada vez mais cara. Ele depende de capital de giro para comprar estoque, manter a loja abastecida e atravessar o intervalo entre a venda ao consumidor e o pagamento aos fornecedores, mas encontra no banco uma das fontes mais pesadas de financiamento. Nas operações de capital de giro para pessoa jurídica com prazo de até 365 dias, a taxa chegou a 38% ao ano em 2025. No atacado distribuidor, essa pressão ganha escala. O setor faturou R\$ 616,6 bilhões em 2025 e atende a mais de 1,18 milhão de pontos de venda pelo canal indireto. Na prática, a distribuidora já financia parte desse ecossistema quando vende com prazo, assume risco comercial, emite boletos, acompanha inadimplência e mantém relacionamento recorrente com pequenos mercados, padarias, mercearias e lojas de bairro. O problema é que, embora carregue parte relevante do risco, ela nem sempre captura o valor financeiro dessa relação. O lojista paga juros ao banco, a distribuidora preserva o prazo para manter a venda e o spread fica fora da cadeia produtiva.

É nesse ponto que o embedded finance (serviços financeiros integrados) começa a mudar a lógica



do setor. Em vez de tratar crédito, cobrança, pagamentos e antecipação como serviços externos, empresas da economia real passam a incorporar soluções financeiras dentro da própria operação. Para Letícia Moschioni, sócia da Finscale, o distribuidor já tem um ativo que o banco precisa reconstruir de fora, o histórico real de compra, pagamento, recorrência e comportamento do lojista. “Quando a distribuidora vende com prazo, ela já está concedendo crédito. A diferença é que, sem estrutura, esse crédito fica invisível, mal precificado e muitas vezes capturado por terceiros”, afirma. Em uma simulação simples, se o lojista deixa de recorrer a uma linha bancária, a economia potencial equivale a até 38% do valor tomado em 12 meses, caso substitua esse custo por uma estrutura interna sem juros equivalentes. Mesmo em

modelos com taxa menor, a diferença pode representar alívio direto no caixa e maior capacidade de compra junto ao próprio distribuidor.

O tamanho da oportunidade ajuda a explicar por que o tema deixou de ser restrito a fintechs. Estudos apontam que o embedded finance pode gerar R\$ 24 bilhões em receita adicional até 2026 em setores como varejo, bens de consumo e serviços, enquanto o potencial de oferta de crédito embarcado chega a R\$ 83 bilhões. No caso específico da distribuição B2B de alimentos, a base elegível para crédito embarcado foi estimada em R\$ 1,1 trilhão, segundo dados reunidos pela Finscale a partir de estudos de mercado. A leitura é direta: onde há venda recorrente, prazo, inadimplência, cobrança e histórico transaccional, há também uma operação financeira escondida.

A mudança ocorre em um ambiente macroeconômico que torna a eficiência financeira mais relevante. Com juros ainda elevados, crédito seletivo e margens pressionadas no varejo, a capacidade de financiar melhor a ponta da cadeia pode virar vantagem competitiva. Para o pequeno lojista, a diferença aparece no custo do capital e na previsibilidade para recompor estoque. Para a distribuidora, surge uma nova frente de receita, maior controle sobre o fluxo de pagamento e mais dados para avaliar risco. Para o mercado financeiro, o movimento indica uma descentralização gradual do crédito corporativo, com empresas não financeiras passando a operar como plataformas de relacionamento financeiro dentro dos próprios setores. “O banco continua tendo papel importante, mas ele não é mais o único caminho para organizar crédito e pagamentos. A empresa que conhece a cadeia, tem dados reais e consegue estruturar uma operação segura passa a disputar uma parte do valor que antes parecia naturalmente bancário”, diz Letícia. Em um setor de centenas de bilhões de reais, a pergunta deixa de ser se distribuidoras podem oferecer soluções financeiras. A questão passa a ser quanto valor elas ainda estão deixando fora do próprio balanço.

# Salões e clínicas usam IA para ganhar eficiência e melhorar decisões estratégicas

Davi Iglesias (\*) Graciane Severino (\*\*)

A rotina de salões de beleza, clínicas estéticas e outros negócios de serviços sempre foi marcada por uma combinação intensa entre operação, atendimento e gestão. Em muitos casos, profissionais passam horas focados na execução dos serviços enquanto acumulam tarefas como responder mensagens, organizar agendas, controlar pagamentos, acompanhar equipe e analisar resultados. Isso faz com que a gestão acabe acontecendo de forma reativa, baseada mais na urgência do dia a dia do que em planejamento estratégico.

Nos últimos anos, a tecnologia passou a ocupar um papel mais relevante nesse processo, especialmente com o avanço da inteligência artificial aplicada à gestão. O que antes parecia distante da realidade de pequenos e médios negócios hoje se tornou uma ferramenta prática para organizar operações, interpretar dados e apoiar decisões mais eficientes. Além de automatizar tarefas, as ferramentas baseadas em IA atuam como suporte estratégico para negócios que dependem de recorrência, produtividade e experiência do cliente.

No setor da beleza e da estética, essa transformação acontece de forma muito concreta. Procedimentos longos e agendas complexas tornam inviável depender apenas de controles manuais. Em operações com alta demanda, responder clientes individualmente, confirmar horários e reorganizar encaixes consome tempo e reduz a produtividade da equipe. Dessa forma, o agendamento online passou a ser uma das ferramentas mais importantes para melhorar a experiência tanto do cliente quanto do negócio.

Quando o cliente consegue acessar um link, visualizar horários disponíveis e agendar sozinho, o atendimento se torna mais fluido e a operação ganha eficiência. Em serviços como tranças afro, por exemplo, em que um único atendimento pode durar entre oito e doze horas, interromper constantemente a execução do trabalho para responder mensagens impacta diretamente a rotina do salão. A digitalização do agendamento reduz esse atrito operacional e libera tempo para que a equipe consiga focar na qualidade do atendimento.

Outro ponto em que a tecnologia tem ajudado muito é na comu-

nicação automatizada. Lembretes automáticos enviados antes do atendimento ajudam a reduzir faltas, atrasos e esquecimentos, além de melhorar a organização interna da equipe. Em negócios recorrentes, a comunicação faz parte da experiência do cliente. Se o contato acontece no momento certo e de forma organizada, a percepção de profissionalismo aumenta.

Mas talvez a maior mudança esteja no uso de dados para tomada de decisão. Muitos negócios ainda operam sem clareza sobre quais serviços geram mais lucro, quais horários têm melhor desempenho ou quais áreas precisam de ajustes. A inteligência artificial aplicada à gestão permite transformar informações operacionais em análises mais acessíveis e estratégicas. Relatórios de faturamento, ocupação, recorrência e rentabilidade ajudam gestores a entender melhor a saúde do negócio e identificar oportunidades de crescimento.

Ferramentas baseadas em IA já conseguem interpretar padrões da operação e apontar tendências que dificilmente seriam percebidas apenas na rotina do dia a dia. Isso permite identificar desperdícios, ajustar preços, reorganizar agendas e direcionar melhor campanhas e investimentos. Em muitos casos, o ganho também acontece na redução de custos, no melhor aproveitamento do tempo da equipe e na construção de uma operação mais previsível.

Ao contrário da percepção de que tecnologia substituiu pessoas, o que se observa nesses segmentos é justamente o oposto. A IA reduz tarefas repetitivas e operacionais para que profissionais possam dedicar mais energia ao relacionamento com o cliente, à experiência do atendimento e às decisões estratégicas do negócio. O atendimento continua humano, mas passa a ser sustentado por uma estrutura mais organizada e inteligente.

O avanço dessas ferramentas mostra que gestão e tecnologia deixaram de ser diferenciais restritos a grandes empresas. Hoje, salões e clínicas que conseguem integrar organização operacional, dados e inteligência artificial ganham mais clareza sobre o próprio negócio, melhoram a experiência do cliente e constroem um crescimento mais sustentável.

(\*) CEO da Gendo. (\*\*\*) Fundadora do Studio Afro Braids.

AS PUBLICAÇÕES LEGAIS NOS JORNAIS SÃO DATADAS E AUTENTICADAS, SEM MARGEM PARA ALTERAÇÃO POSTERIOR DO CONTEÚDO DIVULGADO. AFINAL, O JORNAL É LEGAL.



**banco** **BANCO BMG S.A.**  
 Companhia Aberta CNPJ nº 61.186.680/0001-74 - NIRE nº 3.530.046.248-3  
**Ata da Reunião Extraordinária do Conselho de Administração Realizada em 26 de Maio de 2026.**  
**Data, Hora, Local:** 26.05.2026, às 14 horas, na sede, Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, 1.830, 9º andar, sala 94, bloco 04, 10º andar, sala 101, parte, bloco 01, sala 102, parte, bloco 02, sala 103, bloco 03 e sala 104, bloco 04 e 14º andar, sala 141 bloco 01, Condomínio Edifício São Luiz, São Paulo/SP. **Presença:** Totalidade dos membros do Conselho de Administração. **Mesa:** Presidente: Olga Stankevicius Colpo, Secretária: Denise Peixoto Domingues. **Ordem do Dia:** Deliberar sobre (a) a transferência, pela Companhia à classe A do **Fundo de Investimento em Direitos Creditórios INSS Consignado - Responsabilidade Limitada**, (ou outra denominação que venha a ter), fundo de investimento constituído sob a forma de condomínio fechado, CNPJ 66.226.355/0001-01 ("Classe" e "Fundo", respectivamente), de direitos creditórios oriundos das operações realizadas com (1) os cartões de crédito consignado emitidos pela Companhia ("Cartões BMG Card"), que permitem aos respectivos devedores realizar compras e saques em todo o território brasileiro; e (2) os cartões de crédito consignado benefício emitidos pela Companhia ("Cartões Benefício" e, em conjunto com os Cartões BMG Card, os "Cartões"), que permitem aos respectivos devedores, entre outros benefícios, a contratação e o financiamento de bens e de despesas decorrentes de serviços e saques em todo o território brasileiro, em ambos os casos cujo pagamento, como regra geral, é efetuado pelo Instituto Nacional do Seguro Social ("INSS"), por meio de consignação em folha de benefício previdenciário ou assistencial pago pelo INSS ("Direitos Creditórios"), por meio (i) de cessão, no caso de Direitos Creditórios não representados por Cédula de Crédito Bancário; e (ii) de endosso em preto, no caso de Direitos Creditórios representados por Cédula de Crédito Bancário, observados os termos e condições estabelecidos no "Contrato de Promessa de Transferência e Aquisição de Direitos Creditórios e Outras Avenças" a ser celebrado entre a Companhia, a Classe e, na qualidade de intervenientes, a Angá Administração de Recursos Ltda. (gestora), o Banco Daycoval S.A. (administradora), e a Integral Investimentos Ltda. (agente de conciliação) ("Contrato de Transferência"), durante o período de 24 meses contados da 1ª data de integralização de cotas da Classe ("Período das Aquisições"), contemplando (1) uma alienação principal, na 1ª data de alienação de Direitos Creditórios pelo BMG à Classe; e (2) alienações sucessivas, pelo BMG à Classe no âmbito da Aquisição Contínua, de Direitos Creditórios atrelados às mesmas Contas Cartão da aquisição principal; em todos os casos observados os respectivos Critérios de Elegibilidade e Condições de Transferência a serem definidos no Contrato de Transferência; (b) a autorização à diretoria da Companhia para, observadas as disposições legais, praticar todos e quaisquer atos necessários à formalização correta e eficaz dos documentos e à efetiva implementação da transferência dos Direitos Creditórios, à celebração do Contrato de Transferência, dos Termos de Transferência (compreendendo Termos de Cessão e Termos de Endosso), Termos Consolidadores, Termos de Resolução, Termos de Substituição, Termos de Indenização e Termo de Recompra Integral, bem como à contratação dos prestadores de serviços relacionados, incluindo registradora, custodiante, agente de recebimento, agente de conciliação, agente de cálculo, gestora, administradora e demais terceiros; e (c) a ratificação de todos os atos já praticados pela diretoria da Companhia relacionados à transferência dos Direitos Creditórios e à celebração do Contrato de Transferência e qualquer outro relacionado à presente transação. **Deliberações Aprovadas:** 1- Autorizar a transferência, pela Companhia à Classe, dos Direitos Creditórios, observados os termos e condições do Contrato de Transferência e dos demais Documentos da Operação, durante o Período das Aquisições. 2- Autorizar à diretoria da Companhia a, observadas as disposições legais, praticar todos e quaisquer atos necessários à formalização correta e eficaz dos documentos referentes à transferência dos Direitos Creditórios, à celebração do Contrato de Transferência, dos Termos de Transferência (compreendendo Termos de Cessão e Termos de Endosso), Termos Consolidadores, Termos de Resolução, Termos de Substituição, Termos de Indenização e Termo de Recompra Integral, bem como para tomar todas as demais providências necessárias à transferência dos Direitos Creditórios, incluindo a contratação dos prestadores de serviços relacionados, tais como registradora, custodiante, agente de recebimento, agente de conciliação, agente de cálculo, gestora, administradora e demais terceiros. 3- Ratificar todos os atos já praticados pela diretoria da Companhia relacionados à transferência dos Direitos Creditórios e à celebração do Contrato de Transferência, conforme ora aprovado, e qualquer outro relacionado à presente transação. **Encerramento:** Nada mais. Conselheiros: Ricardo Annes Guimarães, Antônio Mourão Guimarães Neto, Ângela Annes Guimarães, Dorival Dourado Junior, Olga Stankevicius Colpo, Flavio Dias Fonseca da Silva, José Eduardo Gouveia Dominical, Marco Antonio Antunes e Gueitiro Matsuo Gensso. JUCESP nº 253.418/26-4 em 10.06.2026. Marina Centurion Dardani - Secretária Geral.



## A força feminina liderando o Empreendedorismo de Impacto no Brasil

Alcione Pereira (\*)

*O panorama do empreendedorismo de impacto no Brasil vem sendo redesenhado por um movimento inspirador: o protagonismo das mulheres*

Elas assumem cada vez mais a liderança de negócios inovadores que, além de gerar lucro, visam solucionar problemas sociais e ambientais, construindo um futuro mais justo e sustentável para todos.

Para se ter uma ideia, entre 2017 e 2022, o número de empresas lideradas por mulheres no Brasil cresceu 44%, segundo o Sebrae. Levando a discussão para os negócios de impacto social e ambiental, mais da metade (52%) dos negócios liderados por mulheres estão em setores de impacto social e ambiental, como educação, saúde, sustentabilidade e desenvolvimento social. Isso significa que, além de prosperar, essas empresas estão gerando transformações positivas na vida das pessoas e no planeta.

Quando falamos em perfil, as mulheres que lideram negócios de impacto no Brasil são majoritariamente jovens, com idade média de 35 anos, e possuem alto nível de qualificação, com ensino superior completo. Dentre os fatores que impulsionam o avanço feminino nas últimas décadas, podemos destacar o acesso à educação e à informação qualificada, que tem empoderado as mulheres, permitindo que desenvolvam habilidades e conhecimentos necessários para empreender.

Além disso, diversas iniciativas públicas e privadas, como programas de mentoria, incubadoras e aceleradoras, oferecem suporte e

orientação para aquelas que desejam abrir ou expandir seus negócios. E, claro, também a crescente demanda por produtos e serviços que geram impacto positivo na sociedade e no meio ambiente abre um leque de oportunidades para as mulheres empreendedoras.

Mas, apesar das conquistas e avanços, sabemos que existem ainda muitos desafios. As mulheres continuam enfrentando obstáculos como a disparidade salarial e a dificuldade de acesso ao crédito, o que limita seu potencial de crescimento. A baixa representatividade feminina nos cargos de liderança e a dificuldade em quebrar certos paradigmas profissionais são outros fatores que impedem uma maior igualdade de gênero nesse sentido.

De qualquer forma, as perspectivas são muito promissoras para as mulheres brasileiras. Espera-se que o número de empresas lideradas por elas continue crescendo nos próximos anos, impulsionado por sua capacidade de inovar, gerar impacto positivo e liderar com empatia e colaboração.

Mesmo em meio a um cenário desafiador para a liderança feminina, as mulheres estão liderando a construção de um futuro mais justo, sustentável e próspero para todos. Para que esse movimento continue a crescer, é fundamental superar os desafios que persistem e investir no potencial das mulheres empreendedoras.

(\*) Com formação em Engenharia de Alimentos, Mestrado em Sustentabilidade e MBA em Gestão Empresarial, Alcione Pereira é fundadora da Connecting Food, primeira foodtech brasileira especializada em inteligência de redistribuição de alimentos em perfeitas condições de consumo para organizações sociais.

## No varejo de moda, tecnologia RFID transforma prevenção de perdas em vantagem operacional

O varejo brasileiro encerrou os últimos meses com um dado que preocupa quem conhece a operação por dentro: as perdas do setor avançaram de 1,48% para 1,57% da receita líquida em apenas um ano, com 84% dos casos atribuídos a falhas operacionais, furtos e erros de inventário

João Ricardo Costa (\*)

Os números são da Pesquisa Abrappe de Perdas no Varejo Brasileiro, realizada pela Associação Brasileira de Prevenção de Perdas em parceria com a KPMG, divulgada em novembro do ano passado com dados de 149 empresas distribuídas em 19 estados.

O levantamento traz ainda um recorte que interessa diretamente ao varejo de moda: o segmento registrou índice de perdas de 1,87%, acima da média geral do setor, o que coloca a questão num patamar ainda mais premente para quem opera com roupas, calçados e acessórios. É justamente nesse contexto que o RFID, tecnologia de identificação por radiofrequência já consolidada nas maiores redes de vestuário do país, ganha força como resposta operacional. A razão é direta: nenhum outro setor combina, de forma tão evidente, o volume de itens, a diversidade de SKUs, o giro frequente de coleções e o valor médio por produto suficientemente alto para justificar, com folga, esse investimento.

O RFID (Radio-Frequency Identification, ou Identificação por Radiofrequência) não é uma novidade para o varejo de moda. Grandes redes do setor já operam com a tecnologia há anos, especialmente no controle de estoque e na prevenção de perdas em piso de loja. O que muda agora é a dinâmica de adoção: a queda no custo das etiquetas, o amadurecimento dos sistemas de integração e a pressão crescente por eficiência operacional estão tornando o RFID acessível a um número maior de varejistas, inclusive os de médio porte, que até pouco tempo tratavam o tema como solução exclusiva dos grandes players.

### O problema que todo varejista de moda conhece

Quem opera no varejo de vestuário sabe que o inventário é um ponto de vulnerabilidade permanente. Uma coleção pode reunir centenas de referências com variações de cor, tamanho e modelo. A precisão dos dados do estoque, nesse ambiente, raramente chega a 70% nas operações que dependem exclusivamente de processos manuais ou de leitura por código de barras. Isso significa que, a cada dez peças que o sistema indica como disponíveis, três podem não estar onde deveriam, seja por desvio, seja por erro de endereçamento, seja por falha no registro de entrada ou saída.

Esse desalinhamento tem consequências diretas na margem. A ruptura de estoque — quando o cliente busca um produto que o sistema aponta como disponível, mas não está na prateleira — é uma das principais causas de venda perdida no varejo de moda. Ao mesmo tempo, o excesso de estoque não registrado corretamente resulta em capital imobilizado e em promoções desnecessárias para girar produtos que poderiam ter sido vendidos pelo preço cheio. Quando se soma a isso o furto, tanto



Frederico CANVA

externo quanto interno, o impacto sobre a rentabilidade se torna difícil de ignorar e há uma desvantagem competitiva em relação à concorrência.

A diferença entre o varejo de vestuário e outros segmentos está justamente aqui: o valor médio de cada item e a margem bruta envolvida tornam o custo da etiqueta RFID, que hoje gira em torno de R\$ 0,50 a R\$ 1,50, dependendo do volume e da especificação, economicamente justificável. Em categorias de ticket mais baixo, o cálculo não fecha. No vestuário, o retorno sobre o investimento se materializa com relativa rapidez, especialmente quando se considera não apenas a redução de perdas, mas o ganho operacional em toda a cadeia de gerenciamento de estoque, que sobe de 70% para mais de 95%.

### Como o RFID opera na prática

A tecnologia funciona a partir de etiquetas eletrônicas acopladas aos produtos ainda no processo de etiquetagem, na maioria dos casos, na fábrica ou no centro de distribuição. Cada etiqueta armazena um código único que identifica o item de forma individual, diferentemente do código de barras, que identifica apenas o tipo de produto. Isso significa que dois jeans idênticos, do mesmo modelo e tamanho, possuem identificadores distintos no sistema, o que permite rastrear cada peça ao longo de toda a cadeia.

Quando esses produtos chegam à loja, passam por um pódio de leitura que registra automaticamente toda a entrada. Durante a operação diária, leitores portáteis, ou antenas fixas posicionadas estrategicamente no piso de vendas e no estoque, capturam as informações de cada peça sem necessidade de contato visual ou alinhamento preciso, o que diferencia o RFID do código de barras de forma fundamental. Um funcionário pode realizar o inventário de um corredor inteiro em minutos, com precisão próxima de 99%, sem precisar retirar as peças do cabide ou da prateleira.

Essa capacidade transforma o inventário de um evento periódico e custoso que, em muitos varejistas, ainda ocorre mensalmente com loja fechada ou com equipe contratada exclusivamente para essa função, em um processo contínuo, integrado à rotina da operação. Acurácia do estoque deixa de ser uma meta difícil de atingir e se torna o estado padrão da operação. Na prevenção de perdas, o impacto é igualmente relevante: pódios de

saída equipados com antenas RFID identificam qualquer produto que deixe a loja sem ter passado pelo processo de desativação no caixa, permitindo alertas em tempo real e análises retrospectivas sobre padrões de desvio.

### O estoque que finalmente conversa com o sistema

Um dos efeitos menos discutidos, mas dos mais relevantes, da adoção do RFID no vestuário é o impacto sobre a integração entre loja física e operação digital. Varejistas que operam em múltiplos canais enfrentam um desafio permanente: garantir que o estoque exibido no e-commerce reflita o que está efetivamente disponível na loja. A divergência entre o estoque informado e o estoque real é uma das principais causas de frustração do consumidor omnichannel, que compra online, vai até a loja retirar e descobre que o produto não está disponível e essa distorção nas informações gera frustração no consumidor, perda de vendas e de reputação.

Com RFID, a visibilidade do estoque em tempo real permite que sistemas de gestão omnichannel operem com dados confiáveis. A decisão de exibir ou ocultar um produto no canal digital pode ser feita de forma automática, com base na contagem atualizada da loja. Isso reduz cancelamentos, melhora a experiência de compra e aumenta a conversão, tanto no canal físico quanto no digital. A rastreabilidade individual de cada peça também permite identificar em qual etapa do processo uma perda ocorreu — se na entrada da mercadoria, no piso de vendas, no estoque ou no processo de devolução, o que transforma dados de inventário em inteligência operacional.

No Brasil, a adoção do RFID no varejo de moda ainda é concentrada nas maiores redes, mas o movimento de expansão para o varejo de médio porte é visível. A combinação de custos decrescentes, maior disponibilidade de soluções integradas e pressão competitiva por eficiência operacional está reduzindo as barreiras de entrada. Varejistas que antes consideravam o RFID um projeto para o futuro estão revisando essa posição à medida que percebem que a tecnologia já é uma realidade operacional para parte relevante da concorrência — e que postergar essa decisão tem um custo que aparece, mês a mês, nos resultados.

### A equação que o varejo de moda precisa fazer

O debate sobre a adoção de RFID no varejo brasileiro

avançou nos últimos anos, mas ainda carrega uma percepção equivocada: a de que se trata de uma tecnologia de alto custo cujo benefício principal é a prevenção de furtos. Essa visão subestima o impacto operacional da solução e ignora o contexto específico de cada segmento. Não existe uma resposta universal para quando o RFID compensa. Existe, sim, uma análise que precisa ser feita considerando o valor médio dos produtos, o volume de SKUs, a frequência de inventários, o custo operacional atual e as perdas verificadas.

No vestuário, essa análise tende a convergir para um resultado positivo com consistência. O ganho em acurácia de estoque, a redução do tempo e do custo dos inventários, a melhora na disponibilidade de produto e a integração com canais digitais constroem, juntos, um argumento de retorno sobre investimento verificável e sustentável. Operações que implementaram o RFID de forma estruturada relatam ganhos que vão além da redução de perdas — e que se refletem diretamente na margem e na experiência do cliente. O mesmo raciocínio se aplica ao varejo de luxo e ao setor farmacêutico, dois outros segmentos nos quais o valor unitário dos produtos e as exigências operacionais tornam o investimento em tecnologia de identificação automática não apenas viável, mas estratégico.

Uma forma de iniciar a implantação da tecnologia pode ser por meio de um projeto piloto, em apenas uma loja, com priorização dos itens de maior valor agregado, que tenham alto volume de vendas ou gerem grandes perdas financeiras causadas por furtos. Após verificar o retorno, as melhorias na gestão do estoque e a redução de ruptura é possível fazer a expansão para todo o mix de produtos ou mais lojas. Mas, para que o projeto seja efetivo a equipe também precisa estar preparada para utilizar a tecnologia.

A acurácia de dados que o RFID possibilita, com informações precisas de entrada e saída de mercadorias possibilita a estruturação de dados e cria a infraestrutura necessária para a adoção de tecnologias, como data analytics com apoio de IA e machine learning, que contribuem para a eficiência na operação e ganham importância conforme a operação cresce em número de pontos de venda físico ou no ambiente digital, seja por meio de um e-commerce próprio ou pelo ingresso em market places.

A tecnologia está disponível. O que diferencia os varejistas que já colhem os resultados dos que ainda postergam a decisão não é o tamanho da operação, mas a disposição de tratar a visibilidade do estoque como um ativo estratégico, e não como um problema operacional a ser administrado no improviso. No varejo de moda, essa escolha tem nome e endereço. O inventário que não fecha nunca foi apenas um dado: sempre foi um sintoma.

(\*) Head da Selbetti Label Solutions.

## Queda da Selic chega devagar ao bolso

A decisão do Banco Central de reduzir a taxa Selic para 14,25% ao ano reacendeu uma pergunta comum entre consumidores: afinal, o que muda, na prática, na vida de quem paga boleto, usa cartão de crédito, financia um carro ou mantém dinheiro aplicado?

A resposta é menos imediata do que muita gente gostaria. A queda da Selic não derruba automaticamente os juros do cartão, não reduz de uma vez a prestação do financiamento e tampouco faz o supermercado ficar mais barato no dia seguinte. Mas ela altera o custo do dinheiro na economia e, aos poucos, influencia decisões de bancos, empresas e famílias.

Para André Charone, contador, professor universitário e especialista em finanças e negócios, a Selic funciona como uma espécie de “termostato” da economia brasileira.

“Quando a Selic cai, o dinheiro tende a ficar menos caro. Isso pode estimular o consumo, facilitar o crédito e aliviar um pouco o custo das dívidas. Mas esse movimento não chega ao bolso da população no mesmo dia da decisão do Copom. Existe um caminho entre a taxa definida pelo Banco Central e a taxa cobrada do consumidor na ponta”, afirma Charone.

Na prática, quem mais espera sentir a diferença são pessoas que pretendem contratar novos financiamentos, renegociar dívidas ou trocar uma dívida cara por outra mais barata. Ainda assim, o especialista pondera que a redução recente, de 0,25 ponto percentual, é pequena diante do nível ainda elevado dos juros no país.

# Empresas de tecnologia têm menos de 65 dias para adequar gestão de riscos psicossociais

Prazo de adaptação já está em andamento e exige revisão de processos, liderança e acompanhamento de equipes, afirma especialista da Gateway

Equipes distribuídas em diferentes estados e países, profissionais alocados em clientes, trabalho remoto, ciclos curtos de desenvolvimento, operações em regime contínuo e alta demanda por especialistas compõem uma rotina comum em empresas de tecnologia. Desde 26 de maio, com a entrada em vigor da atualização da NR-1, esse modelo de organização passou a exigir atenção maior aos fatores psicossociais relacionados ao trabalho, já que as companhias precisam identificar, registrar e monitorar situações que possam contribuir para o adoecimento mental do colaborador. Embora o Ministério do Trabalho e Emprego tenha adotado uma fase inicial de orientação antes da aplicação de penalidades, o prazo de 90 dias já está em curso e, agora, na metade de junho, as organizações têm cerca de 65 dias para concluir adequações que passarão a integrar a fiscalização trabalhista.

Segundo a Gerente de Marketing e Pessoas & Cultura da Gateway, Taline Klinguefufus, a adequação exige que as empresas, inclusive de tecnologia, convertam rotinas de acompanhamento em critérios formais de gestão de risco, com identificação dos fatores psicossociais, registro no Programa de Gerenciamento de Riscos, definição de medidas preventivas, responsáveis pelo monitoramento, prazos de resposta e reavaliação periódica. Ela explica que companhias do setor costumam operar com equipes multidisciplinares, projetos simultâneos e profissionais inseridos em ambientes corporativos distintos.

Essa realidade demanda atenção sobre carga de trabalho, autonomia, clareza de papéis, integração com



Gateway divulgação

lideranças, suporte técnico e adaptação aos diferentes modelos de gestão. “Mapear riscos psicossociais exige observar como as demandas são distribuídas, quais recursos estão disponíveis para execução das atividades e de que forma os profissionais recebem orientação e acompanhamento ao longo dos projetos”, afirma.

## Cuidados com a saúde ocupacional

De acordo com a gerente, a nova redação da NR-1 exige a incorporação dos riscos psicossociais ao gerenciamento ocupacional da empresa, com avaliação de sua presença em áreas, funções ou projetos, documentação no PGR e comprovação de medidas para reduzir a exposição dos profissionais. Na visão da especialista, empresas de tecnologia precisam priorizar três frentes durante o período de adaptação. Entre elas estão a revisão da forma como demandas, prazos e responsabilidades são distribuídos, o acompanhamento de profissionais em trabalho remoto, híbrido ou alocados em clientes e a capacitação da liderança para reconhecer sinais de sobrecarga, dificuldade de adaptação, isolamento, queda de engajamento ou necessidade de suporte especializado.

Ela acrescenta que a adequação também depende de evidências. Registros durante o onboarding, conversas periódicas, planos

de acompanhamento, encaminhamentos realizados, revisão de cargas de trabalho e ações de capacitação ajudam a comprovar que a organização identificou riscos e adotou providências proporcionais à realidade da operação. “O ponto central é mostrar que existe um processo contínuo, capaz de identificar, acompanhar e corrigir fatores que podem comprometer a saúde dos profissionais”, avalia.

A necessidade de adaptação cresceu diante do aumento dos afastamentos relacionados à saúde mental no país. Dados da Previdência Social apontam que o Brasil registrou mais de 546 mil licenças por transtornos mentais em 2025, o maior volume já contabilizado. A atualização da NR-1 surge nesse cenário e reforça a responsabilidade das empresas em prevenir fatores associados ao adoecimento antes que eles resultem em afastamentos, perda de produtividade ou passivos trabalhistas.

## Modelo Gateway de cultura organizacional

Parte das empresas de tecnologia já vinha estruturando iniciativas alinhadas aos princípios que agora passaram a integrar a norma. Na Gateway, o acompanhamento sempre envolveu colaboradores internos, profissionais alocados em clientes e prestadores de serviços, com participação das áreas de Pessoas &

Cultura e Experiência do Cliente. O modelo inclui onboarding estruturado, atuação de especialistas, apoio do Buddy Gateway e contatos periódicos para acompanhar adaptação, engajamento e necessidades de suporte.

Entre as iniciativas voltadas à saúde mental aplicadas na organização está o programa “Para, Respira e Não Pira”, que reúne conteúdos relacionados a autocuidado, inteligência emocional, feedbacks, escuta ativa, inovação, tomadas de decisão e gestão do tempo no ambiente corporativo. A empresa também mantém uma trilha dedicada ao tema na plataforma interna “Gate of Learning” e oferece parceria com psicólogos para atendimento online em condições acessíveis e com confidencialidade.

A companhia também desenvolve ações ligadas à saúde física e à educação financeira. O programa “Movimenta Gateway” incentiva hábitos relacionados à qualidade de vida, prevenção do sedentarismo e adequação dos espaços utilizados no trabalho remoto. Além disso, colaboradores têm acesso a benefícios como TotalPass, SESC PR e parcerias com profissionais da área de nutrição.

Segundo Taline, a experiência acumulada pela empresa demonstra que questões financeiras, emocionais e físicas influenciam diretamente a concentração, a tomada de decisão, o relacionamento entre equipes e a qualidade das entregas. “Quando a organização acompanha esses fatores de forma estruturada, consegue agir mais cedo, reduzir riscos de afastamento e melhorar a experiência dos profissionais ao longo dos projetos”, comenta.

## O risco não é ser substituído pela inteligência artificial, mas por alguém que a domina melhor

Diego Amorim dos Santos (\*)

A nova disputa do mercado de trabalho não acontece entre humanos e máquinas, mas entre profissionais que aprenderam a usar tecnologia para ampliar produtividade e aqueles que continuam trabalhando da mesma forma de cinco anos atrás.

Durante anos, filmes, séries e previsões apocalípticas alimentaram a ideia de que máquinas tomariam os empregos das pessoas. Com a popularização da inteligência artificial, essa discussão voltou ao centro do debate. Mas talvez estejamos fazendo a pergunta errada.

A inteligência artificial não está substituindo profissionais qualificados. Ela está aumentando a distância entre aqueles que evoluem e aqueles que permanecem estagnados.

A verdadeira concorrência não é entre humanos e máquinas. É entre profissionais que aprenderam a utilizar inteligência artificial para produzir mais, decidir melhor e entregar resultados superiores, e aqueles que continuam trabalhando exatamente da mesma forma de antes.

Em praticamente todos os setores, a tecnologia já consegue executar tarefas operacionais com velocidade e eficiência impressionantes. Relatórios são produzidos em minutos, análises são automatizadas, conteúdos são estruturados rapidamente e processos inteiros passaram a exigir menos tempo e menos esforço humano. O Work Trend Index 2025, estudo global realizado pela Microsoft com milhares de trabalhadores do conhecimento em 31 países, mostra que as organizações mais avançadas estão estruturando equipes em que profissionais e inteligência artificial atuam de forma complementar, utilizando a tecnologia para acelerar processos e liberar tempo para atividades de maior valor estratégico (Microsoft. Work Trend Index 2025: The Year the Frontier Firm Is Born. Redmond: Microsoft, 2025).

Mas existe um detalhe importante que costuma ser ignorado: a inteligência artificial não define prioridades, não assume responsabilidades, não compreende contexto organizacional de forma completa e não toma decisões estratégicas. Ela executa. Quem continua decidindo o que deve ser feito, por que deve ser feito e quais consequências uma escolha pode gerar são as pessoas.

Por isso, o mercado não está eliminando profissionais qualificados. Está eliminando a necessidade de determinadas tarefas repetitivas e operacionais que, durante décadas, serviram como diferencial competitivo.

Durante muito tempo, saber executar uma atividade era suficiente. Hoje, em muitos casos, saber executar é apenas o ponto de partida. O que passa a gerar valor é a capacidade de interpretar informações, resolver problemas complexos, conectar áreas diferentes do conhecimento e utilizar tecnologia para ampliar resultados.

Isso ajuda a explicar um fenômeno que já está acontecendo em diversas empresas. Os profissionais mais valorizados não são necessariamente aqueles que sabem mais sobre inteligência artificial, mas aqueles que conseguem combinar conhecimento técnico, visão de negócio, comunicação e tecnologia para produzir melhor. O Global AI Jobs Barometer

2025, da PwC, que analisou quase um bilhão de anúncios de emprego e milhares de relatórios corporativos em diversos países, identificou que profissionais com competências relacionadas à inteligência artificial recebem remuneração superior à média do mercado e que os setores mais expostos à tecnologia registram ganhos significativamente maiores de produtividade (PwC. Global AI Jobs Barometer 2025. Londres: PricewaterhouseCoopers, 2025).

Um analista que utiliza inteligência artificial para acelerar pesquisas pode dedicar mais tempo à interpretação dos dados. Um profissional de marketing pode produzir campanhas mais rapidamente e concentrar esforços na estratégia. Um gestor pode automatizar tarefas operacionais e dedicar energia à liderança e à tomada de decisão. A tecnologia não reduz a importância desses profissionais. Ela amplia seu alcance.

O problema surge quando alguém acredita que experiência acumulada é suficiente para garantir relevância no futuro. A história do mercado de trabalho mostra exatamente o contrário. Em diferentes momentos, novas tecnologias transformaram profissões, eliminaram atividades e criaram outras. Os profissionais que prosperaram não foram necessariamente os mais experientes, mas os mais adaptáveis.

A inteligência artificial representa mais um capítulo dessa transformação. Por isso, talvez a pergunta mais importante não seja se a IA vai substituir empregos. A pergunta correta é: o que você está fazendo hoje para continuar sendo relevante em um ambiente que muda cada vez mais rápido?

A resposta começa pelo aprendizado contínuo. O Future of Jobs Report 2025, elaborado pelo Fórum Econômico Mundial a partir de informações fornecidas por mais de mil empregadores que representam mais de 14 milhões de trabalhadores em 55 economias, aponta que inteligência artificial, big data, pensamento analítico, adaptabilidade e aprendizado contínuo estão entre as competências que mais crescerão em importância até 2030 (World Economic Forum. Future of Jobs Report 2025. Genebra: World Economic Forum, 2025).

A tecnologia está elevando a produtividade, reduzindo barreiras e democratizando o acesso a ferramentas antes restritas a grandes empresas. Isso significa que o mercado se tornará ainda mais competitivo. Quando todos têm acesso às mesmas ferramentas, o diferencial passa a ser a capacidade de utilizá-las de forma inteligente. É por isso que a era da inteligência artificial pode se tornar também a era do aprendizado contínuo.

Os profissionais que encaram a tecnologia como parceira tendem a ampliar seu valor. Os que insistem em ignorá-la correm o risco de se tornar menos competitivos. Não porque foram substituídos por máquinas, mas porque foram superados por pessoas que aprenderam a trabalhar melhor com elas.

A inteligência artificial não vai substituir você. Mas um profissional qualificado e atualizado certamente pode.

(\*) Diretor executivo e sócio da Hashtag Treinamentos, especialista em crescimento de negócios digitais, educação online e escalabilidade operacional.

## Giuliana Flores fortalece estratégia de franquias na ABF Franchising Expo 2026

Marca retorna à principal feira do setor na América Latina, realizada entre 24 e 27 de junho, em São Paulo, para fortalecer a conexão com investidores e impulsionar a expansão da rede.

A Giuliana Flores marca presença na ABF Franchising Expo 2026, que será realizada entre 24 e 27 de junho, em São Paulo, reforçando sua estratégia de expansão no mercado de franquias. Após lançar oficialmente o novo modelo de negócios durante a edição anterior da feira, a empresa retorna ao evento em um cenário de crescimento com mais de 25 unidades, em oito meses, já em operação e novos projetos em andamento pelo país.

Reconhecida há mais de 30 anos pela liderança no segmento de flores e presentes no e-commerce brasileiro, a marca aposta em um modelo de negócio que une experiência emocional, operação estruturada e diferentes formatos de investimento. Durante o evento no Expo Center Norte, a companhia

apresentará oportunidades para empreendedores interessados em atuar em um mercado que combina varejo, relacionamento e conveniência.

Os modelos de franquia da Giuliana Flores foram desenvolvidos para atender diferentes perfis de operação. Entre eles estão o Quiosque, voltado para locais de grande circulação e focado em flores preservadas e presentes; a Boutique, formato compacto com curadoria especializada; e a Loja Full, que reúne portfólio ampliado de flores naturais, preservadas e produtos de marcas parceiras, proporcionando uma experiência de compra mais completa e sensorial.

Além da força consolidada da marca, a rede oferece suporte operacional e logístico integrado, incluindo centro de distribuição próprio, câmaras de resfriamento e apoio nas áreas de marketing, vendas e gestão. A proposta é entregar aos franqueados uma estrutura preparada para escalabilidade, aliada ao reconhecimento

de uma empresa que construiu sua reputação baseada em afeto, confiança e qualidade no atendimento.

“A participação na ABF representa uma oportunidade estratégica para fortalecer nossa expansão e ampliar o relacionamento com investidores e parceiros em diferentes regiões do Brasil. O franchising é um passo importante na evolução da Giuliana Flores e estamos focados em construir uma rede ainda mais sólida, alinhada aos valores da marca e ao potencial de crescimento do setor”, afirma Clóvis Souza.

Promovida pela Associação Brasileira de Franchising em parceria com a Informa Markets, a ABF Franchising Expo é considerada a principal feira de franquias da América Latina e uma das maiores do mundo. O evento reúne redes franqueadoras, investidores, fornecedores e empreendedores interessados nas principais tendências e oportunidades do mercado (www.giulianaflores.com.br).



ARTIST\_CANVA

ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO

## OITO DICAS PARA COMEÇAR A USAR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO SEU NEGÓCIO E GANHAR PRODUTIVIDADE

Especialista lista orientações práticas para empresas que desejam adotar IA de forma segura, estratégica e com foco em resultados

Com a inteligência artificial cada vez mais presente no ambiente corporativo, empresas brasileiras buscam formas de implementar a tecnologia sem aumentar custos ou complexidade operacional. Para ajudar nesse processo, Fabio Tiepolo, CEO da StaryaAI, reuniu oito recomendações práticas para negócios que desejam dar os primeiros passos na adoção da IA e obter ganhos reais de produtividade, eficiência e competitividade.

A inteligência artificial deixou de ser uma tendência futura para se tornar uma ferramenta presente no dia a dia das organizações. Segundo pesquisas divulgadas em 2025 por instituições como IDC, Deloitte, PwC, IBM e Cisco, 74% das empresas brasileiras já utilizam IA em suas operações e 94% das que adotaram a tecnologia relatam impactos positivos nos negócios. Além disso, mais da metade das empresas de médio e grande porte já observa resultados mensuráveis provenientes do uso da inteligência artificial.

“Os números mostram que a inteligência artificial já ultrapassou a fase de experimentação e passou a fazer parte da estratégia de crescimento das empresas. O que estamos vendo é uma mudança de comportamento no mercado: organizações de todos os portes estão utilizando IA para ganhar produtividade, reduzir custos operacionais, melhorar o atendimento e tomar decisões mais rápidas. Quem começa agora não está apenas adotando uma nova tecnologia, mas construindo uma vantagem competitiva para os próximos anos”, destaca Tiepolo.

O avanço da tecnologia indica que a inteligência artificial terá papel cada vez mais estratégico nas empresas brasileiras. Estudos mostram que 67% dos CEOs do país já utilizam agentes de IA para apoiar processos corporativos e que 92% das organizações pretendem adotar essas soluções nos próximos anos. A expectativa é que o Brasil responda por cerca de 41,7% do mercado latino-americano de inteligência artificial, consolidando sua posição de liderança regional. “A maior barreira para muitas empresas não é a tecnologia, mas a decisão de começar. Hoje existem ferramentas acessíveis para praticamente qualquer negócio. O segredo está em identificar um problema real, testar soluções em pequena escala e evoluir com base nos resultados obtidos”, comenta o especialista.



Fabio Tiepolo

“A maior barreira para muitas empresas não é a tecnologia, mas a decisão de começar. Hoje existem ferramentas acessíveis para praticamente qualquer negócio. O segredo está em identificar um problema real, testar soluções em pequena escala e evoluir com base nos resultados obtidos.”

Divulgação

Diante desse cenário, o especialista esclarece que o principal desafio deixou de ser entender o potencial da tecnologia e passou a ser saber por onde começar. “A boa notícia é que a implementação pode ocorrer de forma gradual, sem a necessidade de grandes investimentos iniciais ou mudanças radicais nos processos da empresa”, ressalta Tiepolo.

### 1 Comece pelas tarefas repetitivas

O primeiro passo é identificar atividades que consomem tempo da equipe e possuem processos padronizados. Atendimento ao cliente, elaboração de conteúdos, organização de agendas, transcrição de reuniões e análise inicial de dados são exemplos de áreas onde a inteligência artificial costuma gerar resultados rápidos. “A melhor forma de começar é escolhendo uma tarefa que hoje toma muito tempo da equipe. Quando a empresa percebe um ganho rápido de produtividade, a adoção da tecnologia acontece de forma mais natural”, explica Tiepolo.

### 2 Escolha uma ferramenta para resolver um problema específico

Especialistas recomendam evitar a adoção de várias plataformas ao mesmo tempo. O ideal é selecionar uma ferramenta focada em resolver uma necessidade concreta da empresa, permitindo avaliar o retorno sobre o investimento antes de expandir o uso da tecnologia.

### 3 Capacite e envolva a equipe

A inteligência artificial funciona melhor quando atua como apoio aos profissionais. Investir em treinamento e incentivar a experimentação contribui para aumentar a adesão dos colaboradores e melhorar a qualidade dos resultados gerados pelas ferramentas. “Muitas empresas acreditam que o desafio está na tecnologia, mas na prática ele está nas pessoas. Quanto mais a equipe entende como utilizar a IA no dia a dia, maiores são os ganhos para o negócio”, comenta o especialista.

### 4 Aprenda a criar bons comandos

A qualidade das respostas produzidas por sistemas de IA depende diretamente da forma como as solicitações são feitas. Fornecer contexto, definir objetivos claros, especificar o público-alvo e indicar o tom desejado são práticas que aumentam significativamente a eficiência das ferramentas.

### 5 Defina métricas antes de implementar

Antes de iniciar qualquer projeto, é importante estabelecer indicadores de desempenho. Redução do tempo de resposta, aumento da produtividade, geração de leads, crescimento do engajamento ou diminuição de tarefas manuais são algumas métricas que ajudam a medir os resultados da iniciativa.

### 6 Priorize a segurança dos dados

Empresas devem evitar inserir informações confidenciais, dados de clientes ou documentos estratégicos em plataformas públicas sem critérios de segurança adequados. O uso da inteligência artificial também deve estar alinhado às exigências da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). “A inovação precisa caminhar junto com a responsabilidade. Segurança da informação e privacidade de dados devem fazer parte de qualquer estratégia de adoção de inteligência artificial”, avalia Tiepolo.

### 7 Revise sempre os resultados

Embora seja uma ferramenta poderosa, a IA pode produzir informações imprecisas ou equivocadas. Por isso, o especialista recomenda que todo conteúdo, análise ou decisão gerada pela tecnologia passe por validação humana antes de ser utilizada pela empresa.

### 8 Faça testes contínuos e evolua gradualmente

O mercado de inteligência artificial evolui rapidamente. “Realizar projetos-piloto, acompanhar novas soluções e promover testes constantes permite que as empresas aproveitem as inovações de forma mais eficiente e mantenham vantagem competitiva ao longo do tempo”, completa Tiepolo.



Africa\_Images\_CANVA