

Empresas & Negócios

Foto: Jirsak_CANVA

CORRIDA

MERCADO LIVRE, SHOPEE E TIKTOK SHOP TRAVAM UMA GUERRA BILIONÁRIA. QUEM PAGA A CONTA?

▶▶▶ [Leia na página 8](#)

Sua nota no Google vale dinheiro

Reputação digital se tornou um dos ativos mais valiosos das empresas e já influencia a forma como inteligências artificiais recomendam marcas, produtos e serviços

Até poucos anos atrás, a reputação de uma empresa era construída principalmente pelo boca a boca. Hoje, ela pode ser definida por algumas estrelas exibidas na tela de um celular. Antes de contratar um serviço, reservar um restaurante ou escolher uma clínica, a maioria dos consumidores consulta avaliações online. Nesse novo cenário, especialistas afirmam que a reputação digital deixou de ser uma questão de marketing para se tornar um fator determinante para o faturamento, crescimento e visibilidade das empresas.

Pesquisas de mercado mostram que mais de 90% dos consumidores consultam avaliações online antes de realizar uma compra ou contratar um serviço. Além disso, negócios com avaliações positivas tendem a aparecer com maior destaque nos resultados de busca do Google, aumentando significativamente suas chances de atrair novos clientes.

Mas a transformação não para nas buscas tradicionais

Com o avanço da Inteligência Artificial, plataformas como ChatGPT, Gemini, Perplexity e outras ferramentas generativas passaram a utilizar sinais de reputação digital para compreender quais empresas demonstram maior relevância, confiança e qualidade percebida pelo mercado. Em outras palavras: avaliações online passaram a influenciar não apenas o que o Google exibe, mas também o que as inteligências artificiais recomendam.

O que muitas empresas ainda não perceberam é que uma avaliação negativa sem resposta, um histórico inconsistente de comentários ou uma baixa quantidade de avaliações recentes pode reduzir sua credibilidade tanto para consumidores quanto para algoritmos de recomendação.

Para Guilherme de Lima, especialista em reputação digital, GEO (Generative Engine



Guilherme de Lima

“Empresas que possuem uma reputação forte, avaliações consistentes e presença digital estruturada têm mais chances de serem encontradas, citadas e recomendadas.”

Optimization) e fundador da REPUTAAI, a reputação online se tornou um dos ativos mais valiosos da nova economia digital.

“Hoje, a primeira impressão acontece no Google, mas a próxima pode acontecer dentro de uma inteligência artificial. Muitas decisões de compra começam com perguntas feitas ao ChatGPT, Gemini ou outras plataformas. Empresas que possuem uma reputação forte, avaliações consistentes e presença digital estruturada têm mais chances de serem encontradas, citadas e recomendadas.”

Com o avanço da Inteligência Artificial, a gestão da reputação passou a contar com recursos que permitem acompanhar avaliações em tempo real, identificar padrões de comportamento dos consumidores e agir rapidamente diante de possíveis crises de imagem.

Segundo Guilherme, a tecnologia deixou de ser um diferencial para se tornar uma

necessidade competitiva. “A Inteligência Artificial consegue monitorar avaliações 24 horas por dia, identificar comentários críticos, detectar padrões recorrentes de elogios ou reclamações, sugerir respostas personalizadas e transformar feedbacks em inteligência de negócio. O que antes era apenas um comentário passou a ser uma fonte estratégica de dados para tomada de decisão.”

Além de proteger a imagem das marcas, as novas ferramentas também ajudam empresas a compreender melhor a experiência do consumidor. Informações que antes ficavam dispersas em comentários agora podem ser convertidas em indicadores de desempenho, apontando oportunidades de melhoria operacional, treinamento de equipes e aprimoramento do atendimento.

A tecnologia também democratizou o acesso à gestão profissional da reputação. Pequenas e médias empresas agora conseguem utilizar ferramentas que antes estavam disponíveis apenas para grandes corporações, fortalecendo sua presença digital e aumentando sua competitividade em mercados cada vez mais disputados.

Outro conceito que vem ganhando força é o GEO (Generative Engine Optimization), estratégia focada em tornar empresas mais relevantes para mecanismos de inteligência artificial. Assim como o SEO ajudou negócios a serem encontrados no Google, o GEO busca aumentar as chances de uma empresa ser mencionada quando um consumidor pergunta a uma IA por indicações de restaurantes, clínicas, hotéis, profissionais ou serviços.

“As avaliações se tornaram o combustível da confiança digital. Elas influenciam consumidores, algoritmos de busca e agora também as inteligências artificiais. Empresas que monitoram sua reputação, respondem rapidamente aos clientes e utilizam tecnologia para transformar feedback em estratégia criam uma vantagem competitiva difícil de copiar. Hoje, reputação não é apenas imagem. É faturamento, crescimento, visibilidade e autoridade digital”, conclui Guilherme de Lima.

Alta de fraudes no Pix passou a fazer parte da operação das empresas e exigir mais controle

Regulação mais rígida e aumento das notificações levam negócios a integrar tecnologia e compliance sem perder eficiência. ▶▶▶

O feed está cheio, mas a memória do consumidor não

Nunca houve tantas marcas disputando atenção ao mesmo tempo e tanta informação disponível na palma da mão de cada um de nós. E, paradoxalmente, nunca foi tão difícil ser lembrado. ▶▶▶

“Metade de 2026 passou”. A sua empresa está revisando o planejamento anual de verdade?

Todo ano, em algum momento de junho, acontece o mesmo movimento nas empresas: as pessoas olham para os números do primeiro semestre e começam a ajustar as metas do segundo. Mais agressivas se o resultado veio bem, mais conservadoras se o esperado não veio. ▶▶▶

IA aumenta a pressão sobre a Geração Z no trabalho

Nascida em meio à revolução tecnológica, a Geração Z ingressa no mercado de trabalho justamente quando a inteligência artificial ganha espaço nas empresas e passa a integrar atividades antes realizadas exclusivamente por pessoas. A presença cada vez maior dessa tecnologia nas rotinas profissionais tem levantado discussões sobre como os jovens trabalhadores percebem e se relacionam com essa mudança. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Esalq/USP



Escola Avançada de Genética e Biotecnologia Agrícola



3ª Escola Avançada de Genética e Biotecnologia Agrícola

O Programa de Educação Tutorial (PET) Biotecnologia Agrícola da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq/USP) realizará, entre os dias 13 e 17 de julho de 2026, a 3ª Escola Avançada de Genética e Biotecnologia Agrícola. A iniciativa tem como objetivo democratizar o acesso ao conhecimento científico por meio de atividades teóricas e práticas voltadas a estudantes e demais interessados na área. Durante cinco dias, os participantes terão contato com conteúdos relacionados à genética, microbiologia e biotecnologia, abordando temas como mitose, meiose, leis de Mendel, ligação gênica, PCR, sequenciamento genético, identificação de bactérias e fungos, fermentação, processos biológicos e aplicações biotecnológicas (forms.gle/B5AaamBd1dUsaG7g6). ▶▶▶

[Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Freepik

TECNO PUC

Garage

20ª EDIÇÃO

Programa de modelagem de negócios do Tecnopuc

Garage abre inscrições para projetos inovadores de base tecnológica

@Empreendedores com ideias inovadoras e potencial de transformar mercados já podem se inscrever na 20ª edição do Tecnopuc Garage, programa gratuito de modelagem de negócios do Parque Científico e Tecnológico da PUCRS (Tecnopuc). As inscrições estão abertas até o dia 30 de junho e podem ser realizadas pelo site do programa: www.pucrs.br/garage. Voltado a projetos de base tecnológica em fase inicial, o Tecnopuc Garage tem como objetivo auxiliar empreendedores a estruturarem seus modelos de negócio e desenvolverem os primeiros protótipos de suas soluções a partir de validações práticas junto ao mercado. Desde sua criação, em 2014, o programa já impactou mais de 1,3 mil empreendedores e contribuiu para o surgimento de mais de 500 startups. Ao longo da jornada, os participantes terão acesso a encontros temáticos, workshops, mentorias e conexões com especialistas e com o ecossistema de inovação do Tecnopuc. ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Vetores do Varejo

Grupo BITTENCOURT apresenta, na ABF Franchising Expo 2026, diagnóstico gratuito para empresas que querem franquiar

Por Lyana Bittencourt



▶▶▶ [Leia na página 6](#)

Automóveis

Via Digital Motors

Por Lucia Camargo Nunes



▶▶▶ [Leia na página 4](#)