



Inclusão financeira só será completa quando a acessibilidade deixar de ser exceção

Nos últimos anos, acompanhei a transformação digital do setor financeiro. Aplicativos mais intuitivos, inteligência artificial, atendimento omnichannel e processos cada vez mais rápidos passaram a fazer parte da rotina de milhões de brasileiros. No entanto, existe uma parcela significativa da população que ainda enfrenta barreiras para acessar esses avanços de forma plena: a comunidade surda.

Quando falamos sobre inclusão financeira, é comum concentrarmos a discussão em educação financeira, oferta de crédito ou bancarização. Todos esses temas são importantes, mas existe uma etapa anterior que muitas vezes passa despercebida: a comunicação. Afinal, como garantir autonomia financeira a uma pessoa que encontra dificuldades para compreender informações básicas sobre produtos, serviços e operações bancárias?

Ao longo da minha trajetória trabalhando com acessibilidade e inclusão, percebo que muitos dos desafios enfrentados por clientes surdos não estão relacionados à falta de tecnologia ou investimentos complexos. Na maioria das vezes, são barreiras de comunicação que poderiam ser eliminadas por meio de adaptações relativamente simples.

Ainda hoje, é comum que pessoas surdas dependam de familiares ou terceiros para entender contratos, esclarecer dúvidas sobre serviços financeiros ou resolver questões em canais de atendimento. Além de comprometer a autonomia, essa realidade pode gerar insegurança, exposição de informações pessoais e dificuldades na tomada de decisões importantes.

Esse cenário se torna ainda mais contraditório quando observamos o grau de inovação alcançado pelo sistema financeiro brasileiro. Somos referência mundial em digitalização bancária, mas ainda temos um longo caminho a percorrer para garantir que essa evolução seja verdadeiramente inclusiva.

Acredito que a mudança passa por quatro pilares fundamentais.

O primeiro deles é investir em conteúdos acessíveis. Vídeos explicativos em Libras, tutoriais adaptados e canais digitais preparados para atender diferentes formas de comunicação fazem toda a diferença na experiência do usuário. Quando uma pessoa surda consegue compreender sozinha como abrir uma conta, contratar um serviço ou realizar uma operação, ela conquista algo muito maior do que

Monica Lupatin (*)

conveniência: conquista independência.

O segundo pilar está na capacitação das equipes. Mesmo em uma era altamente digital, o atendimento humano continua sendo essencial. Profissionais que possuem noções básicas de Libras ou que recebem treinamento para interagir adequadamente com clientes surdos contribuem para criar um ambiente mais acolhedor e respeitoso. Inclusão também se constrói por meio da empatia e da disposição para compreender diferentes formas de comunicação.

Outro aspecto importante é a adaptação dos espaços físicos. Sinalizações visuais claras, sistemas de chamada com alertas luminosos e acesso facilitado a intérpretes de Libras podem transformar completamente a experiência em agências e postos de atendimento. São medidas que aumentam a autonomia e reduzem situações de constrangimento ou dependência.

Por fim, acredito que a acessibilidade precisa deixar de ser tratada como um projeto pontual para se tornar parte da cultura organizacional. Isso significa incorporar práticas inclusivas em campanhas de comunicação, canais de atendimento, treinamentos internos e processos de governança. Quando a acessibilidade está presente em toda a jornada, a mensagem transmitida é clara: aquela pessoa pertence àquele ambiente e suas necessidades são consideradas.

O setor financeiro tem uma oportunidade única de liderar essa transformação. Mais do que cumprir legislações ou atender requisitos de inclusão, estamos falando sobre construir relações de confiança com milhões de consumidores que desejam ser atendidos com dignidade, respeito e autonomia.

A verdadeira inovação não acontece apenas quando criamos novas tecnologias. Ela acontece quando utilizamos essas tecnologias para ampliar oportunidades, reduzir desigualdades e garantir que ninguém fique para trás.

Enquanto a acessibilidade ainda for vista como diferencial, a inclusão continuará incompleta. O dia em que ela passar a ser considerada um requisito básico da experiência do cliente será também o dia em que poderemos dizer que o sistema financeiro está, de fato, preparado para todos.

(*) Diretora de Negócios do ICOM. Com mais de 30 anos de experiência no mercado de D&I, a executiva também foi presidente do Conselho Gestor da Secretaria do Estado de São Paulo da Pessoa com Deficiência, de 2019 a 2022, e vice-presidente da Associação Brasileira da Indústria, Comércio e Serviço de Tecnologia Assistiva, de 2017 a 2021.

IA otimiza tarefas e transforma a gestão empresarial em uma atividade mais estratégica

Durante muito tempo, eficiência empresarial foi sinônimo de aumentar equipes, ampliar jornadas e criar processos cada vez mais complexos para dar conta da operação. Hoje, essa lógica mudou

Maurício Frizzarin (*)

A Inteligência Artificial (IA) inaugura uma nova era na gestão dos negócios: agora, as empresas conseguem operar com mais eficiência, previsibilidade e estratégia sem necessariamente aumentar sua estrutura operacional. Para além de automatizar tarefas, a IA está mudando a forma como gestores tomam decisões, organizam informações e direcionam suas estratégias.

Observando de maneira prática, um dos maiores problemas enfrentados pelas empresas atualmente é o excesso de atividades operacionais, que consomem tempo, energia e produtividade das equipes. Processos repetitivos, controles manuais, retrabalho, cruzamento de dados e atualização de relatórios ainda são parte da rotina de milhares de empresas, especialmente quando falamos das pequenas e médias.

O resultado é conhecido: baixa produtividade, perda de eficiência, erros operacionais, dificuldade de crescimento, além de gestores ocupados demais com a operação e de menos com a estratégia. É justamente nesse ponto que a Inteligência Artificial se torna decisiva, afinal, ao automatizar tarefas rotineiras, a IA libera profissionais para atividades mais analíticas e estratégicas. Isso significa que empresas deixam de gastar tempo “alimentando sistemas” e passam a utilizar tecnologia para gerar inteligência de negócio.

O fato é que existe uma percepção equivocada de que a IA substitui pessoas, quando na prática, ela substitui desperdícios.



Wenjie Dong, CANVA

A tecnologia não elimina a importância da gestão humana. Pelo contrário, torna o papel do gestor ainda mais estratégico, visto que com sistemas inteligentes, as empresas passam a ter informações centralizadas, dados em tempo real, análises preditivas, indicadores automáticos e visão integrada da operação. Isso reduz drasticamente o tempo gasto na busca e organização de informações e aumenta a capacidade de decisão. A consequência, por sua vez, é direta, já que os gestores conseguem atuar menos no improviso e mais na antecipação.

Diante desses pontos, posso afirmar que o ambiente empresarial ficou rápido demais para processos manuais. As empresas que ainda dependem de controles fragmentados, múltiplas planilhas e operações excessivamente humanas enfrentam dificuldades crescentes para competir. Enquanto isso, organizações que utilizam IA conseguem reduzir custos operacionais, aumentar a produtividade, padronizar processos, diminuir erros e escalar operações com mais controle.

Os números ajudam a explicar esse movimento: estudos de mercado indicam

que empresas que adotam automação baseada em IA conseguem reduzir custos operacionais entre 15% e 30%, além de registrar ganhos significativos de produtividade. Mais importante do que economizar, porém, é ganhar capacidade de crescimento sustentável.

Durante décadas, empresas tomaram decisões baseadas em percepção, experiência ou análises demoradas. Hoje, a lógica mudou, visto que a IA permite transformar grandes volumes de informação em decisões rápidas e precisas. Isso vale para praticamente todas as áreas, tais como o financeiro, fiscal, comercial, atendimento, marketing, operação e o relacionamento com clientes.

A tecnologia consegue identificar padrões, prever gargalos, antecipar riscos e sugerir caminhos mais eficientes. Na prática, a gestão deixa de ser reativa e passa a ser preditiva. Além disso, cai por terra a crença de que a Inteligência Artificial era algo restrito às grandes corporações. Afinal, com o avanço dos sistemas em nuvem e das plataformas SaaS, pequenas e médias empresas passaram a ter acesso a soluções antes inacessíveis.

Hoje, uma PME consegue automatizar processos, integrar áreas, organizar dados e profissionalizar sua gestão sem necessidade de estruturas complexas. Isso democratiza o acesso à eficiência e cria um novo cenário competitivo, já que empresas menores conseguem operar com nível de organização e inteligência que antes era exclusivo de grandes grupos. O maior ganho da IA talvez não esteja apenas na automação de tarefas, mas na mudança de foco que ela proporciona, porque “sobra” espaço para inovação, planejamento, análise, relacionamento com clientes e crescimento sustentável. Empresas mais eficientes não são aquelas que trabalham mais. São aquelas que conseguem transformar dados em ação e tecnologia em produtividade.

Diante de tudo isso, acredito que a Inteligência Artificial não é mais uma tendência. Ela já faz parte da estrutura das empresas mais eficientes e competitivas do mercado e esse é um movimento irreversível. Da mesma forma que a internet deixou de ser diferencial para se tornar infraestrutura básica, a IA caminha para ocupar um papel central na gestão empresarial. A questão, portanto, não é mais se as empresas vão adotar Inteligência Artificial, mas quanto tempo elas conseguirão permanecer competitivas sem ela e sem os próximos avanços oriundos de sua evolução, caso dos agentes de IA, que prometem revolucionar ainda mais as rotinas nos mais variados âmbitos. Estão preparados?

(*) Fundador e CEO da QYON Software, empresa norte-americana especializada no desenvolvimento de softwares para gestão empresarial com inteligência artificial.

Além dos estádios: o desafio de proteger a infraestrutura digital que sustenta a Copa do Mundo de 2026

Especialistas alertam para o aumento de fraudes, phishing e roubo de credenciais que ameaçam a infraestrutura digital por trás da Copa do Mundo de 2026. O maior evento de futebol do mundo já está em andamento. Enquanto as atenções globais se concentram nos estádios, nos resultados e nas seleções participantes, nos bastidores opera uma infraestrutura digital que viabiliza sistemas de venda de ingressos, telecomunicações, serviços de transporte, plataformas de pagamento, aplicativos móveis e ambientes em nuvem responsáveis por suportar a experiência de milhões de pessoas. À medida que cresce a atividade digital relacionada ao torneio, também aumenta o interesse dos cibercriminosos.

De acordo com a empresa de cibersegurança Group-IB, desde agosto de 2025 foram identificados mais de 4.300 domínios fraudulentos relacionados à FIFA, muitos deles criados para imitar sites oficiais e capturar credenciais de acesso dos usuários. Já a FortiGuard Labs reportou que, entre janeiro e maio de 2026, foram registrados mais de 13 mil domínios relacionados à Copa do Mundo, dos quais cerca de 8,8% foram classificados como maliciosos ou suspeitos. Pesquisas recentes também alertam para campanhas de phishing que simulam os sistemas de autenticação da FIFA, aplicativos falsos para acesso a transmissões

esportivas e operações voltadas ao roubo de dados pessoais e financeiros.

Para a Mercurius Cybersecurity, empresa especializada em cibersegurança e resiliência digital na América Latina, esses incidentes refletem uma realidade mais ampla: grandes eventos globais dependem cada vez mais de ecossistemas digitais complexos, cuja continuidade operacional é tão importante quanto a proteção dos dados.

“Quando milhões de pessoas utilizam simultaneamente redes de telecomunicações, plataformas de ingressos, serviços de transporte, sistemas de pagamento e aplicativos móveis, a cibersegurança deve ser reconhecida como componente essencial para continuidade operacional dos serviços”, afirma Marcos Reis, fundador e CEO da Mercurius.

Segundo o executivo, a principal preocupação não se limita às tentativas de fraude direcionadas aos usuários finais. A crescente sofisticação das ameaças demonstra que qualquer interrupção em serviços digitais decisivos pode gerar impactos em cadeia para organizações, fornecedores e usuários que dependem dessas operações.

O cenário ganha ainda mais relevância em uma Copa do Mundo realizada simul-

taneamente em três países e dezesseis cidades-sede, envolvendo milhões de visitantes, operações logísticas distribuídas e uma elevada dependência de infraestruturas digitais interconectadas.

“Eventos de escala global funcionam como verdadeiros testes de estresse para as organizações. O grande desafio é garantir que os serviços continuem operando mesmo sob condições adversas. Essa capacidade de resiliência é hoje um dos principais diferenciais para qualquer organização que gerencie infraestruturas essenciais”, acrescenta Reis.

Para a Mercurius, as lições deixadas pela Copa do Mundo vão além do esporte. O aumento das ameaças associadas ao torneio reforça a necessidade de fortalecer a detecção precoce de riscos, a gestão de vulnerabilidades e os mecanismos de resposta a incidentes em setores estratégicos como telecomunicações, serviços financeiros, transporte, energia e órgãos públicos.

À medida que a competição avança, o desafio já não se resume a proteger os torcedores de possíveis golpes. Também envolve garantir que toda a infraestrutura digital que sustenta o evento continue operando de forma segura, estável e resiliente diante de um cenário de ameaças cada vez mais sofisticado.