



DEIXOU DE SER ASSUNTO EXCLUSIVO DE GOVERNOS

A ASCENSÃO DA GEOECONOMIA COMO VARIÁVEL CENTRAL DA ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

▶▶▶ [Leia na página 8](#)

A inteligência artificial é a nova recepcionista dos pequenos negócios

O primeiro atendimento sempre foi um dos principais gargalos dos pequenos negócios de serviços.

Enquanto o empreendedor está atendendo um cliente, novas mensagens chegam pelo WhatsApp com pedidos de orçamento, dúvidas ou solicitações de agendamento. Muitas vezes, as respostas ficam para depois e, quando finalmente são dadas, o cliente já encontrou outra opção. Em segmentos como beleza, estética e saúde, em que a agenda é a base da operação, perder esse primeiro contato significa perder receita.

A inteligência artificial vem mudando esse cenário de forma significativa. Além de automatizar respostas, ela permite que o atendimento ocorra imediatamente, em qualquer horário, conduzindo conversas em linguagem natural e resolvendo demandas que antes dependiam exclusivamente de uma pessoa. Para muitos pequenos negócios, isso deixa de ser um diferencial tecnológico ao garantir agilidade e oferecer uma experiência mais eficiente desde o primeiro contato.

Da automação à gestão inteligente

Grande parte das interações recebidas por salões, clínicas e barbearias envolve tarefas repetitivas, como agendamentos, remarcações, confirmações, dúvidas sobre serviços e lembretes. Hoje, soluções baseadas em inteligência artificial conseguem assumir essas atividades consultando agendas em tempo real, organizando horários e conduzindo conversas de maneira bastante natural. Na prática, funcionam como uma recepcionista digital disponível 24 horas por dia, reduzindo falhas operacionais e evitando que oportunidades sejam perdidas por falta de resposta.

Os primeiros resultados costumam aparecer rapidamente. A redução de faltas é um dos principais benefícios, graças

Africa_Images_CANVA



“para substituir pessoas, o atendimento tende a se tornar frio e engessado. Outro erro recorrente é acreditar que a automação elimina a necessidade de acompanhamento.

aos lembretes automáticos enviados no momento adequado e pelo canal que o cliente já utiliza. Outro ganho importante é a conversão de clientes que entram em contato fora do horário comercial e conseguem agendar imediatamente, sem depender da disponibilidade da equipe no dia seguinte.

Além de automatizar o atendimento, a IA apoia a gestão do negócio. Algumas ferramentas analisam dados da operação para identificar clientes que reduziram a frequência de visitas, apontar oportunidades de faturamento ou sugerir ações para melhorar o relacionamento. Assim, decisões que antes dependiam apenas da experiência do gestor passam a ser apoiadas por informações concretas sobre o comportamento da própria base de clientes.

O atendimento do futuro será mais proativo

Apesar dos avanços, é comum encontrar empresas que utilizam a IA apenas como uma forma de reduzir custos. Esse é um dos principais equívocos. Quando a tecnologia é implementada para substituir

pessoas, o atendimento tende a se tornar frio e engessado. Outro erro recorrente é acreditar que a automação elimina a necessidade de acompanhamento. A IA pode assumir tarefas operacionais, mas a construção de relacionamento e de fidelização continua dependendo de estratégia e atenção ao cliente.

A recepcionista não deve desaparecer, mas seu papel mudará completamente nos próximos anos. O atendimento deixará de ser somente reativo para se tornar cada vez mais proativo. Em vez de esperar que o cliente entre em contato, os sistemas serão capazes de identificar padrões de comportamento, sugerir o momento ideal para um novo agendamento e até detectar sinais de desengajamento antes de abandonar o serviço. Dessa forma, pequenos negócios que ainda dependem da memória e da improvisação tendem a perder espaço para aqueles que utilizam a inteligência artificial como uma aliada para oferecer uma experiência mais eficiente e personalizada ao seu público.

(Fonte: Davi Iglesias – CEO da Gendo – E-mail: gendo@nbpress.com.br).

Negócios em Pauta



Divulgação/ADE SAMPA

Programa de incentivo a negócios de moda recebe inscrições até dia 22 de julho

Empreendedores da moda sustentável de São Paulo têm até o dia 22 de julho para se inscrever na 3ª edição do Fashion Sampa: Acelerando Moda e Costura, programa da Prefeitura de São Paulo que oferece capacitação gratuita, orientação técnica e gerencial e um incentivo financeiro de R\$ 30 mil para fortalecer negócios do setor. A iniciativa já apoiou empreendedores que convertem criatividade, identidade cultural e reaproveitamento de materiais em negócios estruturados e geração de renda. Nas duas primeiras edições, o programa acelerou marcas e coletivos que atuam com moda autoral, geram impacto social e fortalecem a economia circular. Entre os exemplos está o Ateliê Transform, que utiliza resíduos de confecções do Brás para desenvolver novos tecidos e criar peças de moda urbana. À frente do negócio, a empreendedora Anny Soares relata os avanços após participar do programa: “Antes da aceleração eu tinha uma máquina de costura e um sonho. Agora tenho cinco máquinas e um negócio organizado”, afirma (<https://adesampa.com.br/fashionsampa/>). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI



Divulgação: Marketing Research Day

Debate sobre pesquisa de mercado como ferramenta de decisão empresarial

@Em um ambiente de negócios cada vez mais dinâmico e competitivo, decisões baseadas apenas em percepções ou experiências tornam-se insuficientes. Com o propósito de ampliar o debate sobre o papel da pesquisa de mercado como ferramenta estratégica para tomada de decisão empresarial, o Marketing Research Day (MRD) reúne empresários, gestores, profissionais de marketing, especialistas em dados e líderes empresariais no dia 27 de agosto, em Porto Alegre (RS). O evento, idealizado pela Palco Inteligência de Negócios, promoverá três painéis com o objetivo de conectar visão estratégica, aplicação prática e operação das pesquisas, além de oferecer aos participantes uma compreensão ampla do processo de geração e utilização de inteligência de mercado (<https://www.sympla.com.br/evento/mrd-marketing-research-day/3463556>). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Literatura

Livros em Revista

Por Ralph Peter



▶▶▶ [Leia na página 4](#)

O falso conflito entre ciência e religião

Já dizia Albert Einstein: “A ciência sem a religião é paralítica. A religião sem a ciência é cega”. O que motivava os cientistas de outrora? O que desejavam? Queriam, na verdade, desvendar o universo de Deus! ▶▶▶

A tecnologia e a escola atual: inovação com propósito pedagógico

A escola atual não pode mais ignorar o papel central da tecnologia. Ela está presente na forma como aprendemos, nos comunicamos, trabalhamos e nos relacionamos. ▶▶▶

ECA enfrenta o desafio de garantir direitos também no ambiente digital

Estatuto consolidou a proteção integral da infância e da adolescência no Brasil; mais de três décadas depois, avanço das plataformas digitais amplia debate sobre responsabilidade de famílias, escolas, empresas e poder público. ▶▶▶

Brincar é crescer: O papel do brincar no desenvolvimento da criança

Brincar é uma atividade essencial na infância e vai muito além do simples entretenimento. É através da brincadeira que a criança aprende a compreender o mundo, a expressar as suas emoções e a relacionar-se com os outros. Brincar constitui um contexto privilegiado para o desenvolvimento cognitivo, emocional, social e motor. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO
FINANCEIRO

faça a leitura do
QR Code com seu celular