



As cidades precisam se preparar para chegada dos e-VTOLs

E o mercado imobiliário também

Durante muito tempo, falar em carros voadores parecia um exercício de imaginação. Hoje, essa discussão deixou de ser apenas ficção científica para se tornar uma pauta concreta do planejamento urbano. A questão já não é quando os e-VTOLs (electric Vertical Take-Off and Landing), aeronaves elétricas de pouso e decolagem vertical, chegarão às cidades, mas se elas estarão preparadas para recebê-los. E essa preparação precisa começar muito antes do primeiro carro voador da Embraer decolar, previsto para 2027. Ela deve iniciar imediatamente, no planejamento urbano e, consequentemente, no mercado imobiliário.

A história mostra que a mobilidade sempre redesenhou as cidades. Ferrovias, rodovias, metrô e corredores de ônibus transformaram a forma como os bairros cresceram, influenciaram onde as pessoas escolheram morar e mudaram a maneira como os empreendimentos imobiliários passaram a ser concebidos. Com a mobilidade aérea urbana, esse processo tende a se repetir. Ignorar essa transformação seria repetir um erro que as cidades já cometeram em outros momentos da história.

Pesquisas da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) indicam que os e-VTOLs desmontam como uma alternativa capaz de reduzir em até 40% o tempo de deslocamento e diminuir em 30% as emissões de carbono em comparação com helicópteros convencionais, além de ampliar a conectividade entre diferentes regiões.

Mas o sucesso dessa tecnologia dependerá menos das aeronaves e muito mais da capacidade de adaptação das cidades. Isso significa investir em infraestrutura, estabelecer regras para a operação desse novo modal e integrá-lo aos sistemas de transporte já existentes. O Framework de Mobilidade Aérea Urbana em São Paulo (ScienceDirect, 2026) propõe um modelo baseado em dados que integra fatores socioeconômicos e operacionais, demonstrando que cidades que se antecipam conquistam vantagem competitiva, ampliam a acessibilidade e se tornam mais preparadas para o futuro.

Essa discussão, entretanto, não diz respeito apenas ao poder público. Ela também envolve diretamente o mercado imobiliário. Afinal, os empreendimentos planejados hoje continuarão fazendo parte da paisagem urbana nas próximas décadas. Pensar em infraestrutura preparada para novas formas de mobilidade significa desenvolver bairros mais resilientes, conectados e capazes de acompanhar a evolução das cidades. Na minha visão, essa já deveria ser uma preocupação presente em qualquer projeto urbanístico de longo prazo.

Neste contexto, os vertipontos assumem papel fundamental. Diferentemente dos helipontos convencionais, essas

Marcus Cunha (*)

estruturas precisam atender a requisitos específicos de operação, segurança, abastecimento energético e fluxo de passageiros. O Estudo de Viabilidade de Vertiportos em São Paulo (PIPE/FAPESP-2025) demonstra que a infraestrutura atualmente existente não será suficiente para suportar uma futura operação em larga escala, exigindo planejamento de longo prazo.

Não por acaso, alguns loteamentos residenciais e bairros planejados já incluem helipontos e vertipontos em seus projetos urbanísticos, como é o caso do Gran Reserva Treviso, em Paulínia, interior de São Paulo. Mais do que um diferencial de infraestrutura, essa iniciativa representa uma forma de incorporar flexibilidade aos empreendimentos diante de um cenário em constante transformação. Trata-se de uma decisão que revela visão de futuro sobre a evolução da mobilidade. Posteriormente, esses locais podem ser adaptados para operações com e-VTOLs, desde que atendam às exigências técnicas e regulatórias.

Essa visão também influencia a valorização imobiliária. Cada vez mais, compradores procuram empreendimentos que ofereçam não apenas qualidade construtiva e áreas de lazer, mas também integração com infraestrutura moderna, facilidade de acesso e capacidade de adaptação às novas demandas urbanas. Acredito que, nos próximos anos, essa característica deixará de ser um diferencial para se tornar um atributo esperado pelo mercado.

Enquanto isso, a indústria acelera seus investimentos. Empresas nacionais, como a Eve Air Mobility, da Embraer, e fabricantes internacionais avançam no desenvolvimento de aeronaves elétricas e trabalham para viabilizar operações comerciais ainda nesta década. A tecnologia evolui rapidamente e reforça uma certeza: a mobilidade aérea urbana deixará de ser exceção para integrar, gradualmente, o cotidiano das grandes cidades.

Por isso, discutir os e-V-TOLs vai muito além de falar sobre aeronaves. Trata-se de refletir sobre o futuro das cidades e sobre como queremos ocupar o espaço urbano nos próximos anos. O mercado imobiliário, que historicamente acompanha e muitas vezes, antecipa as transformações da sociedade, não pode assumir uma postura passiva diante desse cenário. Projetar empreendimentos preparados para uma nova realidade de mobilidade significa contribuir para cidades mais eficientes, sustentáveis e conectadas.

O futuro da mobilidade não será construído apenas nos céus. Ele começa no chão, nas decisões de planejamento urbano e nos projetos imobiliários desenvolvidos hoje. Quem compreender essa transformação desde agora ajudará a construir cidades mais preparadas para atender às necessidades de amanhã.

(*) Diretor de Marketing e Novos Negócios da Granlote Urbanismo.

Educação executiva ganha espaço para suprir lacunas de qualificação nas empresas

Escassez de talentos e maior complexidade dos negócios levam empresas a investir em universidades corporativas e formação técnica própria

A dificuldade para encontrar profissionais qualificados tem levado empresas a assumirem um papel cada vez mais ativo na formação de talentos. Segundo a Pesquisa de Escassez de Talentos 2025, do ManpowerGroup, 81% das empresas brasileiras relatam dificuldades para contratar profissionais preparados, um dos maiores índices da série histórica e acima da média global, de 74%. O desafio é ainda mais evidente em áreas como finanças, contabilidade, tributário e compliance, pressionadas pelas constantes mudanças regulatórias e pela crescente exigência por governança.

É nesse contexto que o Grupo BLB consolidou a BLB Escola de Negócios, criada em 2015 para atender à demanda do mercado por capacitação em contabilidade e auditoria diante da adoção das normas internacionais de conta-

A large audience is seated in a modern, bright room with large windows, attending a presentation. A presenter is visible at the front near a large screen.

bilidade (IFRS). Desde então, ampliou sua atuação para áreas como finanças, governança, auditoria e tributário e já capacitou mais de 5 mil profissionais.

75% e 80% do quadro atual iniciou a carreira como trainee e foi desenvolvido dentro da empresa.

“O mercado mudou mais rápido do que a formação tradicional conseguiu acompanhar. A BLB Escola de Negócios nasceu justamente para aproximar teoria e prática e preparar profissionais para desafios que mudam constantemente. Hoje, a educação executiva faz parte da es-

estratégia de crescimento das empresas”, afirma Rodrigo Barbeti.

Formação prática
para um mercado em
transformação

Atualmente, o projeto reúne 49 cursos, com cargas horárias entre quatro e 40 horas. Entre as formações mais recentes estão programas sobre reforma tributária, governança, fluxo de caixa, planejamento financeiro e compliance, desenvolvidos para atender às novas demandas regulatórias e de gestão das empresas.

Para Barbeti, a tendência é que iniciativas como essas ganhem ainda mais relevância nos próximos anos. “Mais do que treinar equipes, a educação executiva passou a ser uma ferramenta para acelerar o desenvolvimento de lideranças, fortalecer a gestão e aumentar a competitividade das empresas”, afirma.

A ressaca da IA: por que o lucro prometido pela tecnologia ainda não apareceu no balanço das grandes empresas?

Carlos Eduardo Carvalho (*)

A Inteligência Artificial nunca avançou tão rapidamente nas empresas quanto atualmente. Segundo a pesquisa The State of AI: Global Survey 2025, da McKinsey, o uso corporativo de IA generativa saltou de 33% em 2023 para 79% em 2025. Ao mesmo tempo, cresce uma pergunta inevitável entre executivos e investidores: se a tecnologia está sendo adotada em larga escala, por que os resultados financeiros ainda não acompanham esse movimento? A resposta, na minha visão, está menos na capacidade da IA e mais na forma como as organizações estão conduzindo essa transformação.

Nos últimos anos, criou-se a expectativa de que a Inteligência Artificial entregaria ganhos financeiros quase imediatos. A popularização dos modelos de linguagem tornou a tecnologia acessível a um número muito maior de pessoas e empresas, acelerando sua adoção em diferentes setores. O entusiasmo foi legítimo, mas criou uma interpretação equivocada: a de que implementar uma solução de IA seria suficiente para transformar indicadores financeiros.

A principal confusão dessa corrida está em tratar produtividade e lucro como sinônimos. A IA pode reduzir o tempo gasto em tarefas, acelerar análises, automatizar atividades e ampliar a capacidade das equipes. Porém, esse ganho só chega ao balanço quando a empresa consegue transformar eficiência em redução real de custos, aumento de receita ou novas oportunidades de negócio. Produtividade é um meio. Resultado financeiro é a consequência de decisões estratégicas tomadas a partir dela.

É justamente nesse intervalo que muitas organizações estão encontrando dificuldades. Em diversos casos, a adoção da IA começou antes de uma reflexão mais profunda sobre quais problemas de negócio deveriam ser resolvidos. A tecnologia passou a ser vista como ponto de partida, quando deveria ser uma ferramenta para executar uma estratégia previamente definida. Sem clareza de objetivos, dados preparados e processos estruturados, projetos promissores dificilmente conseguem gerar impacto sustentável.

O Gartner estima que, até o final do ano de 2026, cerca de 60% dos projetos de IA serão abandonados por falta de dados preparados, enquanto 63% das organizações ainda não possuem, ou sequer sabem se possuem, práticas adequadas de gestão de dados para sustentar essas iniciativas. Esse cenário mostra que o desafio da IA não está apenas na escolha da ferramenta, mas na construção dos fundamentos necessários para que ela funcione dentro da realidade de cada empresa.

Outro ponto importante é entender que IA não deve ser tratada como um projeto exclusivamente tecnológico. A



transformação gerada por essa tecnologia envolve processos, pessoas, modelos operacionais e formas de criar valor. Empresas que conseguem capturar resultados são aquelas que envolvem a alta liderança, desenvolvem uma cultura orientada por dados, revisam processos e definem casos de uso conectados diretamente aos objetivos estratégicos do negócio.

Também estamos entrando em uma nova fase dessa jornada. Depois de um período marcado por grandes expectativas, o mercado começa a cobrar evidências concretas de retorno. Esse movimento é natural e acompanha o comportamento descrito pelo Hype Cycle, do Gartner, no qual tecnologias disruptivas passam por uma fase inicial de entusiasmo até chegarem a um momento de maior maturidade e comprovação de valor. A IA generativa parece estar justamente nessa transição.

Essa mudança exige que as empresas revejam como avaliam seus investimentos. Métricas como número de usuários, quantidade de prompts ou volume de iniciativas implementadas mostram adoção, mas não necessariamente impacto. O que realmente importa é entender se a tecnologia está contribuindo para reduzir custos, aumentar receita, melhorar margens e gerar vantagem competitiva. Sem essa conexão, a IA corre o risco de permanecer como uma promessa interessante, mas distante dos resultados esperados.

Acredito que a chamada “ressaca da IA” não representa uma frustração com a tecnologia, mas uma correção de expectativas. Toda inovação disruptiva passa por um momento em que as promessas precisam encontrar a realidade das organizações. A diferença entre empresas que apenas adotam IA e daquelas que realmente geram valor estará na capacidade de transformar tecnologia em estratégia, produtividade em resultado e investimento em geração de valor contínua.

(*) CEO e Sócio-Diretor da Bridge & Co.