

MUDANÇA

JEN

A VITRINE DO E-COMMERCE AGORA TAMBÉM
PRECISA CONVENCER A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

▶▶▶ [Leia na página 8](#)

NR1 e redução da jornada: como construir relações de trabalho mais saudáveis?

A saúde mental tem sido uma das pautas mais discutidas, e entrou definitivamente na agenda das empresas.

Atualização da NR-1 passou a exigir um gerenciamento ainda maior dos riscos psicossociais que se relacionam com o trabalho, enquanto a redução da jornada para 40 horas semanais continua em discussão no governo. São temas diferentes, mas que se encontram em um ponto relevante: o tempo e a forma como trabalhamos também impactam a nossa saúde, e melhorar a relação com o trabalho é uma responsabilidade que precisa ser compartilhada.

A empresa tem sim um papel fundamental, que é oferecer um ambiente seguro, combater o assédio, focar no desenvolvimento das lideranças, receber de forma constante os processos que geram sobrecarga e buscar melhores e eficientes formas de trabalhar.

Contudo, é importante reconhecer que essa possibilidade não existe da mesma forma para todos os segmentos ou funções. Onde há espaço para repensar processos, ferramentas e organização do trabalho, há uma grande oportunidade de transformação.

Mas, é super importante colocar em evidência que a saúde mental de uma pessoa é determinada por muito mais aspectos do que somente o ambiente profissional. A família, os relacionamentos, a situação financeira, o sono, o acesso à saúde de qualidade, relações sociais e o próprio ambiente digital externo fazem parte. Não seria justo, e nem possível, colocar toda essa responsabilidade sobre as empresas. O poder público tem seu papel, as famílias têm o seu e cada pessoa também.

Melhorar a própria rotina também pode ser uma escolha. Não porque o colaborador tenha culpa ou porque seja o único responsável pelo que o adoce, mas porque ele tem poder de participar da transformação do ambiente de trabalho. E, novamente, isso precisa ser entendido dentro da realidade de cada profissão e de cada atividade. Nem sempre será possível eliminar uma tarefa, reduzir seu tempo ou substituí-la por uma tecnologia.



Divulgação

“Trabalhar menos horas não precisa significar produzir menos – pode significar aprender a trabalhar melhor.

Entretanto, quando existe essa possibilidade, refletir sobre isso poderá fazer a diferença. Identificar uma tarefa que consome tempo desnecessário, questionar um processo que não está funcionando bem, sugerir a implementação de uma ferramenta ou propor uma melhoria não é apenas ajudar a empresa. É também cuidar do próprio tempo, da própria energia e da própria rotina. E não é porque o colaborador tenha culpa. Ele não tem. Mas é porque ele tem o poder de transformar.

Falar sobre a redução de jornada para 40 horas torna-se ainda mais interessante, pois essa redução pode significar mais tempo para a vida pessoal, para o descanso, para a família e para os cuidados individuais. E, consequentemente, contribuir para um equilíbrio maior. Mas, essa redução precisa vir acompanhada de produtividade e inteligência na organização do trabalho.

As empresas que não se atualizarem para isso e não oferecerem condições dos colaboradores melhorarem os processos, sofrerão demais com esse grande movimento.

Isso não significa que todos os trabalhos poderão responder a esse movimento da mesma forma. Em algumas atividades, os limites são impostos pela própria natureza da operação. Nós nunca tivemos tantas ferramentas para pensar nas melhorias de processos internos. A inteligência artificial pode automatizar tarefas repetitivas, simplificar processos e devolver para as pessoas parte do tempo que hoje pode estar sendo consumido por atividades que poderiam ser feitas de outra forma.

Para os segmentos em que essas possibilidades existem, esse é um momento especialmente importante para repensar como o trabalho é organizado. Afinal, trabalhar menos horas não precisa significar produzir menos – pode significar aprender a trabalhar melhor.

Talvez essa seja a principal reflexão que a nova realidade do trabalho nos traz: a saúde mental não é responsabilidade exclusiva de ninguém, é uma construção coletiva. A empresa precisa fazer a sua parte, mas também precisa ouvir quem está na rotina do dia a dia e abrir espaço para que as pessoas participem de melhorias. O profissional precisa cuidar de si e reconhecer os seus limites. As famílias, a sociedade e o poder público também precisam assumir seus papéis. E todos nós precisamos repensar a forma como estamos trabalhando e vivendo.

A tecnologia já está transformando o trabalho há muito tempo. A questão agora não é se vamos utilizá-la, mas para que vamos utilizá-la. Se a IA e tantas outras ferramentas podem nos ajudar a produzir mais, melhor e em menos tempo, talvez o verdadeiro ganho de todas essas transformações não esteja somente numa redução de jornada, mas principalmente na oportunidade de construirmos melhores relações pessoais dentro e fora das empresas, ambientes cada vez mais saudáveis e, por fim, atingir o tão discutido equilíbrio de vida.

(Fonte: Amanda Alves é Coordenadora de RH na PKF BSP).

Negócios em Pauta



Encontro Futuro Vivo debate os caminhos para o desenvolvimento sustentável

Nesta terça-feira, 1º de setembro, o Encontro Futuro Vivo reúne algumas das mais influentes vozes do pensamento contemporâneo para debater os caminhos para um desenvolvimento sustentável que coloque pessoas e natureza no centro das decisões. Com transmissão gratuita para todo o Brasil, o evento contará com participações de nomes como Nora Bateson, Gaya Herrington, Conceição Evaristo, Milton Hatoum, Miguel Nicolelis, Eduardo Giannetti, Ilona Szabó e Raquel Tupinambá. Para acompanhar ao vivo os debates e conhecer perspectivas inspiradoras sobre os desafios e oportunidades do nosso tempo, basta se inscrever gratuitamente em [encontrofuturovivo.com.br](#). “A iniciativa busca inspirar novas formas de enxergar e agir no presente. Em sua última edição, o evento ampliou a reflexão sobre os grandes desafios do futuro e agora o foco está em abordar as soluções e atitudes que precisamos encarar para viabilizar um Futuro Vivo”, afirma Marina Daineze, vice-presidente de Comunicação e Sustentabilidade da Vivo. ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI



6° Energy Storage Brasil coloca investimentos e regulação em debate em São Paulo

@A viabilidade financeira dos projetos de armazenamento de energia e a definição de regras para o funcionamento desse mercado estarão no centro da 6ª edição do Energy Storage Brasil, que será realizada em São Paulo. A data do encontro ainda será confirmada pela organização. Promovido pelo Grupo FRG Mídias & Eventos, o congresso pretende aproximar fabricantes de tecnologia, empresas do setor elétrico, bancos, fundos de investimento, desenvolvedores de projetos, agentes reguladores e representantes da indústria. A escolha de São Paulo leva em consideração a concentração dos centros de decisão e das empresas que atuam nos mercados de energia, tecnologia e infraestrutura (saopaulo.energystoragebrasil.com/offers). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Espaço Jurídico

O rótulo não absolve

Giovanna Araujo



▶▶▶ [Leia na página 7](#)

No-code: é o fim do CRM tradicional?

Entre as decisões que mais pesam no crescimento sustentável de uma empresa, a forma como ela gerencia o relacionamento com o cliente ocupa um lugar central. ▶▶▶

O limite entre personalização e invasão no varejo

O varejo digital enfrenta um impasse complexo ao tentar personalizar a jornada do cliente sem violar o direito à privacidade. As vitrines automatizadas e as recomendações personalizadas precisam conviver com a exigência de transparência no uso de informações pessoais. ▶▶▶

Assédio eleitoral no ambiente de trabalho

Partindo da premissa de que o empregador ocupa uma posição de poder sobre o funcionário e de que pode se utilizar desta autoridade para influenciar o resultado das eleições, vivemos uma notória intensificação da fiscalização e punição das práticas que configuram assédio eleitoral no país. ▶▶▶

Arquitetura híbrida vira modelo permanente e exige governança contínua

Quase toda empresa brasileira de médio ou grande porte viveu, nos últimos anos, uma reunião parecida: o projeto de dados ou de inteligência artificial está aprovado, o orçamento existe, e a primeira tarefa prática, que é reunir a informação que vai alimentar o modelo, revela que ninguém sabe dizer com precisão o que roda em cada nuvem, o que ficou no data center e quanto custaria juntar tudo. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



OPINIÃO

O maior risco para os sistemas industriais não é a computação quântica, e sim esperar por ela

Rafael Silva (*)

A integração entre Tecnologia da Informação (IT) e Tecnologia Operacional (OT) trouxe ganhos expressivos em produtividade, automação, monitoramento remoto e eficiência nos ambientes industriais, mas ao mesmo tempo ampliou a superfície de ataque das infraestruturas críticas.

Agora, um novo desafio começa a ganhar espaço entre os líderes de segurança: o impacto da computação quântica sobre a criptografia que protege equipamentos, comunicações e identidades digitais nos ambientes industriais.

O tema costuma ser tratado como um problema do futuro, mas essa percepção pode ser perigosa. Segundo a McKinsey, a computação quântica deixou de ser uma aposta de longo prazo para se tornar uma prioridade estratégica. A consultoria estima que o mercado global de criptografia pós-quântica poderá alcançar US\$ 2.4 - 3.4 bi até 2035.

Esse movimento mostra que a discussão já saiu dos laboratórios e passou a fazer parte do planejamento das grandes organizações. O motivo é simples: criminosos já utilizam a estratégia conhecida como Harvest Now, Decrypt Later, roubando informações criptografadas hoje para descriptografá-las no futuro, quando computadores quânticos forem capazes de romper os algoritmos atuais. Para empresas de energia, manufatura, óleo e gás, saneamento, telecomunicações e transporte, isso significa que projetos industriais, credenciais, certificados digitais e comunicações estratégicas podem já estar sendo armazenados por atacantes.

Nos ambientes de OT, esse cenário é ainda mais preocupante porque a infraestrutura industrial possui um ciclo de vida muito diferente da TI corporativa. Enquanto servidores e aplicações são renovados em poucos anos, controladores industriais (PLCs), sistemas SCADA, sensores, dispositivos embarcados e equipamentos de automação permanecem em operação por uma ou até duas décadas. Muitos deles utilizam algoritmos criptográficos incorporados ao firmware e que, no futuro, não oferecerão mais proteção suficiente. Em diversos casos, a atualização desses sistemas exigirá intervenções presenciais, substituição de equipamentos ou longos processos de certificação.

Esse é justamente o motivo pelo qual a criptografia pós-quântica não deve ser tratada como um projeto tecnológico, mas como um programa estratégico de gestão de riscos. Esperar que a computação quântica se torne uma realidade para só então iniciar a migração significa correr contra o tempo em uma infraestrutura que, por natureza, demora anos para ser modernizada. Nas operações industriais, mudanças são pla-

nejadas cuidadosamente para evitar impactos na produção, tornando a antecipação um fator decisivo para o sucesso da transição.

O primeiro passo dessa jornada é construir um inventário criptográfico completo. Poucas organizações conseguem responder com precisão onde a criptografia está presente em seus ambientes de OT. Certificados digitais, VPNs industriais, autenticação entre equipamentos, assinaturas de firmware, comunicação entre dispositivos e gerenciamento de identidades compõem uma cadeia de confiança extensa e muitas vezes invisível. Sem esse diagnóstico, torna-se impossível avaliar riscos, definir prioridades ou estabelecer um plano consistente de migração para algoritmos resistentes à computação quântica.

Outro ponto que precisa entrar nas discussões estratégicas é a relação com fornecedores. Empresas que adquirem equipamentos industriais hoje deveriam exigir informações claras sobre compatibilidade com criptografia pós-quântica, cronogramas de atualização e capacidade de suportar os novos padrões definidos internacionalmente. Da mesma forma, arquiteturas baseadas no conceito de “crypto agility”, capazes de substituir algoritmos criptográficos sem reconstruir toda a infraestrutura, passarão a representar um importante diferencial para preservar investimentos e reduzir custos futuros.

Também será essencial fortalecer a proteção das chaves criptográficas que sustentam toda a infraestrutura de confiança. Os Hardware Security Modules (HSMs) preparados para suportar algoritmos pós-quânticos oferecem um ambiente seguro para geração, armazenamento e gerenciamento dessas chaves, protegendo certificados, assinaturas digitais e mecanismos de autenticação utilizados nos sistemas industriais. Em infraestruturas críticas, onde uma credencial comprometida pode interromper uma linha de produção ou afetar serviços essenciais à sociedade, proteger as chaves significa proteger toda a operação.

A computação quântica ainda não mudou a indústria. Mas ela já mudou a forma como as organizações precisam pensar sua estratégia de segurança. A pergunta deixou de ser quando os computadores quânticos chegarão e passou a ser quanto tempo sua empresa levará para preparar uma infraestrutura construída para durar décadas. As organizações que iniciarem agora o mapeamento de seus ativos criptográficos, cobrarem preparação de seus fornecedores e incorporarem a criptografia pós-quântica aos seus projetos de modernização estarão muito mais preparadas para enfrentar a próxima grande transformação da cibersegurança. As demais poderão descobrir, tarde demais, que a vulnerabilidade começou muitos anos antes do primeiro ataque quântico.

(*) Diretor da Futuress Brasil.

Hyperscalers

Poder concentrado na nuvem

A revolução digital fez surgir uma nova classe de gigantes invisíveis: os hyperscalers.

Vivaldo José Breternitz (*)

Esse nome é dado a empresas como Amazon Web Services, Microsoft Azure e Google Cloud que operam data centers extremamente grandes, onde são armazenados e processados os dados que permitem a milhões de usuários acessar serviços digitais sem interrupções. São eles que garantem que plataformas de streaming, redes sociais e sistemas bancários funcionem de forma confiável, mesmo em momentos de picos de demanda.

Mas por trás dessa eficiência há um ponto crítico que precisa ser discutido: a concentração de poder. Poucos fornecedores globais controlam a espinha dorsal da economia digital, o que significa que governos, empresas e cidadãos dependem de estruturas privadas para acessar serviços essenciais. A soberania digital, inclusive no Brasil, torna-se uma questão urgente.

Outro desafio é a dependência tecnológica. Ao migrar para a nuvem de um hyperscaler, muitas organizações acabam presas a um ecossistema específico, dificultando a mudança para outro provedor. Essa prática, conhecida como lock-in, pode limitar a autonomia das empresas e aumentar custos a longo prazo.

Há ainda o impacto ambiental. Data centers extremamente grandes consomem enormes quantidades de energia e água. Embora os hyperscalers invistam em efi-



4X-image_CANVA

ciência energética e fontes renováveis, o crescimento exponencial da demanda digital levanta dúvidas sobre a sustentabilidade desse modelo.

No Brasil, a presença desses gigantes já é realidade, com diversos deles instalados especialmente no estado de São Paulo. Isso traz benefícios claros, como menor latência, acesso a tecnologias de ponta; empresas de qualquer porte podem usar a mesma infraestrutura, pagando apenas pelos recursos que utilizam. No entanto, a questão que permanece é: quem controla os dados e a infraestrutura crítica que sustentam nossa vida digital?

Em resumo: atualmente os hyperscalers são indispensáveis para o funcionamento da sociedade conectada. Mas é preciso olhar além da eficiência técnica e discutir os riscos de concentração de poder, dependência e impacto ambiental.

O futuro da nuvem não pode ser apenas uma corrida por escala; precisa ser também uma reflexão sobre autonomia, sustentabilidade e equilíbrio entre inovação, segurança e responsabilidade.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjnitiz@gmail.com.

ABIACOM lança fórum para discutir padronização e integridade do e-commerce e marketplaces

AI/ABIACOM



discutir como o comércio eletrônico e os marketplaces podem adotar padrões capazes de reduzir a circulação de produtos irregulares, falsificados e piratas, além de ampliar a segurança, a transparência e a confiança nas relações digitais.

O tema ganhou ainda mais relevância diante dos impactos econômicos provocados pelo comércio ilícito no país. Levantamentos citados pela ABIACOM apontam perdas de centenas de bilhões de reais para a economia brasileira, considerando prejuízos à indústria e à arrecadação de impostos.

A ideia é transformar um debate que já existe em uma agenda estruturada, com participação de diferentes setores. Precisamos construir critérios que sejam tecnicamente viáveis, que aumentem a integridade das plataformas e que

contribuam para um ambiente de comércio eletrônico mais seguro para empresas e consumidores”, afirma André Iizuka, vice-presidente da ABIACOM.

A proposta também dialoga com discussões que já vêm sendo realizadas no âmbito do Grupo de Trabalho de E-commerce do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC). A iniciativa busca contribuir para a construção de uma agenda de padronização e integridade do comércio digital.

O debate sobre o tema foi um dos destaques do workshop do MPF. André Iizuka participou do painel “Combate à contrafação em marketplaces”, com a apresentação sobre “Pirataria no comércio eletrônico e medidas de contenção” (https://abiacom.org/forum-de-padronizacao/).



News @ TI

ricardosouza@netjen.com.br

Plano Fácil, agente de IA que coloca informação na palma da mão de mais de 3,6 mil corretores

A inteligência artificial já faz parte de diferentes etapas da jornada de compra de um imóvel, mas, para a Plano&Plano, a tecnologia também pode transformar a rotina de quem está na linha de frente dessa relação. A companhia acaba de lançar o Plano Fácil, agente de inteligência artificial desenvolvido para apoiar exclusivamente os mais de 3,6 mil corretores que integram sua força de vendas. Disponível diretamente pelo WhatsApp, a ferramenta permite consultar informações comerciais em poucos segundos, ampliando a autonomia dos profissionais durante o atendimento aos clientes. O Plano Fácil funciona como um assistente de vendas, capaz de responder dúvidas sobre diferentes etapas da operação comercial. Por meio da assistente de IA Priscila, os corretores podem consultar informações sobre produtos, processos e financiamento imobiliário, incluindo regras de crédito, simulações e enquadramento no Minha Casa, Minha Vida (MCMV) (www.planoefacil.com.br).

TEAM International e Sitecore estreiam operação no Brasil

A TEAM International, empresa americana de desenvolvimento de software e consultoria em tecnologia, oficializa sua chegada ao Brasil declarando o país como pilar central de sua estratégia na América Latina. De acordo com um levantamento da companhia, o mercado brasileiro representa 54% de todo o potencial de negócios que a empresa considera endereçável na região. O investimento viabiliza a criação da TEAM CX, unidade dedicada à experiência digital na América Latina, fruto da parceria com a Sitecore, fornecedora global de plataformas de experiência digital. Com o acordo, a TEAM International passa a ser parceira exclusiva da Sitecore no Brasil, México, Colômbia e Argentina, ampliando sua atuação na região. “Essa parceria reforça nossa capacidade de apoiar empresas em projetos de transformação digital e amplia o acesso à tecnologia da Sitecore para organizações na América Latina”, afirma Matt Moore, CEO e presidente do conselho da TEAM International (https://www.teamcx.com/).

Editoriais

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

Webmaster/TI: Fabio Nader; Editoração 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.

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

ISSN 2595-8410

Jornal Empresas & 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.

Serasa: 40% dos investidores já precisaram liquidar posições, por dívidas

Manter as aplicações tem sido um desafio, no país

Quatro em cada dez brasileiros que possuem investimentos já precisaram resgatar aplicações para pagar dívidas, segundo pesquisa da Serasa em parceria com o Instituto OpinionBox. O levantamento mostra ainda que 32% dos brasileiros têm algum tipo de investimento e, entre aqueles que já fizeram resgates, 52% apontaram a necessidade imediata de dinheiro como principal motivo.

O cenário mostra que, para parte dos investidores, manter o dinheiro aplicado pode ser tão desafiador quanto começar a investir. No entanto, embora o resgate possa interromper planos de médio e longo prazo, usar o dinheiro investido para quitar uma dívida nem sempre é uma decisão ruim. Em alguns casos, a escolha pode até ser financeiramente vantajosa. Para Bruno Moura,



sócio da TIR Investimentos, o primeiro passo é comparar o custo efetivo da dívida com o retorno líquido esperado do investimento.

“Se uma pessoa possui uma dívida que custa 2% ao mês, estamos falando de aproximadamente 26,8% ao ano. Se mantém um investimento que rende 12% ou 14% ao ano, financeiramente há pouca justificativa para manter os dois”, afirma o especialista. Segundo ele,

a lógica considera que o juro que deixa de ser pago é um ganho certo, enquanto a rentabilidade futura de muitos investimentos não é garantida. “Por isso, antes de resgatar uma aplicação, o investidor deve avaliar o Custo Efetivo Total (CET) da dívida, a rentabilidade líquida do investimento após impostos e custos, a liquidez da aplicação, possíveis perdas ou penalidades no resgate e quanto de dinheiro continuará dispo-

nível depois da quitação”, completa.

Mais caras primeiro

A prioridade, de acordo com Moura, deve estar nas dívidas de maior custo efetivo e não necessariamente nas de maior valor. Cartão de crédito, rotativo, cheque especial e determinadas modalidades de crédito pessoal costumam exigir atenção justamente pelas taxas elevadas.

Em uma situação hipotética de uma dívida com CET de 25% ao ano e um investimento com retorno esperado de 13% ao ano, por exemplo, a matemática favorece a quitação do débito. “Nesse cenário, manter o investimento enquanto se paga 25% na dívida significa, economicamente, financiar uma aplicação de 13% com dinheiro que custa 25%”, alerta o especialista.

Brasil pode perder até R\$ 1 trilhão no PIB se ficar para trás na corrida da IA

(*) Celso Camilo

A inteligência artificial deixou de ser uma pauta de tecnologia para se tornar uma questão de poder econômico

Estudo do Reglab estima que sua adoção pode adicionar até R\$ 986,7 bilhões ao PIB brasileiro entre 2027 e 2030. No cenário central, o impacto chegaria a 2,77% do PIB em quatro anos. O número impressiona, mas esconde uma pergunta mais dura: quanto dessa riqueza o Brasil será capaz de produzir e quanto pagará para acessar tecnologias criadas no exterior?

A principal fonte desse crescimento seria a produtividade, um dos gargalos históricos do país. Economias avançam quando produzem mais valor com os mesmos recursos. É aí que a IA pode provocar uma ruptura: tornar processos mais rápidos, baratos e eficientes. Quando esses ganhos chegam a milhões de trabalhadores e empresas, passam a significar crescimento econômico.

Segundo o estudo, 65% do impacto viria da produtividade do trabalho e 35% da eficiência de máquinas, equipamentos e processos. Isso mostra por que reduzir a IA a chatbots é um erro estratégico. Na indústria, algoritmos podem reduzir desperdícios. No agronegócio, elevar a produtividade. Em bancos, saúde, logística e varejo, acelerar análises e cortar custos.

Também fazemos a pergunta errada quando o debate se limita a quantos empregos a IA eliminará. O primeiro impacto será sobre tarefas. Algumas desaparecerão, outras serão redesenhadas. Profissionais capazes de usar a tecnologia produzirão mais, enquanto empresas que demorem a incorporá-la poderão perder competitividade. A nova pressão econômica passa pelo letramento em IA e pela capacidade de aplicá-la.

É justamente aí que o Brasil precisa abandonar a posição confortável de usuário. Não existe garantia de que os

quase R\$ 1 trilhão projetados chegarão à economia brasileira. Parte desse potencial pode migrar para países que concentram infraestrutura, pesquisa, capital, modelos próprios e profissionais especializados. Sem data centers, conectividade, financiamento, formação de pessoas e capacidade de transformar pesquisa em produto, o Brasil pode adotar IA em larga escala e continuar pagando ao exterior pela tecnologia que sustenta seus ganhos.

Ser usuário avançado de IA não significa dominar IA. Uma empresa que apenas paga para acessar modelos estrangeiros ocupa posição diferente daquela que desenvolve propriedade intelectual, exporta soluções e participa da cadeia global de tecnologia. Se o Brasil aceitar o papel de mero consumidor, poderá modernizar sua economia enquanto transfere parte da riqueza gerada para outros países. Por isso, falar de IA também é falar de soberania.

O país precisa disputar o espaço onde o maior valor é criado. Permanecer apenas como fornecedor de insumos reproduz uma lógica antiga: vendemos produtos básicos e recomparamos soluções de maior valor agregado. Mudar esse posicionamento exige universidades fortes, pesquisa, investimento, infraestrutura, empresas inovadoras e regulação que proteja direitos sem sufocar a inovação.

A corrida já começou. Os R\$ 986,7 bilhões projetados até 2030 mostram o tamanho do prêmio e do risco. O Brasil pode transformar IA em produtividade, empregos qualificados, empresas e tecnologia própria ou se tornar apenas um grande mercado consumidor. O impacto sobre o PIB pode ser extraordinário. A questão é quanto desse futuro será realmente brasileiro.

(*) Celso Camilo é doutor em IA e professor da Universidade Federal de Goiás.

Do aço ao e-commerce, transportadoras tentam superar as oscilações do mercado

Enquanto a produção de aço recua e o comércio eletrônico registra alta de quase 17%, empresas de transporte ampliam atuação para reduzir dependência do desempenho de um único setor. Assim, o caminhão que ontem transportava produtos ligados à indústria pesada pode fazer parte, amanhã, de uma operação estruturada para atender o comércio eletrônico. Em um cenário no qual diferentes setores da economia avançam em ritmos distintos, a diversificação começa a ganhar importância também entre as transportadoras, atentas às novas demandas.

Os números deste ano potencializam a visualização deste aparente contraste. No primeiro semestre, a produção brasileira de aço bruto atingiu 16,3 milhões de toneladas, representando queda de 1,5% em relação ao mesmo período de 2025. A produção de laminados recuou 4,4% e as vendas ao mercado interno tiveram retração de 0,2%, segundo dados do Instituto Aço Brasil.

Na outra ponta, o comércio eletrônico vive um momento diferente. O e-commerce brasileiro movimentou R\$ 208 bilhões entre janeiro e junho deste ano, crescimento de 16,9%. Para a cadeia logística o fator significativo é o avanço do número de pedidos: foram R\$ 756 milhões, gerando alta de 34,8% sobre o primeiro semestre de 2025, segundo levantamento da Confi, por meio da Neotrust e da Aftersale, em parceria com o E-Commerce Brasil.

20% neste ano

O movimento tende a continuar no segundo semestre. A projeção é de R\$ 254 bilhões em vendas online no período, 20% acima do registrado um ano antes. Para o transporte rodoviário de cargas, diferenças como essas ajudam a explicar por que depender excessivamente de uma única atividade econômica pode representar um risco.

“O transporte acompanha a economia muito rapidamente. Um segmento

pode estar muito aquecido em determinado momento e, pouco tempo depois, outro passa a oferecer mais oportunidades. Por isso, ter capacidade para atender diferentes mercados ajuda a empresa a atravessar essas oscilações e a continuar crescendo”, afirma Leonardo Busin, CEO da Buzin Transportes.

A própria trajetória da Buzin exemplifica essa transformação. A empresa, fundada em 1967, teve durante décadas sua operação fortemente concentrada na siderurgia. Até 2018, o segmento representava todo o foco da companhia. Com a entrada da terceira geração na administração, a empresa começou a ampliar o leque de mercados atendidos. Hoje atende, além da siderurgia, a petroquímica, agro, alimentos e bebidas, papel e celulose, construção civil, saúde e bem-estar e e-commerce. A diversificação permite que a operação acompanhe mais de perto os diferentes ciclos da economia.



Recuperação Judicial

O Brasil registrou mais de 6,3 mil empresas em recuperação judicial somente no primeiro semestre do ano, segundo levantamento do Monitor RGF-Bizdoc. A modalidade, muitas vezes utilizada para evitar a falência, atinge diferentes setores da economia, como indústria, varejo, agronegócio, alimentação e energia. Ao mesmo tempo, 83,5 milhões de brasileiros estão negativados, acumulando mais de R\$ 574 bilhões em dívidas, cenário que também pressiona o consumo e o caixa das empresas.

Recuperação – II

Luiz Eduardo Martin, advogado especialista em Direito Empresarial e Societário, lembra que juros elevados, crédito mais caro, queda de consumo e endividamento podem ajudar a explicar o cenário acima, “mas uma recuperação judicial raramente começa no momento em que a empresa procura a Justiça”. Problemas de fluxo de caixa, crescimento sem planejamento, dívidas sucessivas, perda de mercado e dificuldade de renegociação podem aparecer meses ou até anos antes. O aumento dos pedidos abre uma discussão importante: quais são os sinais de que uma empresa saudável está entrando em uma crise capaz de ameaçar sua sobrevivência?

Cargas Expressas

A Associação Brasileira das Empresas de Transporte Internacional Expresso de Cargas (ABRAEC) e

a ABR Aeroportos do Brasil manifestam apoio à conversão da Medida Provisória nº 1.357/2026 em lei. A MP assegura base legal para reduzir a zero o Imposto de Importação nas remessas de até US\$ 50 e fixar em até 30% a alíquota aplicável às remessas entre US\$ 50,01 e US\$ 3 mil. Sua aprovação, antes do encerramento do prazo constitucional em 8 de setembro, é essencial para preservar segurança jurídica, previsibilidade e confiança nas decisões de investimento do setor. Segundo a LCA Consultores, junho, primeiro mês completo da nova regra, registrou 27,4 milhões de declarações no Programa Remessa Conforme, com alta de 74,5% em relação a abril.

CEMIG +30

A Cemig obteve junto ao Ministério de Minas e Energia (MME) a autorização para renovar por 30 anos a concessão da Usina Hidrelétrica de Sá Carvalho, que se encerraria em agosto deste ano. Com a decisão, a companhia assegura a continuidade da operação da usina e de sua capacidade instalada de 78 MW. Sá Carvalho era a primeira das três concessões da Cemig com vencimento previsto para os próximos meses. As outras duas são as usinas de Emborcação e Nova Ponte, com contratos que se encerram em maio e agosto de 2027, respectivamente. Juntas, as três usinas respondem hoje por 55% do parque gerador próprio da Cemig.



Frota Híbrida e elétrica

A tecnologia híbrida já faz parte da rotina operacional da Motiva Sorocabana. Desde o início da concessão, em março de 2025, cinco veículos Ford Maverick híbridos são utilizados pelas equipes de inspeção de tráfego nas rodovias sob administração da concessionária. A frota conta ainda com duas viaturas de supervisão, que apoiam diariamente o trabalho das equipes de Operações em campo. A iniciativa está alinhada ao plano de descarbonização da Motiva, que investe cerca de R\$ 50 milhões na ampliação da frota operacional de veículos elétricos e híbridos em suas concessões rodoviárias e operações de trilhos.

Mercedes/Carbono

A Mercedes-Benz e a Hydro estão expandindo sua parceria para descarbonizar a cadeia de alumínio na Europa, apoiando os esforços para reduzir emissões e, ao mesmo tempo, fortalecer cadeias de suprimentos resilientes. Como primeiro passo, a Mercedes-Benz se tornará a primeira fabricante de automóveis da Europa a integrar o Hydro CIR-CAL à produção em série da próxima geração de veículos elétricos de grande porte. Esse alumínio reciclado é produzido com pelo menos 75% de sucata pós-consumo, um aumento significativo em relação aos cerca de 25% presentes no material atualmente fornecido.

Nanos já são 18%

Categoria identificada pelo Congresso Nacional no contexto da reforma tributária forma 18% da População Economicamente Ativa no Brasil. São eles os nanoempreendedores, pequenos autônomos carentes de políticas públicas dirigidas. A categoria dos nanoempreendedores - pessoas físicas autônomas de baixa renda, com faturamento anual inferior a R\$ 40,5 mil - se tornou público de interesse para candidatos nas eleições deste ano focados em temas econômicos. De acordo com o estudo “Nanoempreendedores no Brasil: Dimensionamento e Perfil Socioeconômico”, encomendado pela Natura em parceria com a Associação Brasileira de Empresas de Venda Direta (ABEVD), eles totalizam 19 milhões de indivíduos, o que equivale a 18% da População Economicamente Ativa (PEA).

Coexistência silvestre

É possível coexistir a vida urbana e a natural. Para provar a teoria foi celebrada a Semana da Suçuarana e o Dia do Voluntariado, no Parque Natural Municipal Itaim, em Parelheiros, no extremo sul de São Paulo. O público participou de uma trilha de observação da natureza, do lançamento do curta de animação “A Voz da Onça-parda” e de uma roda de conversa sobre grandes felinos e os desafios da coexistência entre a fauna silvestre e a vida urbana. A iniciativa buscou aproximar a população da biodiversidade presente na cidade e ampliar a conscientização sobre a importância da conservação da onça-parda e de outras espécies da fauna brasileira.



Tsunami global

Benedicto Ismael Camargo Dutra (*)

Possivelmente está se formando o tsunami financeiro global, ou seja, o mar encapelado do dinheiro criado pelos homens gerando instabilidade econômica derivada das suas decisões

É o desalinhamento entre o progresso material e o progresso humano. Não era para ser assim. O dinheiro circulava bem na economia real. Agora fica encalhado em operações especulativas e em pagamento de juros e resgate de dívidas. As nações deixaram de produzir. Além disso, a continuada criação de dinheiro do nada derrubou o poder aquisitivo. Os preços subiram, mas o salário não.

No Brasil, teóricos davam esperança com seus planos de dinamização da economia. Mas o destaque cabia aos empreendedores que conseguiam mobilizar a população na atividade produtiva e percebia-se nitidamente a melhora no padrão de vida. Porém, de repente, tudo foi parando. Não há mais planejadores do futuro; muitas fábricas fecharam.

O mundo desenvolvido fala das vantagens comparativas do Brasil, e ficam tirando proveito. A precarização foi avançando. Os estadistas vão se impondo. Não há como resistir. O Estado vai nivelando tudo por baixo. Os mais velhos perdem a iniciativa. As novas gerações nem chegam a desenvolvê-la. O que deveria ser o Estado? O que é o Estado hoje? No topo, estão os dirigentes das instituições que vão moldando o Estado conforme os seus interesses de ganhos e poder, contribuindo decisivamente para a estagnação e declínio. Tudo poderia ser mais simples, mais eficiente e com menor custo. Há uma convergência de fatores negativos, agravados com o declínio da sociedade, em meio à competição entre os Estados Unidos e a China.

O desequilíbrio da economia global é geral. São mais de 9 trilhões de dólares em câmbio por dia. É o dinheiro que se multiplica sem produzir. Muito difícil competir com a produção da China. Não tem mais emprego de qualidade. O Estado-Nação sofre a influência de grupos oportunistas. O problema não é só a instabilidade criada pelo capital fictício e ganância. O discernimento da espécie humana está encolhendo. Com tantas

maldades aplicadas, o Brasil sempre reagiu. A geopolítica sempre interfere nas eleições das nações satélites. Faltam estadistas que engrandecem e consolidem a nação com boas leis, segurança social e jurídica, dando esperança e motivação. O cenário da precarização e fragilização da nação se estende dos lares para as empresas. Querem que o Brasil se transforme numa vila inexpressiva, preparada para que suas riquezas sejam sugadas, servindo a interesses externos. Onde está a pujança da alma do povo brasileiro?

Diante do medo do vazio ou da ameaça de dissolução da própria consciência, a resposta das massas tem sido a anestesia dos “prazeres do circo” e pelo consumo imediato. Trata-se do desespero mascarado de entretenimento. Parece que, não sabendo o que fazer, as pessoas estão deixando a coisa rolar. O ser humano existe há 3 milhões de anos, um longo período para o fortalecimento de sua alma e espírito; agora o tempo se aproxima do final, o balanço mostra que a alma não se desenvolveu, nem o espírito. O cérebro se desconectou da alma, gerando a frieza intelectual que está ameaçando destruir tudo que foi construído em bases falsas. Muitas pessoas só conseguem ter melhor visão da vida quando ficam velhas. Não precisariam amadurecer para reconhecer o dom da vida, e que todos são peregrinos em busca da Luz da Verdade; bastaria o querer.

O cenário atual criado não agrada. Faltam grupos coesos em torno de propósitos voltados para o bem. A coesão deve estar no querer do coração e na força de vontade de cada um para se destinar aos propósitos nobres. O grande agregador tem de estar fundamentado num ideal voltado para a finalidade da vida, ou seja, em construir, beneficiar e embelezar o mundo para promover a melhora geral continuada, fato que nunca se deu com unanimidade, inclusive entre os pesquisadores da vida; daí ter surgido a civilização sem amanhã, na qual os seres humanos não aproveitam o precioso tempo que dispõem, gerando, como resultado, um futuro decadente que, no limite, poderá conduzir à autodestruição.

(*) Graduado pela Faculdade de Economia e Administração da USP. Coordena os sites <https://vidaeaprendizado.com.br/> e <https://library.com.br/home/>. E-mail: bicdutra@library.com.br

O custo da explosão de códigos de IA no orçamento corporativo

A explosão de códigos gerados por inteligência artificial redefiniu o desenvolvimento de software nas empresas, acendendo um alerta financeiro no mercado ao criar custos indiretos que impactam diretamente o fluxo de caixa

Rodrigo Costa (*)

A expectativa de redução de despesas por meio da automação esbarra na falta de planejamento técnico, o que resulta em aplicações com falhas constantes na rotina operacional. Essa insegurança sistêmica exige aportes adicionais e aditivos contratuais para refazer rotinas e integrações, transformando a promessa de agilidade digital em um acúmulo de despesas.

Estudos da McKinsey mostram uma contradição nesse processo, pois a agilidade ganha na geração de códigos digitais se perde totalmente no tempo necessário para testar, validar e corrigir essas estruturas. A análise mostra a raiz desse retrabalho, com trechos de programação simplesmente copiados e colados crescendo mais rápido do que os atualizados ou revisados dentro dos projetos. A perda de produtividade é acompanhada por avaliações da Gartner que apontam forte elevação nos custos de suporte provocada por automações sem governança. A consultoria prevê que, até 2028, o custo de operar ferramentas de codificação por IA vai superar o salário médio de um desenvolvedor, impulsionado pelo consumo crescente de tokens. O problema é que os algoritmos atuam por meio da repetição de padrões genéricos, incapazes de assimilar a lógica de negócio e as particularidades técnicas de cada ambiente corporativo.



Veritopos CANVA

Essa limitação afeta diretamente as rotinas de compras, pagamentos e faturamento. Erros na estrutura de plataformas voltadas para transferências, conciliações e emissão de pedidos travam os fluxos de trabalho e paralisam a receita da empresa. Na prática, a avaliação do impacto orçamentário exige superar a métrica do preço de contratação e focar no custo acumulado para manter a aplicação ativa, além das perdas geradas a cada hora de paralisação.

O maior perigo dessa abordagem está no contexto em que o código é gerado, pois modelos automatizados ignoram bases legadas e regras internas sensíveis, fazendo com que a facilidade de criação provoque falhas de integração, prejudique o desempenho e comprometa a estabilidade de rotinas críticas. A Gartner projeta que esse método, quando usado sem controle técnico, pode multiplicar em até 25 vezes o número de defeitos de software encontrados em

produção até 2028. Em ambientes híbridos, qualquer alteração exige a leitura da infraestrutura completa, nunca apenas de uma aplicação isolada.

No ambiente corporativo brasileiro, essa adoção esbarra em barreiras ainda mais complexas, já que as empresas convivem com uma forte densidade regulatória que reúne arquiteturas antigas, documentação escassa e conhecimento técnico concentrado em poucos profissionais. Quando um software automatizado falha no processamento de tributos, a companhia enfrenta muitas pesadas e problemas na emissão de certidões, o que torna a auditoria técnica uma medida básica de proteção financeira. Esse risco cresce na mesma proporção do investimento, já que o Brasil é o maior mercado de IA da América Latina, com US\$ 4,2 bilhões em aportes e crescimento de 13% no período, segundo a IDC. O estudo ABES/IDC mostra que 46% dos executivos

brasileiros apontam segurança e cloud security como a prioridade estratégica de TI para 2026, à frente da IA generativa, citada por apenas 37%, sinal de que o setor já sabe onde mora o próximo problema.

O mercado brasileiro ainda não está preparado para suportar esse volume de entregas. A capacidade de geração de código ultrapassou a habilidade das organizações de auditar e manter a operação. A McKinsey aponta o caminho para reverter esse quadro, ao mostrar que, um grupo de empresas que redesenhou o desenvolvimento em torno da IA chegou a ganhos de até 30% em produtividade e 45% em qualidade de software. O desafio atual é priorizar segurança, sustentabilidade e solidez técnica por meio de plataformas de inteligência artificial para engenharia e análise contínua.

A geração de código sem rigor técnico resulta apenas em lixo digital, e produzir sem critérios sólidos de auditoria em um ambiente movido por inteligência artificial só antecipa a falha dos sistemas. A facilidade de criação não elimina a responsabilidade pelo acompanhamento e exige uma maturidade ainda maior na governança das entregas. A agilidade perde todo o seu propósito quando a tecnologia construída não consegue garantir a estabilidade contínua da operação.

(*) CTO e Head de Digital Business da Kron Digital.

Parceria libera R\$ 200 milhões em microcrédito para empreendedores em São Paulo

Linhas de crédito contam com taxas de juros reduzidas, prazos estendidos para pagamento e carência de até 90 dias

O acesso ao crédito é um dos principais desafios para empreendedores brasileiros, especialmente das periferias e em fase inicial do negócio. Para ampliar as oportunidades de investimento, geração de emprego e renda e fortalecimento da economia local, a Prefeitura de São Paulo retomou o convênio com o Banco do Povo Paulista, que liberou R\$ 200 milhões em linhas de microcrédito produtivo para micro e pequenos empreendedores da capital.

O Banco do Povo é um programa gerenciado pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de SP, que apoia empreendedores formais e informais ao ofertar linhas de crédito com taxas de juros reduzidas e prazos de pagamento acessíveis, o que possibilita investimentos nos pequenos negócios.

Na capital, o acompanhamento no processo de concessão de crédito será gerido pelo Cred Sampa, programa municipal voltado ao acesso a crédito e produtos financeiros

da Agência São Paulo de Desenvolvimento (ADE SAMPÁ), ligada à Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Trabalho.

A Agência vai orientar empreendedores informais, microempreendedores individuais (MEIs), microempresas (MEs), empresas de pequeno porte (EPPs) e produtores rurais a solicitar os empréstimos. Com taxas de juros que variam de 0,35% a 0,80% ao mês, eles poderão receber até R\$ 21 mil, com prazos de pagamento de até 36 meses.

Os empreendedores formais podem acessar as linhas de microcrédito diretamente pelo novo sistema digital do Banco do Povo. Já os informais precisam ir até a agência para receber as orientações da ADE SAMPÁ. A agência vai auxiliar na identificação da linha mais adequada a cada perfil e tirar dúvidas sobre requisitos, documentação e etapas (<https://www.bancodopovodigital.sp.gov.br/apresentation>).

Empreendedor informal (sem CNPJ) Solicitação direta ao Banco do Povo Paulista: Sebrae Centro, Rua 24 de Maio, 32 - Centro Histórico de São Paulo.

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: **SERGIO GUEDES BARRA**, estado civil solteiro, filho de Walter Domingos Barra e de Clarice Guedes Barra, residente e domiciliado neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **ELAINE NOGUEIRA DE SOUZA**, estado civil solteira, filha de Manoel Nogueira Sobrinho e de Francisca Cândida de Souza, residente e domiciliada neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **CAIO JULIANO ELIAS**, estado civil solteiro, filho de José Elias Filho e de Maria Cristina Vignoli Elias, residente e domiciliado neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **ROSEMEIRE DA SILVA PEREIRA ESTEVES**, estado civil solteira, filha de Waldir Pereira Esteves e de Maria de Fátima da Silva Pereira Esteves, residente e domiciliada neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **RAFAEL HENRIQUE TEIXEIRA REIS**, estado civil solteiro, filho de Eufrazio Teixeira Reis e de Sandra Helena de Jesus Reis, residente e domiciliado neste Subdistrito Alto da Mooca, São Paulo - SP. A pretendente: **PRISCILA MARTINS COSTA**, estado civil solteira, filha de David Henrique Alqualo Costa e de Silvana Martins Ferreira Costa, residente e domiciliada neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **WILLIAN MARINHO DO NASCIMENTO GOMES**, estado civil solteiro, filho de Djalma Marinho Gomes e de Joelma Maria Nascimento de Lima, residente e domiciliado neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **LUIZA SILVA MATEUS**, estado civil solteira, filha de Antonio Norberto Mateus e de Ariinda Maria da Silva Mateus, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **PEDRO PAULO DE OLIVEIRA DINIZ LEITE**, estado civil solteiro, filho de Alex Diniz Leite e de Elen Paula de Oliveira Diniz Leite, residente e domiciliado em São Paulo - SP. A pretendente: **CAROLINE DE CARVALHO DIONISIO**, estado civil solteira, filha de Perciliano Roberto Dionisio e de Gislaine de Carvalho Dionisio, residente e domiciliada neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **RAPHAEL THIAGO DOS SANTOS**, estado civil divorciado, filho de João Carlos dos Santos e de Claudia Cristina Claudino, residente e domiciliado em São Paulo - SP. A pretendente: **CAMILA COSTA LEMES**, estado civil divorciada, filha de Jair Teixeira Lemes e de Sandra Regina da Silva Costa Lemes, residente e domiciliada em São Paulo - SP.

O pretendente: **ALCIMAR DOS SANTOS NASCIMENTO**, estado civil solteiro, filho de Elza dos Santos Nascimento, residente e domiciliado neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **GABRIELA MAYER GOMES DA SILVA**, estado civil solteira, filha de Rubens Gomes da Silva e de Soeli Bernadete Mayer Gomes da Silva, residente e domiciliada neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **LUCCAS ASSAD DE CAPRIO**, estado civil solteiro, filho de Gian Pier de Caprio e de Francine Assad de Caprio, residente e domiciliado em São Paulo - SP. A pretendente: **YASMIN GUIDONI BONIFACIO**, estado civil solteira, filha de Alex Sandro Bonifacio e de Thais Guidoni Mendonça de Oliveira, residente e domiciliada em 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



Traduções imprecisas podem comprometer negócios globais

A circulação de contratos, manuais, relatórios, campanhas publicitárias, pesquisas e conteúdos digitais entre diferentes países ampliou a demanda por serviços linguísticos

Ana Carolina Silveira de Luca (*)

Levantamento divulgado pela CSA Research em 2022 estima que o mercado mundial reúne cerca de 27 mil prestadores de serviços. Para o período de 2024 a 2026, dados da mesma instituição situam o valor desse mercado em aproximadamente US\$ 49,6 bilhões. Desse total, 85,7% correspondem a empresas que estão fora do grupo das cem maiores do setor, o que revela um mercado amplo e bastante pulverizado.

Apesar da dimensão dessa atividade, ainda é comum associar a tradução à simples substituição de palavras entre dois idiomas. Na prática, um projeto profissional exige análise do conteúdo, conhecimento técnico, pesquisa terminológica, compreensão cultural, revisão e controle de qualidade.

O objetivo não se limita a reproduzir frases. O texto traduzido precisa preservar o sentido do material original, cumprir sua finalidade e transmitir a mensagem com clareza ao público de destino.

Essa responsabilidade ganha peso em documentos jurídicos, materiais médicos, manuais industriais, relatórios financeiros, campanhas publicitárias e comunicações voltadas ao comércio exterior.

Uma escolha inadequada pode modificar o alcance de uma cláusula contratual, comprometer uma orientação de segurança, criar dúvidas sobre um procedimento médico ou transmitir uma mensagem diferente daquela pretendida pela empresa. É preciso interpretar a mensagem, compreender o contexto e adaptar o conteúdo para que ele faça sentido ao leitor final.

O trabalho começa antes da tradução

A primeira etapa de um projeto profissional é a análise do material. A equipe avalia o idioma de origem, o idioma de destino, o volume, o formato dos arquivos, o prazo, o público, a finalidade do conteúdo e o nível de especialização necessário.

Um contrato destinado a uma operação internacional, por exemplo, exige tratamento diferente daquele aplicado a uma campanha de marketing ou a um manual de equipamento. Embora todos dependam de precisão, cada conteúdo apresenta riscos, objetivos e escolhas linguísticas próprias.

Na área jurídica, o tradutor precisa conhecer conceitos que nem sempre possuem correspondência direta entre os sistemas legais dos países envolvidos. Na saúde, a atenção recai



sobre nomenclaturas, dosagens, orientações clínicas e informações que podem afetar a segurança das pessoas. Em marketing, o desafio inclui tom de voz, referências culturais, humor, valores da marca e reação do público. No comércio exterior, documentos comerciais, aduaneiros e logísticos precisam manter uniformidade e clareza.

A seleção do profissional deve considerar a combinação linguística, a experiência no setor e o conhecimento do tema. Dominar dois idiomas é um requisito básico, mas não substitui a especialização. O profissional também precisa identificar ambiguidades, pesquisar conceitos e compreender a finalidade do conteúdo antes de definir a melhor escolha para cada termo.

Padronização protege a comunicação da empresa. Empresas que produzem grande volume de material costumam utilizar glossários, memórias de tradução e guias de estilo. Esses recursos reúnem termos técnicos, nomes de produtos, expressões institucionais e escolhas aprovadas pela organização.

O glossário evita que um mesmo conceito receba traduções diferentes ao longo de contratos, manuais, páginas de sites ou campanhas. A padronização também reduz dúvidas, facilita atualizações e protege a identidade verbal da empresa em diferentes mercados.

Esse cuidado torna-se ainda mais importante quando vários profissionais participam de um projeto ou quando o conteúdo passa por revisões frequentes. A uniformidade não pode depender apenas da memória de cada tradutor. Ela precisa fazer parte de um processo documentado e acessível às equipes envolvidas.

Revisão faz parte do processo

Depois da tradução, o conteúdo deve passar por revisão e controle de qualidade. A equipe confere gramática, ortografia, fluidez, termos técnicos, nomes, números, datas, unidades de medida e correspondência com o original.

Essa conferência independente ajuda a identi-

ficar omissões, acréscimos indevidos, ambiguidades e erros que podem escapar ao profissional responsável pela primeira versão. Em documentos técnicos, corporativos, médicos ou jurídicos, uma falha aparentemente pequena pode provocar retrabalho, prejuízo financeiro, questionamentos legais ou riscos à segurança.

A revisão também precisa levar em conta o uso final do material. Um texto correto do ponto de vista gramatical pode não atender ao público, ao canal ou ao objetivo da comunicação. Por isso, qualidade linguística e adequação precisam fazer parte do mesmo processo.

Tecnologia exige supervisão e critérios

Ferramentas de tradução automática e inteligência artificial já ocupam espaço relevante no setor. A European Language Industry Survey 2025, pesquisa que reuniu profissionais, empresas, instituições e estudantes do mercado europeu, apontou que quase metade dos participantes utiliza inteligência artificial no trabalho cotidiano. O estudo também identificou a presença de tradução automática em mais da metade das atividades profissionais relacionadas.

Esses recursos podem apoiar a organização de terminologias, a comparação de trechos, a identificação de repetições e o processamento de grandes volumes. No entanto, rapidez não significa precisão.

Sistemas de inteligência artificial podem interpretar uma expressão de forma incorreta, omitir informações, criar equivalências inexistentes ou adotar termos inadequados ao setor. Também enfrentam limitações diante de ambiguidades, ironias, referências culturais, regionalismos e conceitos que mudam de sentido conforme o contexto.

Por esse motivo, o uso profissional da tecnologia exige critérios claros, revisão especializada e definição prévia sobre o nível de qualidade esperado. A decisão deve considerar o tipo de conteúdo, a finalidade, os riscos e o grau de confidencialidade.

Materiais públicos e repetitivos podem admitir determinados recursos de automação.

Contratos, documentos estratégicos, informações de pacientes, pesquisas ainda não publicadas e dados corporativos sensíveis exigem controles adicionais. A inserção de conteúdo confidencial em uma ferramenta sem o conhecimento de suas condições de armazenamento e uso pode expor informações da empresa.

Cada tipo de tradução atende a uma finalidade. A tradução livre abrange conteúdos que não exigem fé pública, como textos institucionais, materiais comerciais, apresentações, sites e comunicações internas.

A tradução técnica envolve documentos especializados e requer domínio da terminologia do setor. Manuais, relatórios financeiros, bulas, protocolos médicos, especificações industriais e documentos de tecnologia estão entre os exemplos.

A tradução juramentada possui caráter oficial e deve ser realizada por tradutor público e intérprete comercial habilitado. Ela costuma ser exigida para documentos apresentados a órgãos públicos, instituições de ensino, cartórios, tribunais e outras entidades.

A escolha correta depende da finalidade do documento e das exigências da instituição que receberá o material. A contratação de um serviço sem o esclarecimento do uso pretendido pode resultar em custos adicionais, atrasos ou rejeição do documento.

Qualidade depende de processo

Uma tradução profissional resulta da combinação entre conhecimento linguístico, domínio técnico, pesquisa, tecnologia, revisão e gestão.

O trabalho começa antes da primeira palavra traduzida e só termina após a verificação do conteúdo e de sua adequação ao público.

A tecnologia pode reduzir prazos e apoiar tarefas operacionais, mas a responsabilidade pela mensagem permanece. Quanto maior o impacto jurídico, financeiro, técnico ou reputacional do conteúdo, maior deve ser o controle humano.

Em um mercado no qual empresas se comunicam com públicos de diferentes países e culturas, traduzir bem não é apenas uma questão de idioma. É uma forma de proteger informações, reduzir riscos e assegurar que a mensagem chegue ao destino com o sentido correto.

(*) Sócia diretora da Opportunity Translations.

Sustentabilidade se faz com pessoas

Latif Abrão Jr. (*)

Durante muito tempo, sustentabilidade na hotelaria foi associada principalmente à economia de água e energia, à gestão de resíduos e à preservação ambiental. Tudo isso continua indispensável. Mas aprendemos, no Terras Altas Resort & Convention Center, que desenvolvimento sustentável só se completa quando o ser humano está no centro das decisões.

Inserido em uma área preservada de Mata Atlântica, o Terras Altas tem na natureza parte essencial de sua identidade. Preservá-la é responsabilidade permanente. Mas sustentabilidade, para nós, vai além do meio ambiente: está também na maneira como acolhemos hóspedes, recebemos empresas, valorizamos colaboradores, nos relacionamos com a comunidade e contribuimos para o desenvolvimento do território.

É dessa visão que nasce o conceito que orienta nossa atuação: “Ser o Hotel do Sim!”

Ser o Hotel do Sim resume a hospitalidade no Terras Altas. Significa uma cultura preparada para ouvir, compreender necessidades, adaptar processos, buscar soluções e resolver as demandas dos clientes, famílias e organizações.

Hospitalidade é uma atividade essencialmente humana. Tecnologia, infraestrutura e eficiência operacional são fundamentais, mas não substituem a capacidade de perceber pessoas e transformar necessidades em experiências positivas.

No segmento corporativo, essa filosofia aparece na flexibilidade para adequar espaços, serviços e operações aos objetivos de cada evento. No lazer, manifesta-se no cuidado com famílias e casais que buscam descanso, convivência, natureza e boas memórias.

A sustentabilidade também precisa ser economicamente consistente. A hotelaria gera empregos, movimentando fornecedores, contrata serviços e estimula toda uma cadeia produtiva. Quando preservação ambiental, eficiência, qualidade da hospitalidade e resultado caminham juntos, ganham o empreendimento, o destino e a sociedade.

O mesmo princípio vale para a dimensão social. Não podemos falar em preservação da natureza sem falar em respeito às pessoas. Valorização profissional, igualdade de oportunidades, capacitação, segurança e bem-estar precisam fazer parte da mesma estratégia.

Por isso, sustentabilidade não pode ser apenas discurso ou ação pontual de marketing. Ela precisa estar incorporada aos propósitos da organização, à gestão.

Não existe hotel verdadeiramente sustentável se o hóspede não se sente acolhido, se o colaborador não é valorizado ou se o território perde qualidade ao redor do empreendimento.

Nosso desafio é continuar evoluindo: preservar melhor, operar com mais inteligência, incorporar tecnologia onde ela efetivamente agrega valor e criar experiências capazes de beneficiar hóspedes, empresas, colaboradores, comunidade e meio ambiente.

Queremos continuar dizendo sim à inovação, às pessoas, à natureza e ao desenvolvimento responsável.

Porque a excelência em hospitalidade não está somente naquilo que entregamos hoje, mas também naquilo que ajudamos a preservar e construir para quem virá depois de nós.

(*) Sócio proprietário do Terras Altas Resort & Convention Center e vice-presidente ABIH-SP Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Estado de São Paulo – ABIH-SP.

THOPEN SOLUÇÕES S.A.
CNPJ/MF nº 41.947.387/0001-75 - NIRE 35.300.596.111
ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA - EDITAL DE CONVOCAÇÃO
Ficam convocados os senhores acionistas da THOPEN SOLUÇÕES S.A. ("Companhia") para se reunirem em Assembleia Geral Extraordinária ("AGE"), a ser realizada, em primeira convocação, no dia 08 de setembro de 2026, às 13:30 horas, na sede social da Companhia, localizada na Avenida Rebouças nº 2728, 14º andar, sala 02, Edifício Waldyr Beira, Pinheiros, CEP 05402-500, na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, para deliberar sobre a seguinte ordem do dia: i. Ratificar o pedido de recuperação judicial da Companhia ajuizado pelos seus administradores em 07 de agosto de 2026, nos termos do artigo 122, inciso IX, da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976 e da Lei nº 11.101, de 9 de fevereiro de 2005, conforme alterada. Os acionistas poderão participar da AGE pessoalmente ou por meio de procurador devidamente constituído, observadas as disposições legais e estatutárias aplicáveis. Os documentos relacionados às matérias constantes da ordem do dia encontram-se à disposição dos acionistas na sede social da Companhia. A presença da totalidade dos acionistas tornará regular a instalação da AGE, independentemente das formalidades de convocação, nos termos do artigo 124, §4º, da Lei nº 6.404/1976 e do artigo 9º, §1º, do Estatuto Social da Companhia. São Paulo, 29 de agosto de 2026. **Scott George Mackin** - Presidente do Conselho de Administração.

THOPEN ENERGIA S.A.
CNPJ/MF nº 28.133.664/0001-48 - NIRE 35.300.528.646
ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA - EDITAL DE CONVOCAÇÃO
Ficam convocados os senhores acionistas da THOPEN ENERGIA S.A. ("Companhia") para se reunirem em Assembleia Geral Extraordinária ("AGE"), a ser realizada, em primeira convocação, no dia 08 de setembro de 2026, às 13:00 horas, na sede social da Companhia, localizada na Avenida Rebouças nº 2728, 14º andar, sala 01, Edifício Waldyr Beira, Pinheiros, CEP 05402-500, na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, para deliberar sobre a seguinte ordem do dia: i. Ratificar o pedido de recuperação judicial da Companhia ajuizado pelos seus administradores em 07 de agosto de 2026, nos termos do artigo 122, inciso IX, da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976 e da Lei nº 11.101, de 9 de fevereiro de 2005, conforme alterada. Os acionistas poderão participar da AGE pessoalmente ou por meio de procurador devidamente constituído, observadas as disposições legais e estatutárias aplicáveis. Os documentos relacionados às matérias constantes da ordem do dia encontram-se à disposição dos acionistas na sede social da Companhia. A presença da totalidade dos acionistas tornará regular a instalação da AGE, independentemente das formalidades de convocação, nos termos do artigo 124, §4º, da Lei nº 6.404/1976 e do artigo 9º, §1º, do Estatuto Social da Companhia. São Paulo, 29 de agosto de 2026. **SCOTT GEORGE MACKIN** - Presidente do Conselho de Administração.

A persistente assimetria de dados entre os mercados de Bolsa e Balcão

André Morino (*)

No mercado financeiro brasileiro, vivemos um cenário de importantes avanços regulatórios. Medidas como as Resoluções CVM 175 e CVM 135 trouxeram mudanças importantes, como a exigência de precificação de ativos de balcão e o aumento da transparência dos dados. No entanto, na prática, quando comparamos os mercados de bolsa e balcão, notamos que o acesso às informações ainda acontece de forma assimétrica, o que, considerando a complexidade dos ativos OTC (Over-The-Counter), resulta em um aumento significativo da dificuldade de precificação e, consequentemente, em um maior risco de liquidez para esses papéis.

Para entendermos melhor os impactos dessa realidade e como essa assimetria acontece, podemos destacar três diferenças principais entre bolsa e balcão. A primeira diz respeito à formação dos preços. Na bolsa, há um livro de ordens e um spread de compra e venda (bid-ask spread) visível, no qual o mercado dita o preço de forma centralizada. Já no mercado de balcão, o preço não está previamente estabelecido nem centralizado. O valor é definido na negociação direta entre os dealers e dependerá das informações que cada uma das partes possui sobre o ativo. Ou seja, a formação do preço depende das informações às quais os investidores têm acesso.

A segunda diferença diz respeito à centralização dos dados sobre as negociações realizadas. As operações do mercado de balcão são registradas, mas a granularidade das informações disponibilizadas ao público é limitada. Ou seja, os dados públicos normalmente são disponibilizados de forma consolidada, por volume diário e preço médio, com um dia de defasagem.

Se considerarmos ativos de crédito privado com poucas negociações, é possível passarmos semanas ou até meses sem que seja registrada nenhuma operação. Esse cenário cria uma dinâmica extremamente desafiadora para os modelos de precificação. Afinal, mesmo sem negócios registrados, esses papéis precisam ser precificados diariamente.

A terceira diferença — e talvez a mais subestimada — é também a maior virtude do mercado de balcão. Ela diz respeito à complexidade dos ativos e ao acesso aos seus eventos corporativos.

Para se ter uma ideia do desafio, considere a emissão de um CRA comum. O cálculo do preço exige o cadastro de até 50 parâmetros distintos, extraídos de um documento jurídico geralmente disponibilizado em PDF. Superada a barreira do cadastro inicial, novos desafios surgem. Toda essa parametrização não garante a precificação correta durante a vigência do ativo. Ao longo da vida do papel, podem ocorrer pagamentos extraordinários, repactuação de fluxos ou de remuneração, e até um evento de crédito do devedor. Cada um desses eventos precisa ser incorporado ao processo de precificação

— sob pena do ativo ser marcado a um valor errado.

E onde estão essas informações? Em documentos de assembleias de credores, muitas vezes publicados apenas no site da securitizadora ou do agente fiduciário, sem padronização, sem centralização, sem obrigação de formato.

Esse é o problema. Mas é também a razão do mercado de balcão existir. A mesma flexibilidade contratual que torna cada CRA um quebra-cabeça de precificação é o que permite personalizar a dívida de acordo com a necessidade do devedor. Um bônus padronizado, negociado em bolsa, não pode se adaptar ao fluxo de caixa de uma safra, à sazonalidade de um projeto de infraestrutura ou à estrutura de garantias de um devedor específico. Um ativo de balcão pode. E é exatamente essa capacidade de customização que justifica sua existência como classe de ativo.

O preço dessa flexibilidade, porém, é a opacidade operacional: cada personalização contratual é também uma nova fonte de informação dispersa, que precisa ser garimpada, interpretada e incorporada corretamente ao preço. Não há como ter uma coisa sem a outra.

Toda essa problemática possui algumas causas estruturais que precisam ser consideradas para melhorar o acesso aos dados no mercado de balcão. Entre elas, podemos destacar a necessidade de um repositório centralizado obrigatório para todos os eventos de crédito privado, além da padronização do formato e do timing de divulgação. Hoje, não há padronização e cada emissor ou agente fiduciário divulga as informações de uma forma, em um local e em um momento específico.

Soma-se a esse contexto estrutural o fato de algumas fontes de confirmação indispensáveis para a precificação ainda serem cobradas, o que cria uma barreira adicional de custos e contribui ainda mais para a ampliação dessa assimetria. Quando temos um ativo líquido, como os negociados no mercado de bolsa, todas as fontes convergem para um preço de referência bem estabelecido. Porém, o cenário muda quando falamos de ativos ilíquidos, especialmente em um ambiente marcado pela assimetria de informação.

Resumidamente, enquanto na bolsa o preço é um fato, no mercado de balcão o preço é resultado de um modelo. E, para ser eficiente, esse modelo depende, necessariamente, do acesso às informações. O horizonte ideal é que todos os dados brutos essenciais para o monitoramento e a precificação de ativos de balcão se tornem públicos, granulares e acessíveis a todos os participantes. É esse movimento que irá aumentar a liquidez e favorecer o avanço das negociações, tornando o mercado, efetivamente, mais seguro e transparente. É nessa direção que precisamos caminhar.

(*) Sócio e gerente de Market Data da LUZ Soluções Financeiras.

IA na medicina: novas regras reforçam responsabilidade e proteção de dados

“O médico deve empregar a IA exclusivamente como ferramenta de apoio”

As novas regras para o uso de inteligência artificial (IA) na medicina entraram em vigor no dia 26 de agosto e passam a estabelecer parâmetros para médicos, hospitais e demais instituições de saúde que utilizam a tecnologia. A Resolução nº 2.454/2026, do Conselho Federal de Medicina (CFM), determina que a IA deve funcionar como ferramenta de apoio, sem substituir a autonomia e o julgamento do médico, além de ampliar as exigências relacionadas à transparência e à proteção dos dados dos pacientes.

A regulamentação alcança diferentes aplicações da IA na área médica e estabelece critérios de governança, auditoria, monitoramento e avaliação de riscos. Na prática clínica, um dos principais pontos é a definição de que diagnósticos, prognósticos, prescrições e decisões terapêuticas continuam sob responsabilidade do profissional, mesmo quando sistemas automatizados participam da análise das informações.

Segundo Gustavo Clemente, especialista em Direito Médico e da Saúde, pós-graduado em Lei Geral de Proteção de Dados e sócio do Lara Martins Advogados, a norma deixa clara a posição da IA como instrumento auxiliar. “O médico deve empregar a IA exclusivamente como ferramenta de apoio, mantendo-se como responsável final pelas decisões clínicas, diagnósticas, terapêuticas e prognósticas. No plano ético-profissional, portanto, a responsabilidade permanece centrada no médico, independentemente do grau de sofisticação do sistema utilizado”, explica.

A resolução também prevê uma proteção ao profissional contra responsabilização indevida quando a falha for atribuível exclusivamente



ao sistema de IA, desde que fique comprovado que a ferramenta foi utilizada de maneira diligente, crítica e ética.

Para o especialista, entretanto, essa previsão não deve ser interpretada como uma blindagem automática. Em situações que envolvam danos ao paciente, a eventual responsabilidade civil dos diferentes participantes — médico, instituição de saúde e fornecedor da tecnologia — deverá ser analisada conforme as circunstâncias de cada caso e à luz da legislação aplicável. “A resolução define de forma inequívoca a responsabilidade ético-profissional do médico, mas não resolve toda a complexidade da responsabilidade civil envolvendo hospitais, clínicas e desenvolvedores dos sistemas. Essas situações deverão ser avaliadas caso a caso, considerando, entre outras normas, o Código Civil, o Código de Defesa do Consumidor e os contratos existentes entre as partes”, ressalta o advogado.

Outro ponto central da regulamentação é o tratamento de informações dos pacientes. Por serem considerados dados pessoais sensíveis pela Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), os dados de saúde devem receber proteção reforçada quando utilizados por ferramentas de inteligência artificial.

A resolução determina que o médico zele pela confidencialidade, integridade e segurança das informações e proíbe a utilização de sistemas que não ofereçam padrões mínimos de segurança compatíveis com dados sensíveis. O compartilhamento dessas informações com ferramentas de IA também deverá ocorrer apenas quando estritamente necessário e amparado por base legal adequada. “A eficiência ou o custo de uma ferramenta não são suficientes para justificar sua adoção. Médicos e instituições precisam avaliar se a tecnologia oferece segurança adequada para tratar dados de saúde”, afirma Clemente.

A norma também incorpora o conceito de privacy by design, pelo qual a proteção da privacidade deve estar presente desde a concepção e durante todo o ciclo de vida dos sistemas. Entre as medidas previstas estão mecanismos como anonimização e criptografia, além da proteção contra perda, alteração, acesso não autorizado e vazamento de informações. “A resolução não substitui a LGPD. Ela reforça e especifica seus cuidados dentro do ambiente clínico. A proteção dos dados precisa fazer parte do próprio desenho da tecnologia, e não ser acrescentada posteriormente”, destaca.

Paciente deverá ser informado sobre uso da IA
As novas regras também produzem efeitos diretos

na relação entre médico e paciente. Quando a IA for utilizada como apoio relevante no cuidado, diagnóstico ou tratamento, o paciente deverá receber informações claras e acessíveis sobre seu uso.

Além disso, a autonomia do paciente deve ser respeitada, inclusive diante da recusa informada da utilização da tecnologia. A norma também impede que o médico delegue à IA, sem a devida mediação humana, a comunicação de diagnósticos, prognósticos ou decisões terapêuticas. “O dever não se resume a dizer ao paciente que uma inteligência artificial está sendo utilizada. É preciso fornecer informação suficiente para que ele compreenda o papel daquela tecnologia no seu atendimento, seus limites e como ela participa do processo de decisão médica”, explica.

O uso da IA como apoio à decisão médica também deverá ser registrado no prontuário. Para Gustavo, a exigência aumenta a transparência e ganha importância jurídica porque permite reconstruir posteriormente o processo que levou a determinada conduta clínica.

Na avaliação do advogado, a nova regulamentação procura estabelecer uma fronteira entre inovação tecnológica e responsabilidade humana. “A IA pode auxiliar o médico, mas não pode assumir o lugar do profissional nas decisões críticas. A relação médico-paciente, a escuta, a empatia e a responsabilidade pela decisão clínica continuam sendo humanas”, conclui.

(Fonte: Gustavo Clemente: especialista em Direito Médico e da Saúde (EBRAD), pós-graduado em Administração Hospitalar (IPEP) e em Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) pelo Instituto Legale, sócio do Lara Martins Advogados).

Geração Z é maior vítima de tentativas de fraude de identidade

Volume de ocorrências entre a Geração Z cresceu 27,3% na comparação com o mesmo período de 2025. A expansão da vida financeira e digital dos mais jovens está criando também novos pontos de atenção para a proteção da identidade. No primeiro semestre de 2026, a Geração Z ultrapassou X, Millennials e Baby Boomers e passou a concentrar o maior volume de tentativas de fraude de identidade entre as gerações analisadas pelo Mapa da Fraude da Serasa Experian, primeira e maior datatech do Brasil e líder em soluções antifraude. Foram cerca de 505 mil ocorrências envolvendo esse público, alta de 27,3% em apenas um ano.

O movimento ajuda a desconstruir a percepção de que as tentativas de fraude de identidade estão associadas principalmente aos consumidores mais velhos. À medida que públicos mais jovens ampliam sua participação em jornadas como abertura de contas, solicitação de cartões, acesso

digitais, aumentam também os pontos de contato nos quais criminosos podem tentar utilizar identidades falsas ou dados de terceiros.

“Existe uma percepção de que as pessoas mais velhas são sempre o principal alvo das fraudes, mas os dados mostram que os criminosos direcionam suas tentativas para diferentes gerações, especialmente aquelas com maior atividade econômica e digital”, explica o Diretor de Autenticação e Prevenção a Fraude, Leandro Bartolassi. “No caso da Geração Z, a entrada no sistema financeiro, com a abertura das primeiras contas, o acesso ao crédito e a contratação de novos serviços, amplia as possibilidades de relacionamento com empresas, mas também cria novos pontos de atenção. Isso não significa que uma geração seja mais vulnerável, mas que os fraudadores acompanham os públicos e as jornadas com maior potencial de exploração”, completa.

Fraude avança entre diferentes gerações

Embora a Geração Z tenha apresentado o maior volume e o avanço mais expressivo entre os principais grupos geracionais, o crescimento não ficou restrito aos mais jovens. A Geração X aparece logo atrás, com aproximadamente 484 mil tentativas de fraude de identidade no semestre e alta de 19,5% em relação ao mesmo período de 2025. Entre os Millennials, foram cerca de 389 mil ocorrências, crescimento de 19,2%.

Para a datatech, o cenário reforça que idade, isoladamente, não determina a exposição às tentativas de fraude de identidade. Os criminosos acompanham a digitalização das jornadas e as oportunidades de exploração em diferentes momentos da vida do consumidor, o que amplia a importância de mecanismos de validação capazes de identificar inconsistências desde o primeiro contato entre uma pessoa e uma empresa.

Avaliações positivas influenciam 95% dos consumidores da geração Z no Brasil, aponta Akamai

Nova pesquisa da Akamai revela diferenças geracionais no comportamento durante compras online, incluindo como clientes jovens respondem à avaliação, ofertas e riscos de segurança

Consumidores brasileiros de todas as idades estão se comportando de formas diferentes no e-commerce. Clientes mais jovens dão mais importância a fatores como avaliações, e estão mais dispostos a relevar questões de segurança quando se deparam com ofertas ou incentivos por tempo limitado.

De acordo com um novo estudo da Akamai, 95% dos respondentes da geração Z (idades 18-30) dizem que avaliações positivas de outros consumidores influenciam suas decisões de compra, seguidos de 89% dos millennials. Estes resultados reforçam a importância dos indicadores digitais de confiança em moldar decisões de compra, especialmente entre clientes mais novos.

Ao mesmo tempo, o estudo revela uma lacuna geracional no comportamento em relação à segurança. Quando perguntados se eles já realizaram uma compra durante uma oferta relâmpago sem focar tanto na questão de segurança do site, 53% dos Millennials e 48% da geração Z concordaram, comparado com 37% da Gen X e 31% dos Baby Boomers.

O mesmo padrão aparece em relação a dados pessoais. 6 em 10 Millennials (60%) concordam totalmente que eles compartilhariam seus dados em troca de benefícios como descontos ou frete grátis. Em seguida, estão 50% da geração Z, 39% da geração Z e 28% dos Baby Boomers.

Indicadores digitais influenciam como diferentes gerações compram

Assim como avaliações positivas exercem uma influência, os canais digitais também têm um papel importante na jornada de compra dos mais jovens.

Comprar pelo celular é uma prática relevante entre consumidores de diferentes gerações. 44% dos respondentes da geração Z preferem comprar pelo celular nos sites de varejistas, marcas ou marketplaces, comparados com 40% dos respondentes em outros grupos de idade.

Estes resultados reforçam a importância de tratar a experiência web e mobile como uma parte



fundamental da jornada do consumidor, garantindo que a segurança esteja integrada à experiência e não seja uma barreira adicional à compra.

O que diferentes gerações estão comprando – e como elas pagam

Vestuário foi a categoria de produto mais popular entre as gerações. 57% da Gen X e 56% dos Baby Boomers compraram roupas no ano passado, comparado com cerca de 70% da geração Z e Millennials.

Produtos de beleza e higiene pessoal foram particularmente relevantes entre consumidores mais jovens. Quase 6 em 10 dos respondentes da geração Z e quase metade dos Millennials compraram esses produtos. Entretanto, eletrodomésticos e eletrônicos foram os mais populares entre Baby Boomers, com 38% e 34%, respectivamente.

Preferências de pagamento também variam entre gerações. O Pix foi o método de pagamento mais usado entre a geração Z, com cerca de 9 em 10 respondentes apontando seu uso. Cartões de crédito prevaleceram mais entre Baby Boomers (91%), seguidos pelos Millennials (86%) e Gen X (77%).

O terceiro método de pagamento mais usado foram os cartões de débito, apontados por 36% da Gen Z,

34% dos Millennials e 31% dos Baby Boomers.

Compradores mais jovens não são necessariamente mais preocupados com segurança

Os insights da pesquisa desafiam as suposições de que os mais jovens, que tendem a ser mais ativos online, são automaticamente mais conscientes sobre segurança digital.

Ao invés disso, o estudo aponta para uma possível lacuna entre comportamentos digitais que ajudam consumidores a tomar decisões de compra mais rápidas e as precauções de segurança que adotam ao longo da jornada. Avaliações, experiências mobile e ofertas promocionais podem reduzir fricção e trazer mais confiança. Entretanto, urgência e benefícios das ofertas também podem encorajar consumidores a tomar grandes riscos.

O cenário reforça um importante desafio para o comércio digital: marcas precisam equilibrar velocidade e conveniência com confiança e segurança, principalmente quando consumidores são pressionados a agir rapidamente.

Conforme o comércio digital evolui, entender diferenças geracionais pode ajudar varejistas a construir experiências que encontram os consumidores onde eles estão, garantindo que a segurança esteja integrada durante toda a jornada de transação digital.

ESPAÇO JURÍDICO



Giovanna Araujo (*)

O rótulo não absolve

Anthropic anunciou que todo texto produzido pelo Claude passará a carregar uma marca d'água invisível. A técnica, o SynthID, criada pelo Google DeepMind, embaralha a escolha das palavras segundo uma chave criptográfica: o leitor não percebe nada, mas um detector consegue estimar a probabilidade de que a IA tenha participado da redação. A justificativa é explícita: cumprir o AI Act europeu, cujo artigo 50 — em vigor desde 2 de agosto — exige que conteúdo sintético seja identificável como tal.

Repare no detalhe: a regra é europeia, mas a marca d'água vale para o mundo todo, inclusive para o Brasil, que segue sem lei de IA. É o Efeito Bruxelas em estado puro: quando manter versões diferentes por mercado custa mais do que adotar o padrão mais rígido, a norma da UE vira norma global — escrita em Bruxelas, implementada em São Francisco, aplicada em São Paulo.

A própria Anthropic, porém, admite os limites. A marca indica que o Claude participou do texto, não que o texto seja dele — nem que não seja de um humano. Reescritas profundas a apagam; textos curtos escapam. E houve preço: usuários cancelaram assinaturas, lendo a marca como vigilância. Transparência técnica identifica, mas não resolve — e nem sempre agrada.

Quem está descobrindo isso na prática é o TSE. Na convenção que lançou Flávio Bolsonaro à Presidência, o PL exibiu um vídeo em que imagem e voz de Jair Bolsonaro — em prisão domiciliar, proibido de se manifestar — apareciam recriadas por IA para endossar o filho. O vídeo trazia aviso de que era sintético. Não bastou: o PT acionou o TSE com base no art. 9-C da Resolução 23.755/2026, que veda

conteúdo sintético para favorecer ou prejudicar candidato, mesmo com autorização do retratado. No plenário virtual, a maioria acompanhava a ministra Estela Aranha: deepfake realista deve ser removido pelo que é, sem exigir prova de que enganou alguém — e o rótulo de IA não o salva. Um pedido de vista do presidente Kassio Nunes Marques suspendeu o julgamento, e os ministros já discutem consolidar um veto amplo antes de outubro.

Os dois episódios contam a mesma história: o rótulo não absolve. A transparência é o piso da governança de IA, não o teto. Saber que um conteúdo é sintético não responde à pergunta que importa — se ele deveria circular. A marca d'água diz “isto é IA”; cabe às instituições dizer “isto não pode”. São camadas distintas de governança: identificar é problema técnico; decidir o que é aceitável é escolha política — e nenhuma marca d'água faz essa escolha por nós. Empresas devem participar da regulação — e a Anthropic participa, implementando-a por conta própria no mundo inteiro —, mas quem define o que é dano não pode ser quem vende a tecnologia.

Para as empresas brasileiras, o recado é duplo. Primeiro: a transparência deixou de ser gesto voluntário. Quem usa IA para gerar conteúdo, sobretudo em comunicação e marketing, deve rotulá-lo desde já — a régua global subiu. Segundo: rotular não imuniza. Em ano eleitoral, com o TSE sinalizando tolerância zero, conteúdo sintético envolvendo pessoas reais é risco jurídico mesmo com aviso na tela. O aviso informa; não autoriza. Essa é a nova gramática da governança de IA — e ela já vigora, com ou sem lei brasileira.

(*) - Sócia do Araujo Advs - advogada especializada em Governança de Inteligência Artificial

Vender mais não significa vender melhor: varejo revê forma de medir resultado de promoções

Margem, giro de estoque, ticket médio e retorno sobre o investimento ganham espaço na avaliação de campanhas, que deixam de ser analisadas apenas pelo crescimento das vendas. Uma promoção aumenta as vendas de uma rede varejista em determinado período. A primeira vista, o resultado é positivo. Mas quanto desse crescimento efetivamente se transformou em ganho para o negócio? A margem foi preservada? O desconto concedido era necessário? Houve aumento no número de clientes ou apenas antecipação de compras que aconteceriam de qualquer maneira?

Questões como essas estão mudando a forma como o varejo planeja e avalia suas campanhas promocionais. Em um mercado mais competitivo, com consumidores expostos diariamente a ofertas em diferentes canais, olhar apenas

para faturamento ou volume vendido pode esconder o verdadeiro desempenho de uma ação.

Na avaliação da NL, empresa de tecnologia especializada em soluções de gestão e com atuação junto a grandes operações varejistas, esse movimento amplia o peso dos dados na gestão promocional. Além do histórico e da experiência das equipes, decisões sobre campanhas passam a considerar indicadores capazes de mostrar não apenas quanto uma ação vendeu, mas que resultado efetivamente trouxe ao negócio.

Quando mais vendas não significam mais resultado

Um dos pontos de atenção está justamente em associar o crescimento das vendas ao sucesso da campanha. Uma ação pode gerar maior volume vendido e, ainda assim, comprometer margem ou

oferecer descontos acima do necessário para estimular a compra. Por isso, indicadores como ticket médio, giro de estoque, rentabilidade por produto, conversão e retorno sobre o investimento ajudam a construir uma leitura mais precisa. Comparar as vendas antes, durante e depois da ação também permite identificar se houve crescimento consistente ou apenas concentração de compras no período promocional.

O desempenho por loja, produto e período é outro aspecto relevante. Em operações maiores, uma mesma campanha pode produzir resultados diferentes entre unidades, o que reforça a importância de análises mais detalhadas antes de replicar uma estratégia.

Dados transformam promoção em decisão de gestão

Essa mudança começa antes da campanha chegar ao consumidor. Em vez de definir uma mecânica, colocá-la em operação e avaliar somente depois o que aconteceu, o uso de dados permite simular cenários, validar regras e antecipar possíveis impactos.

Depois da execução, o histórico das campanhas pode orientar novas decisões, mostrando quais estratégias funcionaram melhor, em quais lojas, períodos ou categorias e com que efeito sobre margem, estoque e faturamento.

É dentro dessa lógica que a NL desenvolveu o NL Promoções, solução que integra planejamento, execução e análise das campanhas. A plataforma reúne recursos para criação e simulação de regras promocionais, fluxos de aprovação e acompanhamento de resultados, incluindo

comparações entre vendas com e sem promoção e entre lojas e campanhas.

A solução também automatiza regras como descontos, brindes, cupons, campanhas progressivas e restrições de acúmulo. Mais do que apoiar a execução das ofertas, esses recursos permitem que informações geradas a cada campanha sejam incorporadas às decisões seguintes.

Nesse cenário, a pergunta deixa de ser apenas qual promoção vendeu mais. Passa a importar também qual gerou margem, teve melhor desempenho em determinada loja, contribuiu para o giro de estoque e produziu retorno real para o negócio. A promoção deixa, assim, de ser uma ação comercial isolada para ocupar um espaço mais estratégico na gestão do varejo.



juststock_CANVA

MUDANÇA

A VITRINE DO E-COMMERCE AGORA TAMBÉM PRECISA CONVENCER A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

O caminho até uma compra está mudando, e isso começa antes mesmo do consumidor ver o produto.

Jeff Strauss (*)

Em algum lugar do Brasil, alguém pode estar pedindo ao assistente do celular para encontrar um par de tênis, um liquidificador ou talvez um carro. No intervalo entre o pedido e a resposta, dezenas de vitrines foram lidas e descartadas sem que um único olho humano passasse por elas, de modo que, quando o cliente enfim olha para a primeira foto, a parte mais decisiva da venda já ficou para trás.

Passei mais de três décadas trabalhando com imagens de produto e, durante todo esse tempo, o meu trabalho teve um único juiz, o olho humano, para quem a foto precisava estar certa. Agora existe um segundo juiz, que chega antes do primeiro e não se encanta com nada, porque os agentes de compra — aqueles assistentes que buscam, comparam e recomendam — leem o catálogo inteiro da loja antes de sugerir qualquer coisa, e o leem de um jeito que nenhuma pessoa jamais leu, tudo de uma vez, item por item, à procura de um padrão.

Já vi a fotografia de produto mudar mais de uma vez, do filme para o digital e de uma produção mais cuidadosa para uma produção em escala, e cada uma dessas mudanças mexeu na forma como a imagem era feita, tornando-a mais rápida, mais barata e possível em mais lugares. O que acontece agora, porém, é de outra natureza, porque não muda apenas como a imagem é produzida, mas para quem ela é produzida. Pela primeira vez, a foto do produto precisa ser lida por uma máquina antes de ser vista por uma pessoa, e essa máquina, em vez de se encantar, verifica.

Há aqui uma distinção que todo bom fotógrafo conhece na prática e que a maioria das conversas sobre IA insiste em ignorar: a de que deixar uma imagem bonita é uma coisa e deixá-la certa é outra, bem mais difícil. A geração por inteligência artificial ficou extraordinária em transformar uma foto ruim em uma foto agradável, só que agradável



Jeff Strauss

Quando as imagens não correspondem ao produto, ou quando cada foto obedece a um padrão diferente, a marca perde duas vezes: perde com o consumidor, que hesita diante da inconsistência e desconfia, e essa desconfiança tem preço no e-commerce, aparecendo tanto na conversão que não vem quanto na devolução que chega; e perde com o agente, que interpreta a bagunça como risco e deixa de recomendar.

Divulgação

não é o mesmo que fiel, e fazer uma imagem nota oito parecer dez continua sendo trabalho árduo justamente porque exige que ela siga contando a verdade sobre o produto — a cor real, a textura real, a proporção real —, que é exatamente aquilo que o agente de compra tenta checar ao varrer o seu catálogo.

Quando as imagens não correspondem ao produto, ou quando cada foto obedece a um padrão diferente, a marca perde duas vezes: perde com o consumidor, que hesita diante da inconsistência e desconfia, e essa desconfiança tem preço no e-commerce, aparecendo tanto na conversão que não vem quanto na devolução que chega, uma das formas mais rápidas de corroer margem; e perde com o agente, que interpreta a bagunça como risco e deixa de recomendar, de maneira que o cliente sequer fica sabendo que a sua loja existia, descartada num corredor que ela nem consegue enxergar.

Passei anos à frente de operações que produziram dezenas de milhões de imagens em dezenas de países, e o que aprendi ali é que o problema difícil nunca foi criar uma foto bonita, mas manter milhares delas consistentes e prontas na hora certa, porque pequenas ineficiências se multiplicam por categoria, campanha e mercado até criarem diferenças que comprometem a experiência de quem navega pelo catálogo. O custo de fazer cada imagem despencou; o que pesa agora é o custo do atraso e o da venda que escorre para o concorrente enquanto a produção corre atrás da janela de demanda.

Segundo o Photoroom Intelligence, 87% dos consumidores dizem que o visual do produto é o que mais decide a compra, mas 64% dos varejistas ainda tratam a IA como experimento à parte da operação. Não se trata de esperar que ela resolva tudo sozinha, porque quase todos hoje dispõem de ferramentas parecidas e, na minha experiência, a diferença está menos na adoção da tecnologia do que na forma como ela passa a fazer parte da operação e muda a maneira como o trabalho é organizado. Aplicada por cima de um processo bagunçado, a IA só expõe a bagunça em alta definição; integrada ao modo como a produção acontece, faz uma única imagem de origem render dezenas de versões fiéis, em canais diferentes, sem perder controle nem velocidade.

É por isso que o visual do produto passa a ser parte importante da operação do varejo, tão essencial quanto o estoque ou o preço, e o trabalho de quem cuida da imagem também muda, com menos produção manual repetitiva e mais definição de padrões e critérios em uma escala que nenhuma pessoa conseguiria acompanhar foto por foto. Isso não significa deixar a criatividade de lado, mas usá-la para tornar o produto mais claro e fácil de entender. Volto, então, à compra do começo. A vitrine continua precisando chamar a atenção do consumidor, mas agora também precisa ser clara e consistente para os sistemas que ajudam a decidir o que será mostrado a ele. Uma imagem bonita continua importando, mas precisa também ser fiel ao produto e consistente em diferentes canais, porque cada vez mais a decisão sobre o que será visto acontece antes mesmo do consumidor chegar à página do produto.

(*) Diretor de imagem da Photoroom, a plataforma de comércio visual baseada em IA utilizada por mais de 300 milhões de pessoas e 1 milhão de empresas, incluindo Decathlon, Door Dash, Depop e GoodBuy Gear. Anteriormente, ele ocupou cargos comerciais de alto escalão na Gap, na Amazon e na Wolt.



lucky336_CANVA