www.netjen.com.br
ISSN 2595-8410

Quinta-feira,
12 de novembro de 2026

Ano XXII - Nº 5.707

Empresas & Negócios

Connected Smart Cities 2026

A Cidade Center Norte participa do Connected Smart Cities (CSC) 2026, o maior evento de cidades inteligentes e mobilidade urbana do Brasil. Nos dias 17 e 18 de novembro, no Expo Center Norte, o "Palco Cidade Center Norte" reunirá especialistas de diferentes setores em oito painéis sobre temas como desenvolvimento urbano sustentável, resiliência climática, inovação, cidades do futuro e equidade (https://cidadecsc.com.br/).

Warchi_CANVA



Decreto do SAC já vale: sete passos para adequar a central de atendimento

Em vigor desde 2 de novembro, o Decreto nº 13.135/2026 exige atendimento humano todos os dias, canal eletrônico 24 horas e prazos mais curtos para resolver demandas. O descumprimento pode gerar sanções.

Octadesk_Magnific



As mudanças previstas no novo Decreto do Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), reforçam a necessidade de um atendimento mais ágil, acessível e integrado. As novas diretrizes estabelecem exigências relacionadas à disponibilidade dos canais, ao uso de inteligência artificial, ao atendimento humano e à resolução de demandas.

Para ajudar as empresas a se preparar, Paola Dias, Diretora Geral da Octadesk, plataforma de atendimento e relacionamento com clientes da LWSA, indica sete passos essenciais para adequar as operações às novas exigências e aprimorar a experiência do consumidor.

1 Revisão do Enquadramento da Operação

Ter certeza de que sua companhia atua nos setores diretamente impactados pelas regras que entraram em vigor no dia 2 de novembro. Entram nessa categoria operadoras de telefonia, de planos de saúde, empresas aéreas, de transporte individual (como cooperativas de taxi) e de entregas.

2 Adequação de Canais e Horários de Cobertura

Disponibilizar ao menos um canal eletrônico de SAC operando 24 horas por dia, 7 dias por semana, e garantir atendimento humano em tempo real das 8h às 20h (tanto no canal eletrônico quanto por telefone). No canal telefônico, a espera deve ser de até 20 segundos para 80% das chamadas e de no máximo 5 minutos para as demais.

3 Simplificação de Menus e Níveis de Navegação

Reestruturar os fluxos dos canais para limitar a navegação a no máximo 5 níveis

> "A tecnologia deve ser uma aliada para garantir disponibilidade, agilidade e continuidade nas interações sem perder de vista a necessidade de atendimento humano.

de atendimento, eliminando barreiras que dificultem a transferência para um atendente humano.

4 Preservação do Histórico e Contexto no Transbordo

Configurar os sistemas para transferir automaticamente os dados e o histórico da conversa quando o consumidor passar da IA/chatbot para o atendimento humano (ou mudar de canal), evitando que ele precise repetir informações.

5 Regras de Automação e Escalamento Humano

Ajustar a inteligência artificial para lidar com triagens e tarefas repetitivas, estabelecendo gatilhos claros de transferência para atendentes humanos em demandas complexas ou quando exigido pela norma.

6 Agilidade em Cancelamentos e Demandas Críticas

Facilitar o fluxo de cancelamento de serviços e implementar rotinas prioritárias para sanar cobranças indevidas ou serviços não solicitados, com conclusão das providências em até 48 horas.

7 Gestão de Registros e Métricas de Resolução

Adequar o armazenamento de dados (mensagens e áudios guardados por no mínimo 90 dias e histórico por 6 meses, com envio gratuito em até 5 dias úteis se solicitado) e substituir métricas meramente volumétricas pelo acompanhamento da taxa de resolução, tempo de conclusão e redução do retrabalho.

Mais do que atender às exigências regulatórias, a adequação ao novo decreto representa uma oportunidade para aprimorar a eficiência operacional e fortalecer o relacionamento com os consumidores. Para Paola Dias, Diretora Geral da Octadesk, plataforma de atendimento e relacionamento com clientes da LWSA, o principal desafio está em equilibrar automação e atendimento humanizado. "A tecnologia deve ser uma aliada para garantir disponibilidade, agilidade e continuidade nas interações, sem perder de vista a necessidade de atendimento humano. Quando inteligência artificial e equipes trabalham de forma integrada, é possível reduzir o retrabalho, preservar o histórico das conversas e acelerar a resolução das demandas", afirma a executiva.

Negócios em Pauta

AI/OAB



Evento gratuito sobre direitos das vítimas de golpes bancários e advocacia estratégica

A Comissão de Direito Civil e Processo Civil da OAB, subseção São Vicente, está com inscrição aberta para a segunda edição do Café com Direito. O evento acontece no próximo dia 24, das 9h às 12h, na Casa da Advocacia. A programação conta com a palestra "Golpes bancários: os bastidores jurídicos que o seu gerente não vai te contar". Nela, o advogado e professor Fabricio Posocco vai abordar, de forma realista, prática e sem filtros, a responsabilidade das instituições financeiras e os direitos dos consumidores diante de fraudes. Um tema atual e preocupante. O país tem em média quatro golpes registrados por minuto, segundo o Anuário Brasileiro de Segurança Pública. Os golpes mais comuns apontados no anuário são: clonagem ou troca de cartão de crédito, golpe do WhatsApp, golpe da falsa central bancária, golpe do Pix, golpe do uso indevido de CPF via SMS e golpe do leilão ou da loja falsa (https://www.sympla.com.br/evento/cafe-com-direito-civil-e-processual-civil-2-edicao/3641441).

Leia a coluna completa na página 3

News@TI

SvetaZi_CANVA



Cisco está com inscrições abertas para cursos gratuitos em TI

@O Cisco Networking Academy, programa de educação e empregabilidade da Cisco, abriu as inscrições para a terceira edição do Missão Transformação Digital. Destinada a participantes de toda a América Latina, a iniciativa oferece sete cursos gratuitos e online em alfabetização digital, inteligência artificial (IA) e inglês para TI, com foco no desenvolvimento de competências e na ampliação de oportunidades na economia digital. No Brasil, a expectativa é mobilizar as mais de 650 academias mantidas por meio de parcerias no país e valorizar as instituições de ensino participantes. Os cursos são introdutórios, duram de 6 a 20 horas e podem ser feitos no ritmo de cada aluno. Para receber o certificado e o selo digital de conclusão, que destacam competências no currículo e nas redes sociais, é preciso obter ao menos 70% no exame final e responder à pesquisa de satisfação (https://community.cisco.com/t5/netacad-blog/miss%C3%A3o-transforma%C3%A7%C3%A3o-digital-cisco-netacad-latam2026-inscri%C3%A7%C3%A3o/ba-p/5575429).

Leia a coluna completa na página 2

ICMS-ST e reforma tributária: a dimensão da exclusão pode alterar o custo fiscal do comércio

A retirada do ICMS da base do IBS e da CBS exige atenção ao imposto incidente sobre a operação do revendedor e ao valor recolhido antecipadamente pelo fornecedor.

Por que o conhecimento científico nem sempre se transforma em inovação para o mercado?

A ciência avança, empresas enfrentam problemas e o mercado demanda novas soluções. Mas essas três realidades nem sempre se encontram.

Shadow AI: empresas precisam governar o uso de IA, não apenas bloquear ferramentas

Para especialista da Bridge & Co., restringir o acesso pode empurrar a adoção para ambientes sem controle; o desafio é criar uma estrutura que proteja dados e, ao mesmo tempo, permita escalar o uso da tecnologia.

Fim da escala 6x1: a nova jornada chega aos contratos

Toda semana, em milhares de obras, galpões, hospitais e centrais de atendimento, alguém fez uma conta simples: quantas horas de trabalho cabem em um mês, quanto custa cada uma e por quanto vender o resultado. Essa conta foi feita sobre 44 horas semanais.

Para informações sobre o
MERCADO FINANCEIRO
faça a leitura do
QR Code com seu celular

Automóveis



OPINIÃO

IA Física: Quando a Inteligência Artificial sai da tela e entra na fábrica

Elizete Marson (*)

Falar em Inteligência Artificial (IA) já significou pensar em algo essencialmente digital.

Algoritmos analisando dados, sistemas recomendando decisões, assistentes respondendo perguntas. Essa fronteira está mudando. A IA começa a ganhar olhos, sensores e, em alguns casos, braços e rodas. É o avanço da chamada IA Física, que combina IA, visão computacional, sensores, automação e robótica para interpretar o ambiente e agir sobre ele. Para a indústria, essa evolução é especialmente relevante porque leva a inteligência para onde boa parte do valor é efetivamente produzido: fábricas, centros de distribuição, linhas de montagem e outros ambientes operacionais.

Os números ajudam a dimensionar essa transformação. O estoque mundial de robôs industriais ultrapassou 5 milhões de unidades em 2025, mais que o dobro do registrado sete anos antes. A novidade, porém, não está apenas na quantidade de máquinas. A integração da IA à robótica aumenta autonomia, eficiência e capacidade de adaptação. Por sua vez, o Fórum Econômico Mundial descreve movimento semelhante, com avanços em IA, sistemas de visão e hardware que estão permitindo que máquinas deixem de apenas repetir movimentos previamente programados, passando a perceber o ambiente, aprendendo e responder a situações mais complexas.

A inspeção de qualidade é, possivelmente, uma das aplicações mais fáceis de visualizar o valor da IA na indústria. Imagine uma peça percorrendo uma linha de produção enquanto câmeras analisam seus diferentes ângulos. A IA pode identificar uma ranhura, uma quebra ou outra anomalia, classificar o problema e indicar se a peça deve ser reparada ou retirada da produção. O mesmo princípio vale para uma infinidade de setores. Pode ser uma peça automotiva, um móvel, uma embalagem, um alimento ou um produto de consumo. A visão computacional transforma cada imagem em dado e cada dado em uma oportunidade de agir antes que uma falha avance pela cadeia. Na prática, qualidade deixa de depender apenas de inspeções pontuais e passa a ser acompanhada continuamente.

Há resultados concretos nessa direção: em uma operação automotiva analisada por um estudo, a combinação de machine learning, visão computacional e controles avançados contribuiu para reduzir em mais de 30% a taxa de defeitos e elevar em 27% a produtividade do trabalho. Outro levantamento vai além e indica que apenas o mercado de robôs pode atingir os US$ 5 trilhões até 2050. Um grande salto em relação aos US$ 38 bilhões investidos até aqui em 2026 no setor.

Esse raciocínio vai muito além do controle de qualidade. Câmeras e sensores associados à IA podem identificar situações de risco, verificar a presença de pessoas em áreas restritas, detectar objetos em posições inadequadas e gerar alertas antes que um incidente aconteça. Na logística, máquinas podem adaptar movimentos e rotas às condições do ambiente. Na manutenção, modelos podem analisar dados dos equipamentos para antecipar falhas. Em empresas de bens de consumo, alimentos, automotivas, siderúrgicas ou aeronáuticas, as aplicações mudam, mas existe uma lógica comum que é utilizar a IA para enxergar padrões que escapam à observação contínua das pessoas, e transformar essa percepção em decisões mais rápidas. Não por acaso, logística, manufatura e outras atividades operacionais estão entre as áreas nas quais essa integração entre IA e robótica avança.

Existe ainda uma segunda camada de produtividade menos visível, porém igualmente importante. Uma indústria moderna também é uma grande operação de software. Sistemas de gestão, plataformas de vendas, aplicações internas e integrações fazem parte do funcionamento diário de empresas que, à primeira vista, não seriam classificadas como companhias digitais. A IA começa a encurtar também esse ciclo, apoiando documentação, desenvolvimento, testes, manutenção e suporte de aplicações. Isso significa que o ganho industrial não virá apenas de robôs mais inteligentes no chão de fábrica, mas da combinação entre operações físicas e sistemas digitais cada vez mais automatizados e autônomos.

Contudo, existe uma condição importante para que tudo isso funcione e que se chama governança. Já vimos fenômeno semelhante em outros ciclos tecnológicos. Primeiro vieram planilhas e aplicações criadas isoladamente pelas áreas de negócio. Depois, automações e RPAs se multiplicaram sem que as companhias necessariamente soubessem quantos existiam, quem era responsável por eles ou o que aconteceria quando seu criador deixasse a organização. Agora o risco se repete com a IA e os agentes inteligentes. A facilidade de criar soluções pode produzir ganhos rápidos, mas também uma nova camada de sistemas sem controle. Na indústria, onde uma decisão automatizada pode interferir em equipamentos, produtos, processos e pessoas, governança, segurança, rastreabilidade e supervisão humana precisam nascer junto com a tecnologia.

Por isso, a discussão sobre IA industrial precisa ir além da pergunta sobre quantos postos serão automatizados. O ponto mais interessante está em descobrir quanto mais uma empresa consegue produzir, com que qualidade, segurança e eficiência, quando pessoas e máquinas passam a trabalhar de maneira complementar. A tecnologia pode assumir inspeções repetitivas, monitorar milhares de variáveis simultaneamente e antecipar anomalias, enquanto profissionais concentram atenção em decisões, exceções e melhorias do processo. O desafio passa também pela formação dessas pessoas. Ou seja, escalar a IA Física exige qualificação da força de trabalho e novas funções relacionadas à supervisão de robôs, treinamento de sistemas e otimização das operações.

Para uma indústria que busca produtividade e competitividade, essa é a mudança mais relevante. A IA deixa de ser apenas uma ferramenta capaz de produzir textos, imagens ou respostas e começa a participar diretamente da produção, da inspeção, da movimentação e da tomada de decisões no mundo físico. Há sim um longo caminho entre pilotos e adoção em escala, e nem toda operação precisa de um robô humanoide ou da tecnologia mais sofisticada disponível. Muitas vezes, o maior retorno estará em resolver um problema específico de qualidade, segurança ou eficiência.

É justamente aí que se vê o maior potencial da IA industrial: menos fascínio pela tecnologia em si e mais atenção àquilo que ela consegue enxergar, prevenir e melhorar. Quando isso acontece, IA deixa de ser promessa e passa a ser produtividade.

(*) Business Director da GFT Technologies no Brasil.

Restos de foguete chinês caem em fazenda

Um foguete Zhuque-2E, lançado pela China em 15 de setembro, colocou em órbita 10 satélites da rede de comunicações Qianfan, considerada a equivalente chinesa da constelação Starlink, da SpaceX.

Vivaldo José Breternitz (*)

6381380_CANVA



Desde 2024, a China já lançou 258 satélites Qianfan, avançando rumo à formação de uma constelação que terá inicialmente 1.296 satélites; em uma etapa posterior, o projeto prevê uma expansão para mais de 15 mil unidades.

O Zhuque-2E liberou os 10 satélites em uma órbita a cerca de 900 quilômetros de altitude, aproximadamente meia hora após a decolagem. Em seguida, o foguete iniciou uma série de manobras destinadas a fazer com que o mesmo reentrasse na atmosfera da Terra, quando o atrito iria destruí-lo e eventuais destroços cairiam no mar.

Essa prática é considerada normal, voltada à redução da produção de detritos que permaneceriam em órbita, podendo gerar problemas para outros satélites.

A China, no entanto, tem sido criticada por não estar conseguido garantir que seus foguetes sejam destruídos de forma segura: e uma parte do foguete lançado em 15 de setembro caiu em uma fazenda do estado de Minnesota. O que causa preocupação é o tamanho do destroço, uma peça circular de cerca de 3,5 metros de diâmetro, que se caísse sobre uma região habitada poderia ter provocado uma tragédia.

Esse assunto deve ser objeto de preocupações, pois além dos satélites da Qianfan, a Starlink já lançou cerca de 13 mil satélites e a Amazon cerca de 300, no âmbito de seu projeto Kuiper, tudo isso além de satélites de diversos tipos lançados por outras organizações e países.

Os dados disponíveis indicam que estão em órbita e ativos cerca de 17 mil satélites, além de um número não conhecido de satélites que embora em órbita não estão operando.

Levando-se em conta que mais foguetes estão sendo lançados colocando mais satélites em órbita e os que já estão no espaço provavelmente voltarão à Terra, a possibilidade de acidentes graves está presente.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor, diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas e pesquisador colaborador da Faculdade de Medicina de Jundiaí – vjnitz@gmail.com.

NEWS@TI

RICARDOSOUZA@NETJEN.COM.BR

Tecnologia contra crimes financeiros

@As fraudes financeiras e a lavagem de dinheiro podem até não ser novidade, mas as formas de praticar esses crimes estão cada vez mais atuais e sofisticadas. Para os bancos, fintechs e outras instituições financeiras, acompanhar as movimentações suspeitas e identificar possíveis irregularidades exige analisar um volume enorme de informações, muitas vezes em tempo real. É nesse trabalho que a inteligência artificial pode fazer a diferença. O assunto estará entre as discussões dos congressos de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento do Terrorismo (PLD/FT) e de Gestão de Riscos da Febraban, realizados nos dias 17 e 18 de novembro. Uma das empresas presentes será a FIRA, RegTech brasileira especializada em prevenção à lavagem de dinheiro, monitoramento de operações e gestão de riscos. A empresa apresentará uma nova solução que reúne ferramentas de gestão de fraudes e prevenção à lavagem de dinheiro, desenvolvida para atender bancos, fintechs, instituições de pagamento e empresas de benefícios (https://febrabantech.febraban.org.br/pldft-grisc/).

Linhas 8-Diamante e 9-Esmeralda reduzem falhas graves com uso de Inteligência Artificial

@Identificar problemas na infraestrutura antes que eles se agravem é fundamental para manter os trens em circulação e oferecer mais confiabilidade aos clientes. Com esse objetivo, as linhas 8-Diamante e 9-Esmeralda, da concessionária ViaMobilidade, administrada pela plataforma de Trilhos da Motiva, utilizam inteligência artificial (IA) para monitorar a rede aérea e antecipar a identificação de falhas. Um ano após a implantação da ferramenta Pandas-V, em setembro de 2025, a tecnologia contribuiu para reduzir em 30% a quantidade de falhas graves nas duas linhas, com um ganho operacional estimado em R$ 900 mil. A iniciativa, que é inédita no segmento ferroviário nacional, também contribuiu para reduzir em 30% os custos relacionados à manutenção e à aquisição de pantógrafos, equipamentos instalados nos trens que fazem contato com a rede aérea para captar a energia elétrica necessária à circulação. A economia nessa frente foi de R$ 650 mil, segundo dados da operação.

Inteliserver impulsiona a relevância dos servidores nacionais na modernização da TI

@Uma marca genuinamente brasileira começa a ganhar protagonismo no segmento nacional de servidores. Em um mercado historicamente dominado por fabricantes multinacionais, a Positivo Tecnologia, por meio da Positivo Servers & Solutions, unidade especializada em servidores de dados e de inteligência artificial, storages e infraestrutura de TI, reforça, com o Inteliserver R2000 G10, a importância da fabricação local como alternativa para empresas que buscam modernizar a infraestrutura de TI com eficiência operacional, previsibilidade de custos e redução do custo total de propriedade (TCO). De acordo com o IDC Worldwide Quarterly Server Tracker (Q2 2026), o mercado brasileiro de servidores x86 segue em expansão, impulsionado por workloads de inteligência artificial (IA), hyperscalers e consolidação de data centers. O segmento Rack 2P 2U continua sendo o mais relevante, com cerca de 43% das unidades vendidas e 57% da receita total do mercado. É nessa categoria que se posiciona o Inteliserver R2000 G10, desenvolvido para oferecer capacidade de processamento, escalabilidade e competitividade de preço a organizações de diferentes portes (https://www.positivoempresas.com.br/servidores/positivo-inteliserver-r2000-g10/).

IA treinadora para desenvolver competências no dia a dia de trabalho das empresas

@A Afferolab, empresa de educação corporativa do grupo House of Brains (HOB), acaba de lançar uma solução de Inteligência Artificial treinadora para apoiar o desenvolvimento de competências profissionais no dia a dia de trabalho. Denominada Inteligência Afferolab IA, a ferramenta utiliza conversas, simulações e atividades práticas para apoiar a aprendizagem no cotidiano das empresas. O seu diferencial é a aproximação do desenvolvimento de competências das situações enfrentadas pelos profissionais em sua rotina. Em vez de depender exclusivamente de cursos e treinamentos formais, os usuários podem interagir com a IA para praticar habilidades, refletir sobre desafios reais e receber orientações e conteúdos de aprendizagem de acordo com suas necessidades (https://afferolab.com.br/).

Grupo EASE lança calculadora para simular IBS e CBS em contratos de locação de shopping centers

@O Grupo EASE lançou uma calculadora de precificação no E.net, seu sistema de gestão empresarial (ERP) desenvolvido especificamente para shopping centers. A ferramenta simula a aplicação do Imposto sobre Bens e Serviços (IBS) e da Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS) nas operações de locação, apoiando os gestores na análise da cobrança e do repasse dos tributos no contexto da Reforma Tributária. O E.net integra informações de diferentes áreas do empreendimento e permite gerenciar processos administrativos, financeiros e operacionais. A calculadora compara o cenário tributário atual com projeções baseadas nas novas regras, considerando os valores praticados, os impostos aplicáveis e a classificação tributária do empreendimento. Com esses dados, o sistema estima os reflexos sobre o preço final cobrado e apresenta o resultado líquido projetado para cada contrato. Na prática, o gestor pode identificar a parcela do valor recebido destinada aos impostos e avaliar como as mudanças na cobrança dos tributos afetam o resultado financeiro de cada contrato.

Atlas leva esteira de investimentos para blockchain pública

@A Atlas, plataforma global de infraestrutura financeira voltada aos mercados privados, colocou em produção a esteira que passa a registrar a titularidade de ativos regulados em blockchain pública, a XRP Ledger. A operação inaugural do trilho é um CR de cerca de R$ 10 milhões, distribuído sob a Resolução CVM 88. Cada investidor recebe uma carteira individual, criada automaticamente, e sua posição passa a existir como token na XRP Ledger. O registro on-chain não substitui a estrutura regulada da oferta nem altera os direitos do investidor. Ele funciona como uma camada adicional e verificável da posição individual. A novidade está na infraestrutura criada pela Atlas: uma vez colocada em produção, a mesma esteira poderá ser utilizada em novas emissões, sem que a arquitetura tecnológica precise ser reconstruída a cada operação.

Empresas & Negócios

José Hamilton Mancuso (1936/2017) | **Laurinda Machado Lobato (1941-2021)** | **José Leonil Lobato (1939-2026)**

Responsável: **Lilian Mancuso**

Editorias
Economia: Nelson Tucci (nelson.tucci@netjen.com.br)
Mercado/Negócios/Tecnologia/Agronegócios/
Espaço empresarial: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br);
Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.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.

Campeão Climático da COP31 desafia o desperdício de alimentos

Iniciativa visa transformar o descarte de um bilhão de refeições/dia

Com cerca de um bilhão de refeições desperdiçadas por famílias todos os dias, o Campeão de Alto Nível para o Clima da COP31, Samed Agırbas, lançou na abertura da conferência o Desafio #OneBillion, uma iniciativa global para chamar atenção e reduzir o desperdício de alimentos por meio de um chamado coletivo por ações práticas. O desafio visa mobilizar pessoas e organizações ao redor do mundo para prevenir e reduzir o desperdício de alimentos, compartilhar soluções e acelerar o progresso rumo à meta de reduzir o desperdício de alimentos pela metade até 2030.



rimmabondarenko_CANVA

"Um bilhão de refeições são desperdiçadas todos os dias. Que esse número inspire um bilhão de pessoas e organizações a agir", afirmou Samed Agırbas, Líder de Alto Nível para o Clima da COP31 e presidente da Fundação Desperdício Zero (*Zero Waste Foundation*). "Já possuímos o conhecimento e muitas das soluções. O que precisamos agora é reunir tudo isso e agir em uma escala muito maior", aduziu.

Com o apoio da Zero Waste Foundation, o desafio #OneBillion oferece uma plataforma compartilhada para que famílias, empresas, serviços de alimentação, cidades, organizações e comunidades se comprometam a reduzir o desperdício de alimentos, adotem medidas práticas, mensurem seu progresso e compartilhem soluções que possam ser replicadas e ampliadas.

A urgência é evidente: o Relatório do Índice de Desperdício de Alimentos de 2024, do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), estima que 1,05 bilhão de toneladas de alimentos foram desperdiçadas globalmente em 2022 — o equivalente a cerca de 19% dos alimentos disponíveis para os consumidores. Somente as residências desperdiçam, todos os dias, pelo menos um bilhão de refeições compostas por alimentos próprios para o consumo; ao mesmo tempo, a perda e o desperdício de alimentos são responsáveispor cerca de 8% a 10% das emissões globais de gases de efeito estufa.

"Isso implica, também, o desperdício de uma série de recursos, como água e energia, que são utilizados na produção dos alimentos descartados, contribuindo para o esgotamento de recursos naturais e aumento das emissões de gases de efeito estufa, principalmente o metano, um poluente climático de vida curta muito mais potente do que o CO_2. Portanto, reduzir o desperdício de alimentos representa uma oportunidade prática e com efeitos imediatos para fortalecer a segurança alimentar, conservar recursos e promover a ação climática", avalia Carlos Silva Filho, único brasileiro nomeado assessor especial do Campeão de Alto Nível para o Clima da COP31 (Climate High-Level Champion), atuando especificamente nas áreas de desperdício Zero, economia circular e desenvolvimento sustentável.

O desafio #OneBillion convida governos, empresas, agricultores, serviços de alimentação, cidades, sociedade civil, jovens e famílias de toda parte a participar. Os participantes são incentivados a identificar onde ocorre o desperdício de alimentos, assumir um compromisso claro, adotar medidas práticas, mensurar o progresso, e compartilhar seus resultados e experiências.

Brasil recupera 1% dos resíduos orgânicos

Cerca de 45% dos resíduos sólidos urbanos coletados nas cidades brasileiras correspondem à matéria orgânica, o equivalente a pouco mais de 35 milhões de toneladas por ano, segundo levantamento da S2F Partners, consultoria internacional especializada em gestão de resíduos e economia circular. Apesar de representar mais da metade do lixo gerado nas residências brasileiras, cerca de 1% desse material é efetivamente recuperado, revelando um enorme potencial ambiental, econômico, social e climático ainda inexplorado no país.

"Os resíduos orgânicos representam cerca da metade de tudo o que é descartado em nossas casas. Ao trazer foco para o tema, é possível atuar em todos os níveis, começando por incentivar a redução do desperdício de alimentos, promover a separação e viabilizar a reciclagem de um volume relevante dos materiais descartados. Além do que contribuem para diminuir as emissões de gases de efeito estufa, especialmente o metano, na decomposição", acrescenta Silva Filho, também sócio da S2F Partners e membro do Conselho Consultivo do Secretário-Geral das Nações Unidas para temas de resíduos.

Segundo estimativas da S2F Partners, a recuperação da matéria orgânica poderia reduzir emissões equivalentes à retirada de 7 milhões de automóveis das ruas, trazendo benefícios diretos para a saúde de 76 milhões de pessoas.

Destination Wedding na Ilha do Mel: quando a excelência começa muito antes do "sim"

Fábio Luporini (*)

Quem escolhe se casar na Ilha do Mel transforma a celebração em uma experiência singular, em um cenário paradisíaco e envolto na natureza. A paisagem natural, o som do mar e a atmosfera de tranquilidade criam o ambiente ideal para celebrar uma história de amor. Mas, por trás da beleza desse destino, existe um desafio que nem sempre aparece nos registros de foto e vídeo: fazer com que cada detalhe funcione com precisão. Em um Destination Wedding, especialmente em uma ilha, a excelência não depende apenas do cenário, mas da qualidade do planejamento e da experiência dos profissionais envolvidos.

Como celebrante de casamentos especialista em Destination Wedding – já celebrei em lugares como Búzios, Bento Gonçalves, Gramado e em diversos pontos da Itália –, sei que um dos principais erros de quem organiza um casamento fora de sua cidade é acreditar que basta contratar bons fornecedores para garantir o sucesso do evento. A qualidade individual é indispensável, mas precisa estar acompanhada de integração, comunicação e conhecimento das particularidades do destino.

Na Ilha do Mel, a logística exige atenção especial. O deslocamento de convidados e fornecedores, a organização dos horários, o transporte de materiais, as condições climáticas e os imprevistos precisam ser considerados desde o início. Não há espaço para improvisos que poderiam ter sido evitadas com planejamento. Quando vou celebrar em destinos com esse tipo de particularidade, programo a chegada com antecedência, pelo menos no dia anterior, além de conferir horários de travessia, condições de trânsito e outras especificidades.

É nesse contexto que a escolha do celebrante ganha uma dimensão ainda mais importante. Porque meu papel vai muito além de conduzir a cerimônia e contar a história do casal. Um profissional especializado em Destination Wedding compreende que a celebração faz parte de uma experiência maior e precisa estar alinhada ao planejamento de todo o evento.

A experiência também se revela na capacidade de transformar imprevistos em soluções. Isso significa não comprometer a essência da celebração se o tempo mudar e a chuva obrigar acionar o plano B. É manter a fluidez da cerimônia, contanto a história do casal com leveza.

A organização é fundamental nesse aspecto: quanto mais eficiente for o planejamento, mais liberdade o casal terá para viver a experiência. Os noivos não devem estar preocupados com atrasos, falhas de comunicação ou dificuldades operacionais. Precisam estar presentes, emocionados e conectados à própria história. O trabalho de excelência é justamente aquele que permite que tudo pareça natural, mesmo quando existe uma estrutura cuidadosa sustentando cada etapa.

Há, ainda, uma responsabilidade que não pode ser ignorada: a sustentabilidade. Por ser um ambiente insular de grande valor ambiental, a Ilha do Mel exige respeito às suas características naturais e atenção aos impactos provocados pela realização de eventos. Escolher fornecedores conscientes, reduzir resíduos, evitar desperdícios e respeitar as orientações locais são atitudes que ajudam a preservar o cenário que torna esse destino tão especial. Celebrar o amor também significa cuidar do lugar escolhido para essa celebração.

Na Ilha do Mel, onde a natureza impõe particularidades que precisam ser respeitadas, um casamento de excelência é quando experiência e planejamento deixam de ser diferenciais e se tornam requisitos fundamentais. Afinal, o casal escolhe o destino para viver uma história inesquecível e merece encontrar profissionais preparados.

(*) Fábio Luporini é celebrante de casamentos.

MUNDO ESG

nelson.tucci@netjen.com.br

www.netjen.com.br

Canetas/Disseminação

A proporção de lares brasileiros com pelo menos uma pessoa usando medicamentos GLP-1 (popularmente, as canetas emagrecedoras) passou de 2,4% em março para 7,5% em setembro e outubro últimos, segundo a Worldpanel by Numerator. O resultado é mais que o triplo da participação de março e equivale a mais de 4,5 milhões de domicílios. O tema chega ao Brasil com um nível de conhecimento sem paralelo na região: 76% dos lares e compradores brasileiros conhecem os medicamentos GLP-1, ante 70% em 2025, e o índice chega a 95% na classe A/B. Na América Latina, o conhecimento é de 33%, sendo 7 pontos percentuais acima do ano anterior. O movimento ocorre em um contexto de busca por saudabilidade: mais de 70 milhões de domicílios latino-americanos procuram uma vida mais saudável, e o peso é uma das principais preocupações dos usuários de GLP-1 (59%, ante 42% no total da população).

Protagonismo Negro

Mostra "Raízes, Talentos e o Protagonismo Negro" abre no sábado, dia 14, no Mercadão de Coqueiros - Florianópolis. Em novembro, mês da Consciência Negra, a artista Daisy Américo apresenta uma exposição que coloca em evidência a contribuição da população negra para a história, a cultura e a produção de conhecimento no Brasil. A mostra terá oito obras em tela e a exposição tem como proposta valorizar a cultura negra e as heranças africanas, destacando personalidades negras de diferentes áreas, especialmente da literatura e da ciência. Até o dia 5 de dezembro estará aberta à visitação, em Coqueiros, na Avenida Engenheiro Max de Souza, 843, ao lado do Parque de Coqueiros.

Mulheres/Violência

O Brasil registrou, em 2025, 1.571 feminicídios, o maior número desde o início da série histórica. O dado, divulgado na 20ª edição do Anuário Brasileiro de Segurança Pública, reforça a urgência de ações permanentes para prevenir e combater a violência contra mulheres e meninas. Diante desse cenário, o Grupo Mulheres do Brasil realizará, no dia 29 de novembro, a 9ª Caminhada pelo Fim da Violência contra Mulheres e Meninas, mobilização que acontece simultaneamente em diversas cidades brasileiras, entre elas Brasília, Fortaleza, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Niterói, Macapá, Belém, Curitiba e Florianópolis, além de cidades no exterior, como Nova York, Düsseldorf, Londres, Milão e Lisboa. Em São Paulo, a concentração será na Avenida Paulista, 2.424, a partir das 9h, reunindo mulheres, homens, famílias, organizações da sociedade civil, empresas, instituições e representantes do poder público em defesa de uma sociedade livre da violência de gênero.

Mulheres – II

Os números que justificam a mobilização: 1.571 mulheres foram vítimas de feminicídio no Brasil em 2025; 62,5% dos feminicídios ocorreram dentro da residência da vítima, 65,1% das vítimas de feminicídio eram mulheres negras, 84.388 casos de estupro e estupro de vulnerável foram registrados em 2025 e 77% das vítimas de estupro e estupro de vulnerável tinham menos de 14 anos. Os dados mostram que a violência acontece, muitas vezes, dentro de relações de proximidade e confiança. Em 2025, 60,9% dos autores de feminicídio eram parceiros íntimos das vítimas e 18,9% eram ex-parceiros. No caso da violência sexual contra meninas de até 13 anos, 59,2% dos autores eram familiares e 36,9% eram pessoas conhecidas. "A violência não começa com o grito. Começa com controle disfarçado de cuidado. Com a diminuição constante. Com a manipulação emocional que corrói a identidade antes de qualquer marca visível", alerta Luiza Helena Trajano, presidente do Grupo Mulheres do Brasil. https://grupomulheresdobrasil.org.br/combate-a-violencia/conscientizacao-e-prevencao/caminhada/



OpenFX Ventures

Os *founders* brasileiros e latino-americanos que estão construindo a nova geração da infraestrutura de pagamentos transfronteiriços passam a contar com uma nova fonte de capital global. A OpenFX, empresa de infraestrutura de pagamentos internacionais que processa mais de US$ 45 bilhões em volume anualizado de transações, anunciou o lançamento da OpenFX Ventures. O novo braço de investimentos vai se associar a startups em estágio inicial (*early-stage*) na América Latina, Estados Unidos, Europa e Ásia-Pacífico. O lançamento ocorre em um momento em que a captação de recursos se tornou mais desafiadora. "A maior parte do dinheiro do mundo ainda circula em sistemas criados antes da internet, e as empresas que vão modernizá-los estão enfrentando mais dificuldades para levantar recursos", afirma Prabhakar Reddy, fundador e CEO da OpenFX.

Positivo 20 Anos

No último dia 9 a Positivo Tecnologia alcançouo marco de 20 anos de listagem na B3. Desde o ingresso na Bolsa de Valores, a empresa brasileira passou por profunda transformação estratégica. A abertura de capital ocorreu no quarto trimestre de 2006 com as ações sob o código POSI3. Na ocasião, a operação movimentou R$ 604,1 milhões, considerando ofertas primária e secundária. Foi o marco de entrada da companhia no Novo Mercado. O que surgiu a partir de uma ideia em sala de aula como fabricante de computadores tornou-se uma desenvolvedora completa de soluções de infraestrutura e serviços de TI. Hoje, 20 anos depois do IPO e com 37 anos de mercado, a companhia atua em diferentes segmentos e atende a empresas, instituições públicas e consumidores no Brasil e outros países da América Latina.

Indústria +0,8%

O faturamento da indústria de transformação aumentou 0,8% em setembro. É o que apontam os *Indicadores Industriais*, divulgados pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) na quarta-feira, 11. O resultado reverte apenas parte das duas quedas expressivas do faturamento do setor: em julho, de 2,1%; e em agosto, de 3,8%. Nos nove primeiros meses de 2026, o indicador ficou estável em relação ao mesmo período do ano passado. A Utilização da Capacidade Instalada (UCI) registrou alta de 0,2 ponto percentual, passando de 77,1% para 77,3%, variação que a pesquisa interpreta como um sinal de relativa estabilidade. Entre janeiro e setembro, o uso do parque industrial caiu 1,1 ponto frente o mesmo período do ano passado.

Gol/Los Hermanos

A Gol Linhas Aéreas prepara um reforço estratégico para suas rotas internacionais durante a alta temporada de verão 2026/2027. No consolidado da malha internacional, a Gol cresce 16% em oferta de assentos frente à baixa temporada. Somente no mercado argentino, a companhia prevê uma expansão de 30% na oferta de assentos durante o mês de janeiro de 2027, atendendo ao fluxo concentrado de turistas entre os dois países. Os destaques no fluxo com a Argentina incluem o avanço de 14% nas frequências para Buenos Aires (Aeroparque – AEP e Ezeiza – EZE), 160% para Rosário (ROS), 130% para Córdoba (COR) e 70% para Mendoza (MDZ).

Displicência global

Benedicto Ismael Camargo Dutra (*)

A displicência está avançando pelo mundo. As pessoas vão pondo de lado a consideração umas pelas outras, os bons costumes, o bom preparo para a vida e a lei. Olhando bem, vemos a humanidade caminhando para o salve-se quem puder. Os teóricos falam em geopolítica, geoeconomia, liberalismo, comunismo. Mas, na realidade, é o mundo em tempo de escuridão.

A grande questão é que o ser humano está fora da realidade natural da vida. Encontra-se como que em meio a uma névoa chamada de pós verdade, criada pelo intelecto desconectado da alma. Isso transforma fatos em narrativas que passam a ser encaradas como verdades. E quando isso se mistura com disputas geopolíticas, cria um mundo onde quase nada é visto como realmente é.

Em vez de evoluir para poderem retornar à sua origem espiritual, muitas pessoas se aprisionaram aos pendores, vícios e cobiças terrenas, desconectando o cérebro da alma, tendo de voltar ininterruptamente em outras encarnações para desfazerem os erros e reconhecerem a real finalidade da vida. Dessa forma é produzido um acúmulo de almas, sem bom preparo para a vida, reencarnadas, pressionando o planeta, sua hospitalidade e sua sustentabilidade.

Indivíduos fortemente ligados ao mundo material, buscando poder, provocaram guerras terríveis, dominando a cultura e a economia, passando a controlar as riquezas, construindo, com suas ações, o futuro do mundo que se subordina à atuação perfeita das justas leis universais da Criação. Cada indivíduo colhe o que semeia com as suas ações.

No século 21, teve início uma fase, áspera e severa, com muitas incertezas, e não se sabe qual será o futuro da humanidade, amplamente desconectada do ritmo natural da vida. Estamos numa crise mundial, ninguém sabe no que isso vai dar, mas os oportunistas continuam açambarcando as riquezas, gerando caos e miséria.

Haverá um fim, é a lógica natural. A construção surgida das cobiças e vaidades não subsistirá. O fim será quando os espíritos que não quiseram reconhecer as leis universais naturais e se pautarem por elas, passando a construir obras efêmeras com o seu querer obstinado, tumultuando a vida, não tiverem mais permissão para reencarnar na Terra, sendo recolhidos com a perda da respectiva individualidade conquistada em suas várias passagens pela Terra. Descontentes, agora se voltam para os extremistas motivados pelo medo e pelo ódio, mas tudo que fizeram está seguindo para o desmanche inevitável. O ser humano terá de ser o verdadeiro ser humano, ou nada.

O eu interior, o verdadeiro eu vivo, não é produzido pelo intelecto; é a intuição, a voz do espírito que vai desaparecendo em meio à névoa de pensamentos gerados no cérebro, que não quer reconhecer que é espírito em peregrinação para poder se fortalecer. O intelecto endurece o coração, isto é, insensibiliza as pessoas que se fecham diante de acontecimentos que enternecem o coração, que pode ser uma música, ou a observação de alguma atitude generosa sem segundas intenções. Se afastam de sua essência espiritual.

A natureza mostra como tudo funciona. A semente espiritual foi se formando no limite da irradiação da Luz, mas ali não dispunha de forças para um despertar. Nelas surgiu o impulso inconsciente para a vida. O Amor Divino, através da Criação, permitiu que o impulso se realizasse; para isso, a perfeição divina, impulsionando a atuação das leis perfeitas e imutáveis, possibilitou que a semente espiritual, com o seu livre arbítrio, pudesse se afastar do plano espiritual, indo ter na matéria, onde receberia um corpo para se fortalecer através das vivências, em várias encarnações, até ao tempo da colheita e do exame final. Os que aproveitassem o tempo seriam aprovados, as demais seriam recolhidas, mas perderiam a individualidade conquistada.

(*) 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

IA sem piloto automático: por que o fator humano define o sucesso da tecnologia

A inteligência artificial já ocupa um espaço importante nos processos de decisão das organizações. Da análise de dados à automação de tarefas, a tecnologia amplia a capacidade de processamento e oferece ganhos de escala e produtividade

Hugo Brito (*)

À medida que os sistemas assumem funções mais complexas, ficam as dúvidas sobre quem responde quando eles erram e se esse responsável tinha ferramentas ou metodologias para evitar o erro.

Manter uma pessoa para aprovar o resultado produzido pela máquina resolve pouco. Uma supervisão meramente formal pode criar uma falsa sensação de controle, sem assegurar que alguém tenha condições reais de questionar ou interromper uma decisão automatizada.

A expressão human in the loop virou lugar-comum em contratos, políticas e apresentações de produto, e quase nunca diz o que o humano faz dentro desse "loop", com que informação, em quanto tempo e com que poder de veto. Quando a exigência é só manter alguém no circuito, o resultado previsível é um profissional diante de uma fila de textos gerados por IA clicando "aceito" em sequência, ou seja, uma revisão tão rigorosa quanto a leitura dos termos de uso de um aplicativo recém-baixado. Importa menos saber se existe um humano no processo e mais se esse humano tem tempo, informação e algum incentivo para recusar; se ele consegue realmente fazer uma avaliação crítica e menos passiva.

Essa discussão também é abordada por Heni Rothstein Cohen no artigo Human Roles Across the AI Lifecycle: Shifting Beyond the "Human Supervision" Paradigm. A autora propõe ampliar a participação humana para todas as etapas do ciclo de vida da inteligência artificial, da definição do problema ao desenvolvimento, à implantação e ao monitoramento dos sistemas. A presença humana só faz diferença quando chega cedo o bastante para mudar o resultado.



LaymanZoom_CANVA

A supervisão começa antes da tecnologia entrar em operação. Em uma ferramenta de recrutamento, por exemplo, é necessário avaliar se os critérios utilizados são pertinentes à vaga, se os dados podem reproduzir vieses históricos e se os resultados favorecem determinados perfis sem justificativa. A atuação humana deve estar presente desde a definição dos critérios até a análise dos resultados, sem depender exclusivamente da classificação gerada pelo sistema. Faço ainda um adendo, reforçando que, idealmente, a mesma pessoa que avalia os resultados é quem define os critérios.

Em decisões financeiras, a inteligência artificial pode identificar padrões, acelerar análises e apoiar avaliações de risco. Ainda assim, casos atípicos, informações incompletas ou resultados inconsistentes precisam de mecanismos de revisão. A recomendação automatizada é subsídio. Decisão é outra coisa.

O mesmo princípio vale para agentes de IA conectados a sistemas corporativos. É preciso definir quais tarefas podem ser executadas autonomamente, quais exigem autorização humana e em que situações o sistema deve interromper uma operação. Uma atividade de baixo risco pode demandar menos intervenção, enquanto uma movimentação financeira relevante ou uma alteração envolvendo dados sensíveis pode exigir aprovação explícita.

O critério que uso é curto. A ação é difícil de desfazer? Mexe com dado sensível ou com a vida de alguém? Existe uma pessoa que responde por ela perante a lei? Cada "sim" sobe um degrau de exigência; três "sim" é aprovação explícita, sem exceção.

Na prática, isso forma uma escada. No degrau mais baixo, a IA executa sozinha e registra: classificar um e-mail, sugerir uma tag, resumir um documento interno. Errou, corrige-se em segundos, sem consequência para ninguém. No degrau seguinte, a IA executa e um humano confere por amostragem ou revisa só os casos atípicos: triagem de chamados, extração de dados de contratos, rascunho de respostas padrão. Mais acima, a IA apenas propõe e nada acontece sem aprovação individual: a classificação de severidade de um incidente de segurança, a minuta de uma notificação a um órgão regulador, uma alteração em cadastro de cliente. E no topo há decisões que a IA não toma em hipótese alguma, mesmo com aprovação posterior: comunicar um vazamento à autoridade e aos titulares, concluir a avaliação de um risco, movimentar recursos financeiros, dentre outras. Ali a IA prepara o terreno; a decisão e a assinatura são de quem a lei designou.

Supervisão que não deixa rastro não existe para efeito de responsabilidade. O mínimo que exijo nos nossos sistemas: toda saída de IA chega rotulada como tal, para que ninguém a confunda com uma análise humana; cada sugestão aceita grava quem aceitou e o que alterou antes de aceitar; o modelo, a versão e a instrução que geraram a resposta ficam arquivados; e o processo manual continua disponível para quando a IA falhar ou for desligada. Com isso, uma auditoria (ou um titular de dados exercendo o direito de revisão previsto na LGPD) consegue reconstruir a decisão. Sem isso, a única evidência de que alguém supervisionou é a palavra de quem clicou.

Nada disso é novo para quem trabalha com segurança e governança; é o que nós identificamos como o tripé da sustentabilidade digital: Segurança da Informação, Governança de Dados e IA Responsável. A segurança estabelece limites de acesso e protege sistemas e informações. A governança contribui para assegurar qualidade, rastreabilidade e uso adequado dos dados. Já a IA Responsável envolve critérios claros e mecanismos de controle ao longo de todo o ciclo de vida da tecnologia.

O desafio, portanto, não é escolher entre inteligência artificial e inteligência humana, mas construir processos nos quais ambas atuem de forma complementar. Quanto maior a autonomia concedida aos sistemas, mais importante se torna definir seus limites, acompanhar seu comportamento e estabelecer quem responde pelas decisões.

Olhar apenas o "caminho feliz" é uma escolha consciente de ver só um lado da moeda. A maturidade no uso da inteligência artificial vai se medir pelo que a organização faz no dia em que o sistema erra.

(*) Head de IA na Bravonix, ecossistema de soluções em tecnologia para cibersegurança, compliance e inteligência artificial.

Inteligência emocional: a maior exigência para o CEO de 2027

Ricardo Haag (*)

Se, há alguns anos, o CEO era visto como uma espécie de maestro, que concentrava o conhecimento, dava as respostas e determinava o caminho da organização, o cenário de 2027 exige outra postura. Em um ambiente marcado por avanços tecnológicos, mudanças geracionais, instabilidade econômica e tensões geopolíticas, a maior exigência para quem ocupa essa cadeira será a inteligência emocional. Não porque resultado e conhecimento técnico tenham perdido importância, mas porque, diante de um contexto que muda em velocidade difícil de prever, este C-Level precisa ser capaz de sustentar decisões, pessoas e a própria trajetória, sem perder equilíbrio.

Muito mais do que ser aquele que mais sabe dentro da empresa, hoje, esse executivo precisa ter clareza sobre onde quer levar o negócio e, principalmente, humildade para construir uma equipe formada por pessoas que dominem conhecimentos que ele próprio não possui. Seu papel passa a ser identificar talentos, desafiá-los na medida certa, oferecer suporte e permitir que exerçam sua função. Isso exige uma combinação pouco compatível com o antigo modelo de liderança: saindo de uma autoridade para direcionar, para a humildade de ouvir e inspirar.

Uma pesquisa publicada pela FGV este ano, inclusive, com 79 companhias brasileiras listadas na B3, identificou associações entre padrões emocionais expressos pelos CEOs em suas comunicações e o desempenho financeiro das organizações - mostrando quanto que seu comportamento também pode interferir na forma como decisões estratégicas são conduzidas. Até porque, a cadeira de um CEO é, por natureza, solitária: muitas informações precisam ser digeridas antes de uma decisão ser compartilhada. Sem equilíbrio, o risco de transformar essa solidão em isolamento e fazer com que o executivo reaja ao cenário em vez de conduzi-lo, acaba sendo maior.

A questão é que a inteligência emocional não pode ser confundida com uma capacidade superficial de "ser simpático" ou manter a calma. Ela envolve autoconhecimento, capacidade de ouvir, reconhecer limites, absorver pressão, lidar com erros e criar um ambiente em que outras pessoas possam contribuir.

Por isso, se tornar um bom CEO em 2027 envolve certos cuidados que começam antes da preparação executiva: iniciando pela vocação. Isso porque, nem todo executivo que deseja chegar ao topo necessariamente almeja, de fato, viver as exigências dessa posição. Em mercados mais maduros, inclusive, assumir a posição de CEO nem sempre aparece como o objetivo máximo de carreira. Ocupar esse espaço exige mais do que ambição: é preciso compreender o custo da responsabilidade, a exposição, a necessidade de tomar decisões difíceis e o impacto que isso também terá sobre a vida pessoal.

A longo prazo, prezar por tempo de qualidade para que tenham seus hobbies, projetos pessoais e atividades capazes de produzir uma pausa mental deixa de ser um detalhe da rotina, e passa a contribuir para a sustentabilidade da liderança. Afinal, o executivo precisa saber onde colocar sua energia e onde recuperá-la, encontrando espaços de abstração (mindfulness) e interesses que não estejam restritos ao trabalho e à família. Se o CEO não estiver bem, dificilmente conseguirá construir as condições para que o restante da organização esteja.

O CEO de 2027, portanto, não será necessariamente aquele que tem todas as respostas, mas aquele que sabe fazer as perguntas certas, reunir pessoas melhores do que ele em diferentes competências, e manter clareza quando o contexto muda. A habilidade emocional deixa de ser um diferencial complementar, e passa a sustentar a própria capacidade de liderar.

O desafio não é apenas preparar executivos para ocupar uma cadeira, mas formar líderes que tenham autoconhecimento, flexibilidade e equilíbrio suficientes para permanecerem humanos enquanto conduzem organizações cada vez mais complexas. Até porque, o próprio ambiente de negócios reforça essa necessidade, diante da falta de planejamento estratégico capaz de antecipar todas as variáveis de um cenário de constantes mudanças. Por isso, mais importante do que tentar prever, exatamente, o futuro, será construir a capacidade de se adaptar quando ele chegar.

(*) Headhunter e sócio da Wide Executive Search, boutique de recrutamento executivo focado em posições de alta e média gestão.

Quais são os próximos passos no setor financeiro brasileiro com o avanço da IA?

A Inteligência Artificial já faz parte da rotina do mercado financeiro brasileiro em diferentes frentes, da análise de dados à automação de processos, passando pela gestão de riscos, pelo atendimento e pelo suporte à tomada de decisão

Paulo Marcelo (*)

AlphaTradeZone_Pexels_CANVA



A pesquisa realizada pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima), em parceria com o Datafolha, mostra que 92% das instituições do mercado de capitais já utilizam algum tipo de IA em suas atividades, um percentual que ajuda a dimensionar o estágio de adoção alcançado pelo setor.

Esse nível de adoção mostra que a transformação tecnológica já está incorporada a processos relevantes do mercado financeiro. Aplicações voltadas à detecção de fraudes em tempo real, análise de crédito, personalização de ofertas, atendimento e processamento de grandes volumes de dados fazem parte da rotina de muitas instituições e vêm ampliando o espaço ocupado pela tecnologia nas operações.

De acordo com o mesmo levantamento, 59% das empresas consideram que a relevância da inteligência artificial aumentou significativamente nos últimos 12 meses, enquanto 63% esperam que sua importância continue crescendo no próximo ano. Com a evolução dos modelos e o avanço dos agentes autônomos, a discussão passa a envolver um novo grau de complexidade, relacionado à forma como esses sistemas poderão atuar sobre processos, executar tarefas e participar de decisões sem comprometer segurança, governança e responsabilidade no setor financeiro.

Onde a decisão segue humana e onde entram os agentes

À medida que os modelos se tornam capazes de analisar informações, executar tarefas e interagir com diferentes sistemas, cresce também a necessidade de estabelecer limites e diretrizes para sua atuação. Entre as instituições que já utilizam IA, 61% apontam obstáculos para ampliar seu uso de maneira segura e estruturada, segundo a Anbima, o que mostra que a evolução da tecnologia precisa ser acompanhada pelo desenvolvimento de mecanismos de governança capazes de direcionar e supervisionar sua aplicação.

Em ambientes complexos e regulados como o financeiro, o avanço dos agentes exige que essa discussão comece antes da definição da tecnologia. É necessário compreender qual desafio de negócio precisa ser resolvido, quais atividades podem ser automatizadas, quais decisões admitem maior grau de autonomia e em quais situações a participação humana precisa ser mantida.

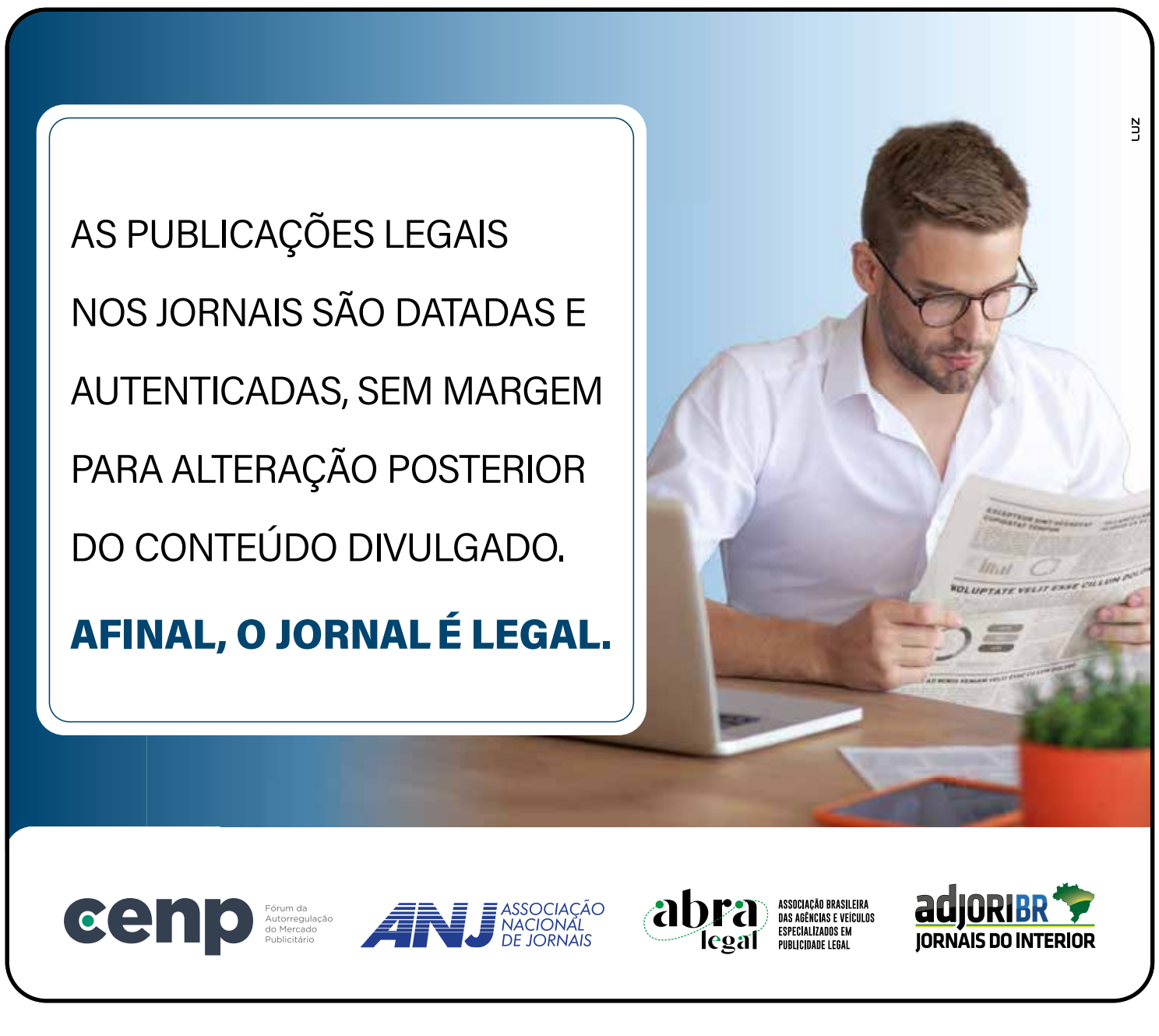
Essa definição se torna especialmente importante porque nem todas as decisões apresentam o mesmo nível de risco ou exigem o mesmo grau de julgamento. Um agente utilizado para consultar informações internas ou organizar dados opera em condições muito diferentes de outro autorizado a interagir com sistemas transacionais, apoiar decisões de crédito ou executar etapas de processos financeiros. O grau de autonomia precisa considerar essas diferenças e estar associado a mecanismos proporcionais de supervisão e controle.

A governança passa, portanto, a fazer parte da própria arquitetura dessas aplicações, cujas permissões de acesso, critérios de validação, registro das ações realizadas, tratamento de exceções e definição de responsabilidades precisam acompanhar o desenvolvimento dos agentes desde o início, principalmente quando sua atuação alcança processos críticos ou decisões com impacto direto sobre clientes e instituições.

O setor financeiro brasileiro já demonstrou capacidade para adotar Inteligência Artificial em escala. A próxima etapa será transformar essa capacidade de adoção em maturidade operacional, estabelecendo condições para que a autonomia dos agentes avance de maneira compatível com os riscos, as responsabilidades e as características de cada processo, sem perder a eficiência.

Nesse cenário, a maturidade de uma instituição em IA dependerá cada vez menos da quantidade de agentes colocados em operação e mais da qualidade das decisões que orientam seu uso. Definir onde a tecnologia pode atuar com autonomia, onde precisa de supervisão e quais decisões devem permanecer sob responsabilidade humana será uma das principais questões para o avanço da IA no setor financeiro brasileiro.

(*) CEO da Solutis, empresa brasileira de inteligência tecnológica que move negócios dos setores financeiro, de utilities e público.



Loja física ou mídia? Como as telas viraram uma nova fonte de receita para o varejo

André Ingnez (*)

Durante muito tempo, a comunicação digital dentro das lojas teve uma função bastante objetiva. As telas exibiam promoções, preços, lançamentos ou conteúdos institucionais. Hoje, essa lógica mudou. Com o avanço do retail media, o espaço físico começa a assumir também o papel de canal de mídia e abre ao varejista uma oportunidade que vai além de vender os produtos disponíveis nas prateleiras.

O ponto de partida para entender esse movimento é a audiência. Diferentemente de outros meios, o varejo já possui um público recorrente e, mais importante, recebe esse consumidor justamente quando ele está próximo da decisão de compra. É uma condição extremamente valiosa para as marcas. A comunicação não acontece enquanto alguém apenas conhece um produto ou pensa em uma compra futura. Ela pode ocorrer diante da gôndola, no corredor, na entrada da loja ou em outros pontos decisivos da jornada.

É nesse contexto que os painéis de LED deixam de ser apenas equipamentos de comunicação visual e passam a funcionar como plataformas de mídia. O varejista pode utilizar esses espaços para suas próprias campanhas, mas também pode oferecê-los aos fabricantes e fornecedores interessados em dialogar com o consumidor dentro do ambiente de compra. A tela que antes representava somente um investimento em comunicação passa, portanto, a ter potencial para gerar uma nova fonte de receita.

Essa mudança aproxima ainda mais os mundos do varejo, da publicidade e da tecnologia. Uma marca pode utilizar o espaço para apresentar um lançamento, destacar características de determinado produto ou reforçar uma campanha que o consumidor já encontrou em outros pontos de contato. Para o varejista, surge a possibilidade de monetizar uma audiência que já existe e utilizar melhor um ativo extremamente importante, seu próprio espaço físico.

Mas existe uma condição fundamental para que esse modelo funcione. Retail média não pode significar transformar a loja em uma disputa permanente pela atenção do consumidor.

Quanto maior o número de telas e anunciantes, maior deve ser o cuidado com a organização da comunicação. Se cada espaço tentar chamar mais atenção do que o outro, o resultado pode ser exatamente o contrário do esperado. Excesso de estímulos, conteúdos desconectados e uma experiência visual poluída podem comprometer tanto a comunicação das marcas quanto a própria jornada de compra.

Por isso, acredito que a palavra central nesse processo seja relevância. O conteúdo precisa fazer sentido para aquele ambiente, para aquele momento e para o perfil do consumidor que frequenta a loja. Não basta instalar uma tela e começar a vender espaço publicitário. É necessário pensar onde ela estará, qual será sua função dentro da jornada, que tipo de conteúdo será exibido e com que frequência.

Quando esse planejamento existe, a tecnologia permite trabalhar a comunicação de maneira muito mais dinâmica do que os antigos materiais estáticos. Campanhas podem ser atualizadas rapidamente, diferentes mensagens podem ocupar o mesmo espaço ao longo do dia e a comunicação pode acompanhar promoções, lançamentos e estratégias comerciais praticamente em tempo real.

O ponto de venda passa a oferecer algo muito difícil de reproduzir em outros canais: a possibilidade de comunicar uma mensagem comercial no contexto em que o consumidor efetivamente pode transformar aquele estímulo em compra.

É aí que está uma das grandes forças do retail media. A loja reúne audiência, contexto e intenção de compra. Quando acrescentamos uma plataforma digital capaz de administrar essa comunicação, criamos um ativo que pode beneficiar varejista, indústria e consumidor.

A tecnologia precisa estar a serviço da experiência, e não competir com ela. A loja física continuará sendo uma loja. Mas também se torna, cada vez mais, um veículo de comunicação relevante. Para o varejista, saber equilibrar esses dois papéis pode significar não apenas vender mais produtos, mas criar uma nova linha de receita a partir de algo que ele sempre teve e que agora ganhou outro valor, a atenção do consumidor no momento da compra.

(*) Especialista em tecnologia e comunicação visual para varejo da Leyard do Brasil e América Latina.

Edital de Leilão Extrajudicial de Bem Imóvel

Início 1ª Praça: 23 de novembro de 2026, às 15:00hs. **Término 1ª Praça:** 25 de novembro de 2026, às 15:00hs.
Início 2ª Praça: 25 de novembro de 2026, às 15:01hs. **Término 2ª Praça:** 02 de dezembro de 2026, às 15:00hs.
Bem: Imóvel residencial localizado na Rua Carlos Aprile (ou Rua Manuel Leitão Avilez), nº 129, Bortolândia, São Paulo/SP. **Matrícula(s):** Matrícula nº 63.170 do 15º CRI de São Paulo/SP.
Avaliação: R$ 820.000,00. **– Lance mínimo 2ª Praça:** R$ 577.616,48.
Comissão: O arrematante pagará ao Leiloeiro 5% de comissão sobre o valor da arrematação.
Leiloeiro: Marcus Vinicius Yoshimi Uebara. **- JUCESP** sob o **nº 1.406.**
(11) 3107-0933 - www.destakleiloes.com.br. K-12e13/11

Via Digital Motors

Lucia Camargo Nunes (*)

Omoda E5 chega com preços competitivos

A Omoda & Jaecoo divulgou os preços do novo E5, SUV 100% elétrico que já chegou às lojas. No lote inicial de lançamento, a versão Elite custa R$ 149.990 e a Prestige, R$ 179.990. Esgotado esse lote, os valores passam a R$ 159.990 e R$ 184.990, respectivamente.

A atualização do modelo traz motor de até 155 kW (210 cv) e aceleração de 0 a 100 km/h em 7,2 segundos. A Elite usa bateria de 50,6 kWh e a Prestige, de 60,9 kWh. O carregamento rápido em corrente contínua aceita de 110 kW a 130 kW e, segundo a marca, recupera de 30% a 80% da carga em até 16 minutos, conforme a configuração.

Por fora, o carro recebeu nova grade, lanternas traseiras com assinatura luminosa inspirada no Omoda 7 e rodas de 18". Mede 4,545 metros de comprimento, tem 2,63 metros entre eixos e porta-malas de 372 litros.

Por dentro, traz central multimídia de 15,6", sete airbags e o pacote Adas 2.5, com 15 recursos de assistência. O conjunto inclui ainda teto solar elétrico e faróis Full LED. A garantia é de 7 anos para o veículo e 8 para a bateria. O E5 se soma ao Omoda 5, Omoda 7, Jaecoo 7 e Jaecoo 5.



Omoda E5.

GWM lança consórcio 100% digital

A GWM Brasil lançou o primeiro consórcio de montadora com contratação totalmente online no país. A pré-venda está aberta na loja oficial da marca no Mercado Livre, e a rede de concessionárias entra aos poucos, com expansão prevista ao longo de 2027.

A operação é da Bamaq Consórcio. Hoje, cerca de 5% das vendas da GWM já ocorrem por consórcios de outras instituições. Os planos cobrem toda a linha, de híbridos e elétricos, como Haval H6 e Ora 5, a picapes a diesel, como a Poer, e modelos de luxo, como Wey 07 e Tank 300.

Primeiros 200 carros da DFM desembarcam em Vitória

Chegaram ao porto de Vitória (ES) as primeiras 200 unidades da DFM, marca brasileira da chinesa Dongfeng. Os carros seguem para showrooms e test drives.

Os primeiros modelos serão o compacto DFM Box e o SUV DFM Vigo, apresentados em agosto no Festival Interlagos. Segundo a empresa, os dois juntos cobrem mais de 80% da demanda por elétricos no país, com garantia de 7 anos para o carro e 10 para a bateria. Já são 32 grupos de revendedores, com 60 lojas em 48 cidades de 22 estados. A meta para 2027 é chegar a 145 autorizadas. Novas remessas, agora destinadas à venda, chegam nas próximas semanas. A pré-venda começa em breve.



DFM BOX.

Edição de 85 anos põe teto solar de série em Compass e Commander

A Jeep iniciou as vendas das versões de 85 anos do Compass e do Commander, em produção limitada. O Compass, baseado na Longitude, custa R$ 206.990 e traz teto solar panorâmico, grade e skidplate em preto Onyx e costuras Mayan Gold.

O Commander, baseado na Limited, sai por R$ 265.690, com porta-malas elétrico, grade em Dark Chrome e bancos em couro e suede.

Ambos usam motor turboflex MHEV de 48V com 176 cv e Adas nível 2. O Compass tem painel digital de 10,25" e rodas de 19". O Commander, 7 lugares e som Harman Kardon. A marca diz que o sistema reduz em até 11% o consumo do Compass.

Carde tem DeLorean e Rolls-Royce de Vargas: museu renova a vitrine

O Carde museu, em Campos do Jordão (SP), completa 2 anos com mais de 200 mil visitantes e troca parte do acervo de 120 carros expostos.

Chegam dez modelos, entre eles o DeLorean DMC-12, o Efini RX-7 Type R de 1992 e um Rolls-Royce Silver Wraith de 1952, usado pelo presidente Getúlio Vargas. O Packard 343 Eight de 1927 pertenceu ao piloto de F1 Phil Hill, que venceu com ele o Best of Show em Pebble Beach, em 1977.

Entre as conquistas do período, o museu realizou três leilões, com 116 lotes e mais de R$ 57 milhões em resultados. Segundo o diretor Luiz Goshima, cerca de um terço do museu já mudou desde novembro de 2024.



Uirapuru 1966, novidade do CARDE Museu.

(*) - É economista e jornalista especializada no setor automotivo, editora do portal www.viadigital.com.br e do canal @viadigitalmotors no YouTube. E-mail: lucia@viadigital.com.br

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS
16º Subdistrito - Mooca
Luiz Orlando de Barros Segala - 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: **ISAQUE FARIAS PIMENTEL,** estado civil solteiro, profissão vendedor, nascido em Boa Viagem, CE, no dia 19/06/2005, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Valdeci Pimentel Farias e de Cleonice Maria Farias dos Santos. A pretendente: **VANESSA ALVES DE MOURA,** estado civil solteira, profissão analista de treinamento, nascida em São Paulo, SP, no dia 19/09/1999, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de José Patrício de Moura e de Izabel Cristina Alves da Silva.

O pretendente: **GEOVANI SOUZA SILVA,** estado civil solteiro, profissão gerente de contas, nascido em Socorro, SP, no dia 01/05/1993, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Fabiano Xavier da Silva e de Cristina de Fátima Moreira de Souza. A pretendente: **TALITA EMANUELLE NUNES DE PAIVA,** estado civil solteira, profissão empresária, nascida em Belém,PA, no dia 27/03/1994, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Sebastião Aguiar de Paiva e de Sandra Helena Nunes de Paiva.

O pretendente: **FERNANDO RODRIGUES DE OLIVEIRA,** estado civil solteiro, profissão supervisor comercial, nascido em Teofilo Otoni, MG, no dia 06/04/1983, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de José Raimundo Batista Oliveira e de Zilma Rodrigues Oliveira. A pretendente: **RENATA APARECIDA DANTAS,** estado civil solteira, profissão policial militar, nascida em São Paulo, SP, no dia 02/12/1984, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Mário Batista Dantas e de Teresa Rosa de Jesus Dantas.

O pretendente: **LUIZ PAULO SABINO GOMES,** estado civil solteiro, profissão engenheiro de produção, nascido em Uberlândia, MG, no dia 07/12/1994, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Paulo Luiz Gomes e de Vera Lúcia Kátia Sabino Gomes. A pretendente: **TATIANA LOPES ROCHA,** estado civil solteira, profissão psicológa, nascida em São Paulo, SP, no dia 07/12/1995, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Vanderlei de Oliveira Rocha e de Ana Paula Lopes Rocha.

O pretendente: **RONE PEREIRA DA SILVA,** estado civil solteiro, profissão auditor, nascido em São Paulo, SP, no dia 19/02/1985, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Antonio Carlos da Silva e de Euflosina Pimentel Pereira da Silva. A pretendente: **BEATRIS CICCONE SANTOS,** estado civil solteira, profissão engenheira civil, nascida em São Paulo, SP, no dia 30/12/1993, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de João Ciccone Santos e de Luzia Solange Ciccone Santos.

O pretendente: **RAFAEL MARINHO CAMILO DE OLIVEIRA,** estado civil solteiro, profissão empresário, nascido em São Paulo, SP, no dia 16/05/1996, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Marcio Camilo de Oliveira e de Maridalva Marinho dos Santos. A pretendente: **KARINA PAIXÃO DE MORAIS,** estado civil solteira, profissão atriz, nascida em SãoPaulo, SP, no dia 14/01/1999, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Reginaldo Aparecido de Morais e de Mary Lucia Paixão de Morais.

O pretendente: **HENRIQUE CABRAL DA SILVA,** estado civil solteiro, profissão líder de recepção, nascido em São Paulo, SP, no dia 18/02/2005, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Ricardo Cabral da Silva Júnior e de Niviam Pereira Cabral da Silva. A pretendente: **JULIA ALCANTARA E SILVA,** estado civil solteira, profissão analista de negócios 1, nascida em Taboão da Serra, SP, no dia 27/12/2003, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Gledson José da Silva e de Daniele Alcantara da Silva e Silva.

O pretendente: **ÁTILA DE OLIVEIRA,** estado civil divorciado, profissão empresário, nascido em São Paulo, SP, no dia 19/04/1961, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Ivanyr Francisco de Oliveira e de Thereza Elvira de Oliveira. A pretendente: **ROSÂNGELA DE FARIA BROSSA,** estado civil viúva, profissão aposentada, nascida em São Paulo, SP, no dia 20/11/1964, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Antonio de Faria e de Nilva Ferias de Faria.

O pretendente: **FABIO EDUARDO MAIELLO MONTEIRO ALVES,** estado civil divorciado, profissão dentista, nascido em São Paulo, SP, no dia 13/03/1980, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Claudio Monteiro Alves e de Vera Lucia Maiello Alves. A pretendente: **NATHALIA RAMOS MARTELLA,** estado civil solteira, profissão advogada, nascida em São Bernardo do Campo, SP, no dia 31/08/1988, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Nilo Rogerio Martella e de Angela Maria Gonçalves dos Ramos Martella.

O pretendente: **ANTÔNIO CÍCERO RODRIGUES MELO,** estado civil solteiro, profissão operador de loja, nascido em Quiterianópolis, CE, no dia 14/08/1997, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Raimundo Nonato Alves de Melo e de Maria Eroniza Rodrigues Melo. A pretendente: **ALESSAMIA ELIAS DE ARAÚJO,** estado civil solteira, profissão operadora de caixa, nascida em Crateús, CE, no dia 19/10/1996, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Antonio Vieira de Araújo e de Núbia Simão Elias.

O pretendente: **JOSE JOCIMAR MACÊDO FONSECA,** estado civil viúvo, profissão empresário, nascido em Nova Soure, BA, no dia 22/08/1964, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Genesio Barbosa da Fonseca e de Maria do Socorro Macedo. A pretendente: **VANESSA VIEIRA SANTANA,** estado civil solteira, profissão cuidadora de crianças, nascida em Ibiassucê, BA, no dia 04/01/1986, residente e domiciliada na Vila Regente Feijó, São Paulo, SP, filha de Francisco de Assis Santana e de Maria Neusa Vieira Santana.

O pretendente: **GABRIEL FRANCO CATHARINO DE LIMA,** estado civil solteiro, profissão gerente de eventos, nascido em São Paulo, SP, no dia 07/12/1995, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Lenilson Rodrigues de Lima e de Milene Franco Catharino de Lima. A pretendente: **BRUNA BISPO TORRES,** estado civil solteira, profissão guest relations, nascida em São Paulo, SP, no dia 01/07/2001, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Willians Rodrigues Torres e de Edinéia Bispo dos Santos Torres.

O pretendente: **ANTONIO DA SILVA SANTOS NETO,** estado civil viúvo, profissão aposentado, nascido em São Paulo, SP, no dia 11/05/1950, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de José Antonio da Silva Santos e de Emilia Ferreira da Silva Santos. A pretendente: **VERALUCIA BERNARDINA DE SENA,** estado civil divorciada, profissão recepcionista, nascida em Bom Jesus da Lapa, BA, no dia 20/10/1973, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Adenilde Bernardina de Sena.

O pretendente: **AURÉLIO ARISTIDES DA SILVA NETO,** estado civil divorciado, profissão encarregado, nascido em São João do Paraíso, MA, no dia 22/09/1993, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Elias Aristides da Silva e de Raimunda Nonata da Silva. A pretendente: **VANESSA ROCHA PENALVA DA SILVA,** estado civil solteira, profissão coordenadora de segurança do trabalho, nascida em São Paulo, SP, no dia 18/02/1995, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Marcos Penalva da Silva e de Gislene Aparecida Ferreira Rocha.

O pretendente: **PEDRO MATOS GAMA,** estado civil solteiro, profissão fotógrafo, nascido em Almenara, MG, no dia 10/02/1999, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Israel Barbosa Gama e de Alessandra Queiroz Mata Gama. A pretendente: **CAMILLY VAZ DE OLIVEIRA,** estado civil solteira, profissão estudante, nascida em Belo Horizonte, MG, no dia 11/06/2003, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Silas Marcos de Oliveira e de Fernanda Vaz de Oliveira.

O pretendente: **ALEXANDRE AUGUSTO PINHEIRO DE ABREU,** estado civil solteiro, profissão quiropraxista, nascido em São Paulo, SP, no dia 05/10/1995, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Celso Pinheiro de Abreu e de Eliane Santos Silva. A pretendente: **MARIA DARQUIA MARLEN MOREIRA,** estado civil divorciada, profissão psicóloga, nascida em Acopiara, CE, no dia 11/09/1991, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Antonio Moreira Neto e de Antonia Wberlânia Vidal Pinheiro.

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

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: **PAULO LEANDRO LO TURCO,** estado civil solteiro, filho de Luiz Claudio Lo Turco e de Ivani Navarro Lo Turco, residente e domiciliado neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **KÁTIA REGINA SANTOS SARMENTO,** estado civil solteira, filha de Cesario Abrante Sarmento e de Claudete da Costa Santos Sarmento, residente e domiciliada neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **CAIO BARTOLOZZI BASTOS GODOY DE TOLEDO,** estado civil solteiro, filho de Flavio Godoy de Toledo e de Maria Beatriz Bartolozzi Bastos Godoy de Toledo, residente e domiciliado, nesta Capital, São Paulo - SP. A pretendente: **BEATRIZ SECO CORRÊA,** estado civil solteira, filha de Ricardo Magalhães Corrêa e de Fabiola Seco Corrêa, residente e domiciliada neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Itapimirirn, nº 915, apto. 91-A, nesta Capital, São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Manoel Pereira Lobo, nº 439, neste Subdistrito, Alto da Mooca, São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4° do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea "b" da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência do pretendente.

O pretendente: **CRISTOPHER CARLOS KALIM,** estado civil solteiro, filho de Carlos Assad Kalim e de Evanir Corrêa Kalim, residente e domiciliado neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **DANYELLE BARRETO SANTOS,** estado civil solteira, filha de Luiz Alberto dos Santos e de Marcia Barreto dos Santos, residente e domiciliada neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **EDIBERTO FERNANDES SANTOS JÚNIOR,** estado civil solteiro, filho de Eiberto Fernandes Santos e de Edivania Oliveira Santos, residente e domiciliado neste Subdistrtio Alto da Mooca - São Paulo - SP. O pretendente: **JORDAN DOS SANTOS NUNES,** estado civil solteiro, filho de Basimar Barbosa Nunes e de Elenice Nigueira Dos Santós Nunes, residente e domiciliado neste Subdistrito Alto da Mooca - 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

Mais canais, mais regras, o mesmo time: por que a tecnologia sozinha já não basta nas operações de relacionamento?

As empresas nunca tiveram tanta tecnologia à disposição para se comunicar com o cliente. RCS, WhatsApp, SMS, e-mail, voz, agentes de inteligência artificial e automações avançadas de jornadas estão ao alcance de quase qualquer operação. No entanto, a sensação geral no mercado ainda é de eficiência limitada

Thiago Gomes (*)



Sorapop Udomsri_CANVA

A maioria das ferramentas de comunicação é subutilizada porque o gargalo atual não é a falta de tecnologia, mas a execução e o ajuste contínuo das jornadas. Diante de softwares genéricos e serviços reativos, o mercado exige um modelo híbrido, em que especialistas operam a tecnologia junto com a empresa, focados em metas de negócio.

Paralelamente, a antiga ideia de que quanto maior o volume de contatos e tentativas, maiores seriam as oportunidades de conversão, deixou de funcionar. Com o consumidor no controle e o aumento do rigor de operadoras, plataformas e reguladores para filtrar e limitar contatos, a eficiência passou a depender da inteligência e da relevância de cada interação, e não da quantidade de disparos.

Nesse novo cenário, insistir em uma estratégia baseada exclusivamente em intensidade eleva custos, reduz o engajamento e pode até comprometer a capacidade da empresa continuar se comunicando com seus clientes no futuro. O problema é que a infraestrutura operacional de muitas organizações não acompanhou essa transformação.

Apesar das particularidades de cada segmento, empresas de áreas completamente distintas compartilham as mesmas fragilidades operacionais: estruturas fragmentadas, processos desenhados para volume e dificuldade de acompanhar a evolução do comportamento do consumidor.

No varejo, isso se reflete em campanhas massivas que não consideram o perfil, o contexto ou o momento de compra. Na recuperação de crédito, aparece em estratégias que insistem na quantidade de tentativas em vez de priorizar a efetividade do contato. Na saúde, manifesta-se em processos manuais e jornadas desconectadas que dificultam uma experiência fluida para o paciente.

O erro comum é tratar os canais como ferramentas isoladas de envio ou atendimento, e não como componentes de uma jornada integrada. A verdadeira transformação acontece quando a tecnologia permite redesenhar a forma como a organização se relaciona com seus consumidores — utilizando dados para determinar quem deve ser contatado, por qual canal, em qual momento e com qual abordagem. Afinal, levantamentos da SurveyMonkey mostram que 61% dos consumidores destacam que é a empatia humana que realmente compreende suas necessidades em cenários complexos.

Cada canal possui regras comerciais, limitações técnicas, políticas de conteúdo, mecanismos de proteção e indicadores específicos que mudam constantemente. Quando as equipes operam sobrecarregadas, divididas entre múltiplos fornecedores e contratos, a capacidade de inovação é absorvida pela rotina diária de "manter a luz acesa".

Para agravar o cenário, a ineficiência tornou-se muito mais cara diante das pressões regulatórias e de mercado. No ambiente de voz, a Anatel vem adotando medidas para combater chamadas abusivas e ampliar a identificação e a autenticação das ligações. Nos canais digitais, plataformas como Meta e Google utilizam mecanismos de proteção contra spam e políticas de qualidade que podem restringir operações com práticas inadequadas ou baixo engajamento - medida extremamente importante considerando que 92% dos usuários não se sentem completamente confiantes para interagir com uma IA, e quase metade nas informações fornecidas por chatbots.

Essa transformação também exige uma mudança na forma de planejar as campanhas. Antes de definir o volume de contatos, as empresas precisam avaliar a elegibilidade do público, a qualidade dos dados, a adequação do canal e a relevância da comunicação. O desafio já não é apenas executar o disparo, mas aumentar a probabilidade de que cada interação seja permitida, entregue e efetivamente recebida pelo consumidor.

Surfar a onda dessa nova realidade exige mudar a mentalidade financeira. Ou seja, avaliar a operação por métricas de volume, como quantidade de chamadas ou disparos, não mostra o retorno real. A eficiência verdadeira não está em comunicar mais gastando menos por tentativa, mas em maximizar resultados concretos a partir do investimento total.

Hoje, as operações modernas de relacionamento dependem do equilíbrio entre dois motores fundamentais: a tecnologia, responsável pela capacidade de inovação, integração de canais, automação e escalabilidade da plataforma; e o negócio, encarregado por transformar essa capacidade tecnológica em resultados reais de conversão, retenção e eficiência operacional.

Muitas empresas possuem apenas um desses motores bem desenvolvidos. E, justamente, o papel do especialista que atua no modelo híbrido é fazer a ponte entre esses dois mundos, participando do diagnóstico, auxiliando no desenho das jornadas, recomendando abordagens por canal e acompanhando os indicadores de performance diariamente.

Ao adotar essa dinâmica, a empresa contratante deixa de gastar energia administrando a complexidade de fornecedores e configurações técnicas para focar no que realmente importa: a sua estratégia de negócio. O grande benefício não é a terceirização, mas a ampliação da capacidade de execução e inovação sem a necessidade de reproduzir internamente toda essa estrutura.

À medida que se aproximam os períodos de pico de demanda do mercado — como Black Friday, Natal e campanhas de recuperação de crédito de fim de ano — a pressão sobre as operações atinge seu ponto máximo. São momentos em que as oportunidades aumentam, mas que também colocam à prova a eficiência da empresa. Considerando que os canais estão mais protegidos e o consumidor cada vez mais seletivo, intensificar disparos não é garantia de melhores resultados — é, frequentemente, receita para custos altos e canais bloqueados.

Por isso, a preparação precisa anteceder a sazonalidade. É fundamental revisar a segmentação de públicos, estruturar jornadas integradas, validar canais de contingência e testar fluxos com antecedência. Em um mercado onde a atenção do cliente é disputadíssima, a vantagem competitiva não pertence a quem faz mais tentativas, mas a quem consegue transformar cada oportunidade de contato em uma interação relevante, resolutiva e eficiente.

(*) Diretor de Serviços da Pontaltech.

Justiça gratuita e processos trabalhistas: por que prevenção e rastreabilidade ganham ainda mais peso?

Marcelo Gomes (*)

Uma decisão recente do Supremo Tribunal Federal acrescentou uma nova variável ao debate sobre litigiosidade trabalhista. No julgamento da ADC 80, o STF definiu que pessoas com renda mensal de até R$ 5 mil têm presunção relativa de insuficiência de recursos para obter a justiça gratuita. Acima desse valor, o benefício continua possível, mas o interessado deverá comprovar que não possui condições de arcar com os custos do processo.

É cedo para concluir qual será seu efeito sobre o número de processos trabalhistas, porém, essa mudança pode alterar o cálculo feito antes do ajuizamento de determinadas ações, sobretudo entre trabalhadores que recebem acima desse limite. Para os colaboradores, ainda faltam dados que mostrem quantas ações são propostas por pessoas nessa faixa de renda e, principalmente, como o novo critério influenciará seu comportamento.

Do lado das empresas, essa incerteza traz uma conclusão de que uma eventual redução da litigiosidade não deveria ser interpretada como redução da necessidade de compliance. O risco trabalhista começa muito antes de um processo chegar ao Judiciário e precisa ser acompanhado com atenção.

Essa resolução ganha ainda mais relevância considerando que a Justiça do Trabalho recebeu cerca de 2,3 milhões de novos casos em 2025, segundo dados que consideram a sua base histórica. Esse volume representa aumento próximo de 30% em relação aos 1,79 milhão registrados em 2019. No mesmo período, os valores pagos na Justiça trabalhista também cresceram e chegaram à casa dos R$ 50 bilhões anuais.

O passivo nasce na operação

Boa parte dos conflitos trabalhistas está relacionada à rotina das companhias, como a jornada, horas extras, escalas, banco de horas e cumprimento de regras internas. Em organizações com centenas ou milhares de trabalhadores, pequenas inconsistências podem se repetir em grande escala e um problema aparentemente pontual ganha dimensão financeira quando multiplicado por unidades, turnos e meses de operação.

Nesse ponto, prevenção e rastreabilidade assumem um papel relevante, onde uma empresa precisa demonstrar como determinada jornada foi registrada, quais ajustes foram realizados, quem os autorizou e quais regras estavam vigentes naquele momento. Quanto mais fragmentada a operação, maior a dificuldade de reconstruir esse histórico depois de meses ou anos.

Essa lógica também muda a forma de enxergar o custo trabalhista, no qual o passivo judicial apresenta-se como a etapa visível de uma sequência de problemas que pode começar com escalas mal dimensionadas, excesso recorrente de horas extras, falhas no controle de ponto ou processos manuais sujeitos a erros. Quando os dados permanecem dispersos, a organização tende a perceber a inconsistência apenas quando ela já produziu impacto financeiro ou gerou algum conflito.

A digitalização ajuda justamente porque aumenta a capacidade de identificar recorrências e funciona como infraestrutura para uma gestão trabalhista mais previsível. Dados de jornada e banco de horas, por exemplo, podem revelar desvios antes que eles se acumulem, e isso vale também para registros que permitem reconstruir decisões e comprovar o cumprimento dos procedimentos adotados.

Compliance não depende da litigiosidade

A decisão do STF pode estabelecer um filtro adicional para parte das pessoas que solicitam justiça gratuita e mesmo que os novos critérios produzam algum efeito sobre o volume de ações, as obrigações das empresas permanecem. Jornadas precisam ser corretamente administradas, direitos devem ser respeitados e registros precisam ser confiáveis.

Há ainda uma razão econômica para isso, já que os processos judiciais são uma das manifestações do custo de uma gestão trabalhista deficiente, mas não a única. Horas extras desnecessárias, erros no fechamento do ponto, escalas inadequadas também pressionam a operação sem necessariamente aparecer em uma ação judicial.

O debate aberto pela decisão do STF leva as organizações a olharem para suas operações com mais atenção. Mudanças nas regras de acesso à justiça podem modificar o ambiente de litigância, mas não corrigem falhas operacionais. Já companhias que estruturam dados, controles e rastreabilidade conseguem prevenir problemas, responder melhor quando eles surgem e compreender onde estão seus riscos.

O número de processos pode até cair nos próximos anos, mas o mais importante é que a gestão das empresas continue empenhada em resolver conflitos antes que eles cheguem ao Judiciário e se transformem em grandes prejuízos.

(*) CEO da Nexti, empresa brasileira especializada em soluções integradas para Recursos Humanos.

Há vagas! Ao menos temporárias

O fim do ano tradicionalmente concentra um volume maior de entregas e cobertura de férias em diferentes setores. Em 2026, o comércio e o setor de serviços brasileiros preveem a abertura de cerca de 130 mil vagas temporárias e efetivas para esta época de fim de ano, representando um acréscimo de 12 mil postos em relação ao ano anterior. Os dados são da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil).

A preparação dos candidatos começa com um currículo, em papel ou virtual, e um perfil no LinkedIn atualizados, que apresentem habilidades técnicas e experiências anteriores que demonstrem conhecimento prático e estejam alinhadas à vaga pretendida.



Gateware/Divulgação

Thatyane da Costa, gerente de Experiência do Cliente da Gateware

"Se o conhecimento não aparece com clareza no currículo ou no LinkedIn, os filtros de busca da ferramenta podem não te identificar. Por isso, é importante descrever as competências e as experiências de forma objetiva", orienta Thatyane da Costa, gerente de Experiência do Cliente da Gateware, empresa de serviços de outsourcing na área de TI.

Na empresa, ferramentas de inteligência artificial são utilizadas para comparar currículos e perfis profissionais com os requisitos das oportunidades e identificar pontos de aderência e eventuais lacunas para orientar a análise dos recrutadores. Recentemente, um caso na Gateware mostrou que um contrato temporário pode evoluir para permanente. Uma multinacional francesa precisava de um gerente de projetos para uma etapa crítica, tentou preencher a posição por meses, mas sem sucesso. A Gateware identificou e apresentou um profissional em 48 horas. "O profissional entendeu o negócio do cliente, teve comprometimento e entregou o que foi combinado, sendo assim contratado", conclui Thatyane.

Empresas & Negócios

Matéria de capa



tungnguyen0905_de_Pixabay_CANVA

TRANSFORMAÇÃO

A IA ESTÁ MUDANDO AS BUSCAS. SEU E-COMMERCE ESTÁ PREPARADO?

A forma como os consumidores pesquisam antes de comprar passa por uma transformação. Durante anos, a jornada digital esteve fortemente associada aos buscadores tradicionais, nos quais o usuário digitava palavras-chave, comparava links e acessava diferentes páginas até encontrar o produto desejado.

Felipe Coelho (*)

Com o avanço da inteligência artificial generativa, esse processo ganha uma nova dinâmica: em vez de pesquisar termos, as pessoas começam a fazer perguntas, apresentar contextos e buscar respostas mais direcionadas.

Essa mudança já aparece em pesquisas sobre comportamento de consumo. Um levantamento da Gartner com 365 consumidores americanos, realizado entre julho e agosto de 2025, identificou que 51% dos entrevistados mudaram seus hábitos de pesquisa por influência da IA generativa. Nesse grupo, 71% alteraram a maneira de formular suas consultas. A pesquisa identificou ainda que 38% passaram a utilizar termos mais específicos, 26% adotaram perguntas e outros 26% recorreram a uma linguagem mais conversacional. Os resultados reforçam que a transformação não envolve apenas as ferramentas utilizadas, mas também o modo como as pessoas expressam suas necessidades e procuram informações.

A facilidade de interação e a velocidade das respostas ajudam a explicar o crescimento das buscas em ferramentas de inteligência artificial. Ao reunir informações e apresentar recomendações em linguagem natural, esses recursos tornam a pesquisa mais intuitiva. Isso, porém, não significa que todas as respostas tenham a mesma profundidade ou contemplem todas as opções disponíveis no mercado. A IA trabalha com as informações que consegue identificar e interpretar, o que coloca um novo desafio para as empresas: garantir que seus produtos, serviços e diferenciais estejam estruturados de maneira que essas ferramentas possam compreendê-los e considerá-los em suas respostas.

Estar bem posicionado nos buscadores tradicionais continua sendo importante. O SEO (Search Engine Optimization), conjunto de técnicas voltadas à otimização de sites para mecanismos de busca, permanece como uma base relevante para a visibilidade digital. A diferença está na necessidade de ampliar essa estratégia para contemplar também o GEO (Generative Engine Optimization), que busca aumentar a presença de marcas e produtos nas respostas geradas por ferramentas de inteligência artificial.

SEO e GEO não devem ser tratados como estratégias concorrentes. Um site tecnicamente bem estruturado, com conteúdo relevante e informações organizadas, reúne condições importantes para ser encontrado tanto pelos buscadores tradicionais quanto pelas plataformas generativas. A adaptação está na maneira de apresentar essas informações. Se antes a estratégia de conteúdo priorizava, em grande medida, palavras-chave e posições nos resultados de pesquisa, agora também precisa considerar perguntas completas, intenções de busca e contextos específicos.



AI/Wicomm

Felipe Coelho

> “Um site tecnicamente bem estruturado, com conteúdo relevante e informações organizadas, reúne condições importantes para ser encontrado tanto pelos buscadores tradicionais quanto pelas plataformas generativas.

Essa mudança exige atenção especial dos e-commerces. Descrições genéricas de produtos podem não ser suficientes para responder às dúvidas de um consumidor que deseja entender diferenças entre modelos, comparar especificações ou identificar qual opção atende melhor às suas necessidades. Quanto mais completas, claras e consistentes forem as informações disponibilizadas, maiores serão as possibilidades de que os sistemas de inteligência artificial compreendam as características de cada produto e sua adequação a diferentes situações de consumo.

A qualidade do conteúdo precisa caminhar junto com a otimização técnica. Não basta produzir textos relevantes se a estrutura do site dificulta a identificação das informações. Da mesma forma, uma plataforma tecnicamente eficiente perde oportunidades quando não apresenta detalhes suficientes sobre os produtos e serviços que comercializa. Investir nesses dois pilares é fundamental para ampliar a capacidade de descoberta e construir relevância nas novas experiências de busca.

Outro aspecto importante é o impacto potencial da inteligência artificial na conversão. As ferramentas generativas começam a avançar para além da etapa de pesquisa, com experiências que permitem comparar alternativas e, em determinados mercados, concluir compras diretamente nesses ambientes. Nos Estados Unidos, por exemplo, o ChatGPT passou a oferecer compras diretamente na conversa para usuários americanos, começando por vendedores do Etsy, em uma iniciativa anunciada em setembro de 2025. Esse movimento aponta para a possibilidade das plataformas de IA se consolidarem como novos canais de venda. Para o comércio eletrônico, isso representa uma oportunidade de alcançar consumidores em diferentes momentos da jornada, inclusive antes de acessarem o site de uma marca.

Os dados de mercado também indicam que esse movimento já tem reflexos concretos no comércio eletrônico. Segundo a Adobe Analytics, em levantamento sobre a temporada de compras de fim de ano de 2025 nos Estados Unidos, o tráfego direcionado a sites de varejo por ferramentas de IA generativa cresceu 693,4% entre novembro e dezembro de 2025, em comparação com o mesmo período de 2024. O estudo analisou mais de 1 trilhão de visitas a sites de varejo americanos. A própria Adobe ressalta que a base de usuários desse canal ainda é modesta. Ainda assim, a velocidade de crescimento reforça a importância de preparar as lojas virtuais para essa nova forma de descoberta de produtos.

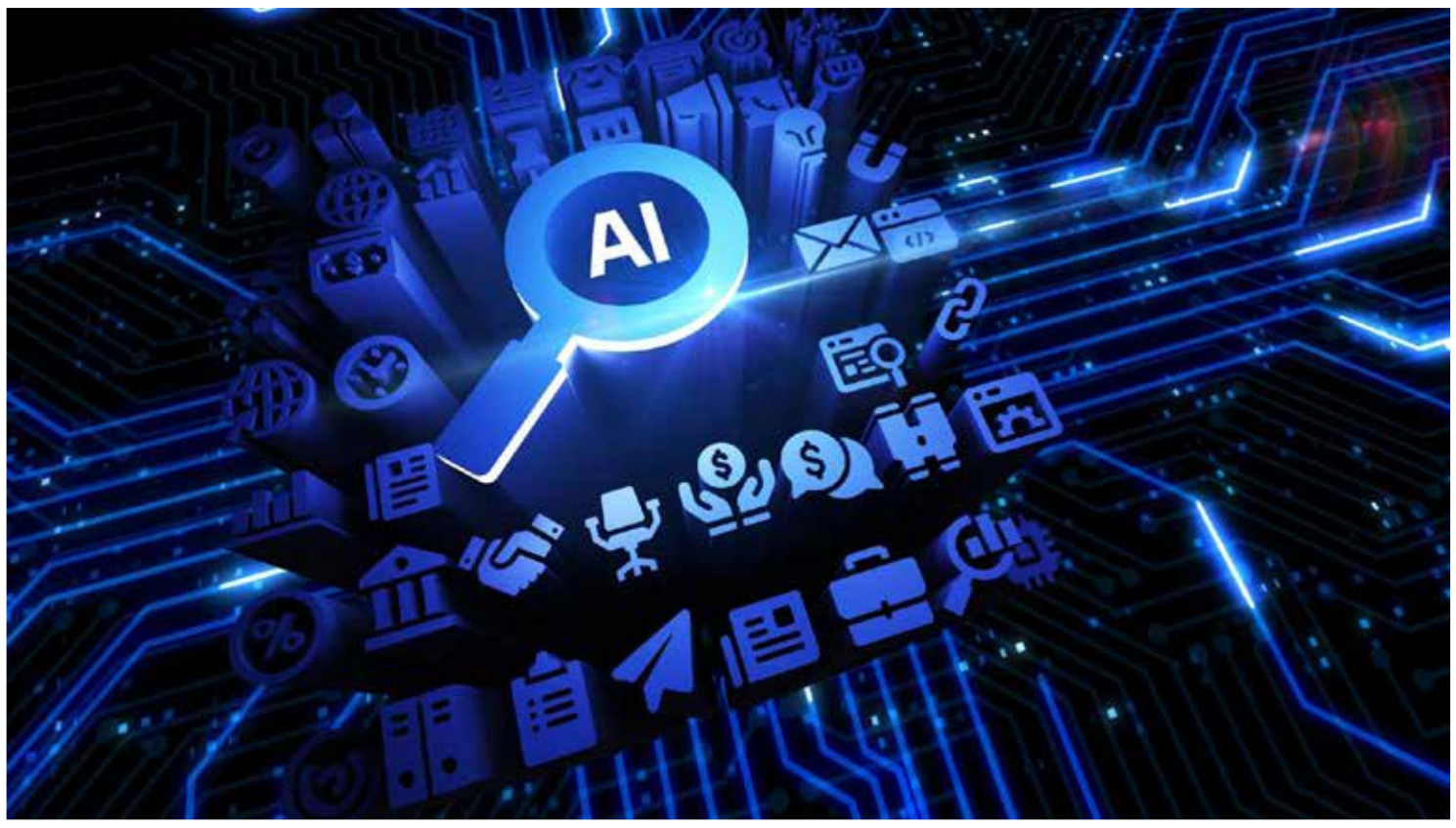
Ao mesmo tempo, a transformação exige que as empresas acompanhem a origem do tráfego e o desempenho de suas estratégias. Se uma parcela crescente das pesquisas passa a ocorrer em ambientes de inteligência artificial, depender exclusivamente dos indicadores tradicionais pode dificultar a compreensão sobre como os consumidores descobrem produtos e chegam à decisão de compra.

O risco de não acompanhar essa mudança está relacionado à perda potencial de visibilidade. Uma empresa pode continuar bem posicionada no Google e, ainda assim, deixar de aparecer em recomendações produzidas por ferramentas generativas. Caso o tráfego orgânico dos buscadores tradicionais diminua sem que novos canais compensem a diferença, a marca poderá precisar ampliar seus investimentos em mídia paga para manter o volume de acessos e vendas. O impacto, porém, não é uniforme e precisa ser avaliado a partir dos dados de cada negócio, sem presumir que a expansão das buscas por IA provoque necessariamente uma queda generalizada do SEO.

A preparação para esse cenário passa por uma combinação de fatores. Conteúdo de qualidade, especificações detalhadas, estrutura técnica adequada e atualização constante das informações são prioridades. Também é necessário desenvolver uma estratégia de GEO integrada ao trabalho de SEO, com monitoramento da presença da marca nas respostas geradas por IA e avaliação contínua dos resultados.

O momento exige planejamento e capacidade de execução. Estratégias de otimização precisam ser revistas com frequência, acompanhando a evolução das ferramentas e as mudanças no comportamento dos consumidores. Empresas que começarem a trabalhar esses aspectos a partir de agora terão mais oportunidades de construir autoridade e ampliar a presença em um ambiente que ainda está em desenvolvimento.

A inteligência artificial não elimina a importância dos buscadores tradicionais, mas amplia os espaços em que uma marca precisa ser encontrada e compreendida. Para os e-commerces, o desafio é garantir que seus produtos continuem fazendo parte das alternativas consideradas pelo consumidor, independentemente de onde a pesquisa começa. Preparar-se para essa nova dinâmica significa tratar a busca como uma frente estratégica de negócio, capaz de influenciar a descoberta, a consideração e, cada vez mais, a conversão.



putilich_CANVA

(*) CEO da Wicomm, consultoria especializada em e-commerce e performance digital. - E-mail: wicomm@nbpress.com.br.