www.netjen.com.br
ISSN 2595-8410
Sexta a segunda-feira, 20 a 23 de novembro de 2026
Ano XXII - Nº 5.713

Empresas & Negócios

MBA em Ciências de Dados abre inscrições para 320 vagas

O MBA em Ciências de Dados da USP abriu as inscrições para sua oitava turma. Oferecido pelo ICMC da USP, em São Carlos, em parceria com o CeMEAI, o curso tem duração de um ano e é voltado a profissionais de diferentes áreas que desejam aprofundar conhecimentos em ciência de dados, aprendizado de máquina e inteligência artificial (https://uspdigital.usp.br/apolo/apoObterCurso?cod_curso=55010002 1&cod_edicao=26001&numseqofeedi=1).

SergeyNivens_CANVA



CINCO DECISÕES PARA PREPARAR A OPERAÇÃO

SUA EMPRESA ESTÁ PRONTA PARA TRABALHAR COM PARCEIROS?

Leia na página 8

A IA acabou com o clique fácil, e sua empresa pode ser a próxima

Durante mais de duas décadas, a lógica de aquisição de clientes na internet seguiu uma coreografia previsível.

O consumidor tinha uma dúvida ou necessidade, digitava duas ou três palavras-chave em um buscador, analisava uma lista de dez links azuis e clicava nos resultados mais bem posicionados, fossem eles orgânicos ou patrocinados. Para as empresas, o jogo parecia claro: bastava dominar as técnicas de SEO ou investir mais pesado no leilão de mídia paga para garantir atenção, tráfego e vendas.

Esse modelo acaba de entrar em colapso silencioso.

A consolidação das buscas mediadas por Inteligência Artificial, seja por meio dos resumos generativos integrados diretamente aos motores de busca tradicionais, seja pelo uso cotidiano de assistentes conversacionais como ferramentas de pesquisa, alterou definitivamente a jornada de compra do consumidor. Hoje, o usuário não faz mais pesquisas fragmentadas; ele apresenta contextos complexos, detalha suas dores e espera uma resposta pronta, sintetizada e altamente confiável. O clique deixou de ser o ponto de partida da descoberta para se tornar, muitas vezes, apenas a etapa final de validação.

Para os negócios, essa mudança representa um choque estrutural e financeiro. Quando a inteligência artificial entrega a resposta diretamente na tela, o tráfego superficial simplesmente evapora. Empresas que construíram suas estratégias digitais baseadas exclusivamente na compra de volume de cliques ou na produção genérica de conteúdo para atrair visitantes estão vendo seu Custo de Aquisição de Clientes (CAC) disparar, enquanto suas taxas de conversão estagnam. Quem insiste na velha fórmula está pagando cada vez mais caro por uma atenção que não existe mais.

Divulgação



João Amorim

> "Empresas que construíram suas estratégias digitais baseadas exclusivamente na compra de volume de cliques ou na produção genérica de conteúdo para atrair visitantes estão vendo seu Custo de Aquisição de Clientes (CAC) disparar, enquanto suas taxas de conversão estagnam

Na MNG, empresa que fundei e lidero com foco em performance digital e inteligência de dados para negócios de alta complexidade, acompanhamos essa transição em tempo real. Gerenciando milhões em investimentos de mídia e analisando o comportamento de busca em mercados altamente exigentes e regulados, identificamos um padrão irrefutável: os algoritmos de IA não premiam mais quem apenas "grita mais alto" no leilão de anúncios. Eles passaram a atuar como curadores rigorosos de reputação e autoridade.

Antes de recomendar um serviço ou uma marca em uma resposta generativa, a IA cruza múltiplas camadas de sinais digitais. Ela avalia a consistência da presença daquela empresa na rede, a profundidade técnica das informações que ela publica, a coerência absoluta entre o que é prometido no anúncio e o que é entregue na página de destino e, fundamentalmente, a prova social real como avaliações autênticas de clientes e histórico de credibilidade.

Nesse novo cenário, estamos migrando rapidamente do tradicional SEO (Search Engine Optimization) para o que o mercado já consolida como GEO (Generative Engine Optimization). O objetivo deixou de ser apenas ranquear uma página no topo de uma lista; agora, trata-se de estruturar os dados, a reputação e a autoridade da empresa para que ela seja compreendida, citada e recomendada pelos modelos de linguagem como a melhor solução para um problema específico.

Além disso, a escassez de cliques torna cada contato infinitamente mais valioso. Se antes o marketing digital podia se dar ao luxo de desperdiçar oportunidades em processos comerciais lentos, hoje essa ineficiência é fatal para a margem de lucro. A aquisição de clientes não termina na geração do lead; ela exige uma integração cirúrgica entre inteligência artificial na atração e tecnologia de CRM na ponta do atendimento, rastreando a jornada completa desde o primeiro contato até a receita líquida no caixa.

O fim do clique tradicional não significa o fim das oportunidades no ambiente digital, mas sim o amadurecimento definitivo. As métricas de vaidade ficaram para trás. As empresas que vão sobreviver e liderar seus segmentos nos próximos anos serão aquelas que entenderem que a tecnologia não serve para enganar algoritmos, mas para amplificar a verdade, a especialização e a eficiência operacional do negócio.

(Fonte: João Amorim é Médico e fundador da MNG, empresa especializada em tráfego pago para o setor médico).

Negócios em Pauta

@matheusvaladaophoto-0270757



Vencedores da 6ª edição do Prêmio Mauricio de Sousa, celebrados durante a cerimônia em Orlando.

ADIBRA International Networking 2026 bate recorde de participação

Com recorde de público, patrocinadores e apoiadores, o ADIBRA International Networking (AIN) 2026 reafirmou sua posição como principal encontro internacional da indústria brasileira de parques e atrações. Cerca de 200 empresários, executivos e profissionais do setor participaram da edição, realizada em 17 de novembro, no Hard Rock, no Universal CityWalk, em Orlando - EUA, durante a semana da IAAPA Expo. O evento também registrou marca histórica de 50 inscrições no 6º Prêmio Mauricio de Sousa, consolidando a premiação como vitrine da evolução técnica e criativa do mercado nacional. Criado em 2019 e realizado anualmente em paralelo à programação internacional do setor, o Prêmio Mauricio de Sousa valoriza iniciativas que impulsionam o desenvolvimento do entretenimento no país, estimulando boas práticas de gestão, experiência do visitante e responsabilidade socioambiental (www.adibra.com.br). Leia a coluna completa na página 3

News@TI

Caipira Design Experience



CDX reúne profissionais de design e tecnologia no Dabi Business Park

@A Caipira Design Experience (CDX) realiza, no dia 26 de novembro, uma edição especial em Ribeirão Preto (SP) para reunir profissionais, estudantes e lideranças das áreas de design, experiência do usuário (UX), produto e tecnologia. O encontro será das 19h às 21h30, na Arena Tracbel, no Dabi Business Park, com palestras, painel de discussão e espaço para networking. A iniciativa nasceu em Piracicaba (SP), onde reuniu 300 pessoas, entre participantes e equipe de organização, em sua primeira edição, em maio deste ano. Criada para ampliar o acesso a conteúdo especializado e fortalecer comunidades profissionais de design e tecnologia, a CDX começa a expandir suas atividades para outras cidades do interior paulista (https://www.linka.la/event/cdx-ribeirao-preto). Leia a coluna completa na página 2

Visto EB-5 pode ganhar espaço em 2027? Entenda o cenário para investidores brasileiros

Reajuste dos valores mínimos, mudanças no cenário político americano e busca por diversificação patrimonial colocam programa de residência permanente no radar de empresários e famílias.

Quando proibir não basta: bets, Discord e a matemática dos incentivos

Em agosto, o Brasil restringiu transmissões ao vivo e outros recursos de vídeo do Discord, após graves denúncias de violência contra adolescentes, inclusive indução à automutilação e ao suicídio.

Carreira executiva: o que mudou na busca por crescimento profissional?

O planejamento para 2027 começa antes do fechamento do ano

Vetores do Varejo

Quando a inteligência artificial passa a escolher o que o consumidor compra

Por Lyana Bittencourt



Leia na página 7

Literatura

Livros em Revista

Ralph Peter

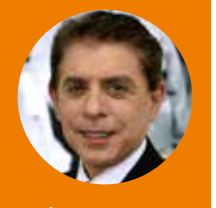


Leia na página 6

Política

A derrota do republicano

Heródoto Barbeiro



Leia na página 2

Economia da Criatividade

O Paradoxo das Bolsas de Estudo: Quando o Desconto Atrai Alunos, mas Enfraquece o Valor da Marca

Carol Olival

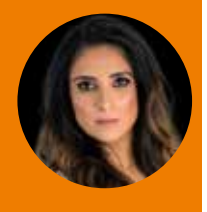


Leia na página 4

Negócios & Carreira!

Sonhar alto sem atropelar o tempo

Fabiana Monteiro



Leia na página 5