

MUITA GENTE AINDA NÃO PERCEBEU

CINCO

▶▶▶

Leia na página 8

MUDANÇAS
RADICAIS
PELAS QUAIS
O MERCADO
DE TRABALHO
ESTÁ PASSANDO



A nova corrida das montadoras acontece na inteligência artificial

Casos recentes de Volkswagen, BMW e Stellantis mostram como a IA já está redesenhando a indústria global

Quem viu a Volkswagen recriar, com o auxílio da inteligência artificial, um encontro entre Elis Regina e Maria Rita durante as comemorações de seus 70 anos no Brasil certamente reagiu com um “uau”.

Após três anos, ações como essa se tornaram comuns.

Para Matheus Miranda, CIO da IRRAH Tech, o episódio ajuda a ilustrar uma mudança mais ampla. “O que para muitos parece apenas uma ação de marketing é, na verdade, um reflexo da forma como a inteligência artificial vem sendo incorporada às operações das empresas. Trata-se de uma transformação estrutural que já impacta diferentes setores da economia, incluindo o automotivo”, afirma.

Nos últimos meses, a própria Volkswagen anunciou o uso da tecnologia em áreas que vão desde assistentes virtuais embarcados até sistemas avançados de direção automatizada. Já a BMW anunciou o início de projetos para utilização de robôs humanoides apoiados por inteligência artificial em suas linhas de produção na Europa, e a Stellantis (dona de marcas como Jeep, Fiat, Peugeot e Citroën) firmou uma parceria estratégica de cinco anos com a Microsoft para desenvolver mais de uma centena de iniciativas baseadas em inteligência artificial.

No Brasil, a inteligência artificial já começa a ser vista menos como uma ferramenta e mais como uma camada essencial da infraestrutura que sustenta os negócios.

Uma pesquisa conduzida pela Meta em parceria com a Fundação Dom Cabral (FDC) mostrou que 82,5% dos CEOs e executivos entrevistados classificam a IA como relevante para seus negócios. Desse total, 34,2% a consideram importante, 30% muito importante e 18,3% extremamente importante.

A “Pesquisa Inteligência Artificial Aplicada à Estratégia”, realizada com mais de 100 líderes de empresas brasileiras e multinacionais distribuídas em 20 setores da economia, revela, porém, um paradoxo. Embora a maioria das or-



Cristiano Buss

“Muitas [empresas] reconhecem o valor da inteligência artificial, mas ainda não possuem estrutura, equipe ou orçamento para desenvolver soluções proprietárias.

ganizações reconheça a importância estratégica da tecnologia, 43,3% destinam menos de 1% de seus orçamentos para iniciativas de inteligência artificial. Além disso, 42,7% apontam a falta de conhecimento especializado como principal barreira para avançar na adoção da tecnologia. Integração com sistemas legados, custos de implementação, segurança e conformidade também aparecem entre os principais desafios.

“Esse cenário ajuda a explicar uma característica cada vez mais presente nas empresas brasileiras: muitas reconhecem o valor da inteligência artificial, mas ainda não possuem estrutura, equipe ou orçamento para desenvolver soluções proprietárias. A adoção, portanto, tende a acontecer por meio de plataformas já prontas, capazes de conectar IA aos processos de negócio sem exigir grandes estruturas internas de desenvolvimento”, diz Miranda.

Segundo o especialista da IRRAH, em vez de investir anos no desenvolvimento de modelos próprios ou na formação de equipes altamente especializadas, muitas empresas têm optado por soluções já disponíveis no mercado, capazes de acelerar a adoção da inteligência artificial e reduzir as barreiras de entrada. A estratégia permite transformar rapidamente recursos antes restritos às grandes corporações em ferramentas acessíveis para operações de diferentes portes e segmentos.

Ele cita como exemplo o GPT Maker, desenvolvido pela empresa, uma plataforma que permite criar agentes de inteligência artificial treinados com informações específicas de cada negócio. Na prática, as empresas podem alimentar o sistema com documentos, manuais, políticas internas, catálogos de produtos, perguntas frequentes e bases de conhecimento próprias para que a IA responda de forma contextualizada e alinhada à realidade da organização. A solução também se integra a canais como WhatsApp, Instagram, TikTok, sites, CRMs e APIs corporativas, permitindo que os agentes atuem em diferentes etapas da jornada do cliente, desde o atendimento inicial até o suporte e acompanhamento pós-venda.

“Em vez de aplicações isoladas, como chatbots básicos ou automações restritas a tarefas repetitivas, a inteligência artificial passa a ser incorporada diretamente ao núcleo das operações. Isso significa atuar sobre fluxos inteiros, cruzar dados de diferentes áreas e influenciar decisões com base em contexto, histórico e comportamento, sem rupturas na jornada”, afirma o executivo.

O impacto dessa transição é visível, sobretudo, nas áreas de atendimento e relacionamento com o cliente, tradicionalmente marcadas por processos fragmentados, múltiplos canais e alta dependência de interações humanas.

“O GPT Maker, por exemplo, possibilita a criação de agentes de IA personalizados conforme as necessidades de cada negócio. Eles são capazes de aprender com as interações, adaptar a comunicação e tomar decisões alinhadas aos objetivos da empresa”, destaca o CIO. “Nesse estágio de maturidade, compreender a IA apenas como uma ferramenta é insuficiente. Agora, será preciso enxergá-la como um elemento fundamental da arquitetura digital, capaz de reconfigurar não apenas processos, mas a própria lógica de funcionamento do mercado”, conclui o executivo.

Negócios em Pauta

ipuwwadl_CANVA



Venture builder lança programa de gestão para lideranças executivas e empresários

Para debater mais sobre o tema, acontece em São Paulo, entre os dias 22 de agosto e 10 de outubro, a imersão Ambidestria Executiva, programa que reunirá 30 empresários e executivos para uma jornada de aproximadamente 50 horas de conteúdo, combinando encontros presenciais e online. Ao final da formação, cada participante deverá sair com um plano estruturado de transformação para aplicar em sua organização. O programa é organizado pela Lions Startups, venture builder com foco na incubação e aceleração de startups em diferentes segmentos da economia, e pretende mostrar como inteligência artificial, dados e ferramentas digitais podem apoiar a tomada de decisão e fortalecer uma visão sistêmica da empresa, permitindo que gestores preservem os resultados operacionais atuais enquanto estruturam um crescimento consistente para os próximos anos (<https://unilions.com.br/aplicacao>).

▶▶▶

Leia a coluna completa na página 3

News@TI

AI/AutomationEdge User Conference 2026



AutomationEdge User Conference 2026

@A discussão sobre inteligência artificial nas empresas está entrando em uma nova etapa, em que depois de um primeiro ciclo marcado pela experimentação com ferramentas generativas, a atenção começa a se voltar para sistemas capazes não apenas de produzir respostas, mas de executar tarefas, conectar diferentes sistemas e conduzir etapas inteiras de um processo. É esse movimento que estará no centro da AutomationEdge User Conference 2026 – Brazil Edition, que acontece na próxima quarta-feira, dia 19, em São Paulo. Promovido pela AutomationEdge, fornecedora de soluções de Hyperautomação, o encontro reunirá executivos, especialistas, clientes e parceiros para discutir como a combinação entre RPA, inteligência artificial generativa e agentes inteligentes pode alterar a forma como as empresas operam (<https://www.sympla.com.br/evento/automationedge-user-conference-2026/3439405>).

▶▶▶

Leia a coluna completa na página 2

Automóveis



O papel humano na qualidade digital é insubstituível e ignorar é um risco

A automação avançou, os dados se multiplicaram e a inteligência artificial passou a fazer parte da rotina de quem trabalha com produtos digitais.

▶▶▶

Do hackathon ao esquecimento: por que inovação não escala em muitas empresas?

O Brasil investe hoje 1,19% do Produto Interno Bruto (PIB) em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), segundo dados recentes do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação.

▶▶▶

Empreender sem IA será como correr uma maratona de chinelo, dizem especialistas

Dizem que no Brasil o ano só começa depois do Carnaval. E o cenário para quem deseja abrir o próprio negócio no país, em 2026, é marcado por um paradoxo: ao mesmo tempo em que as barreiras tecnológicas diminuíram e estão mais acessíveis, a exigência por profissionalismo nunca foi tão alta.

▶▶▶

Por que tantas empresas avançam em tecnologia, mas não em maturidade digital

Empresas brasileiras nunca investiram tanto em tecnologia quanto nos últimos anos. A modernização ganhou status de prioridade estratégica e hoje, conselhos, diretorias e lideranças de negócio discutem temas como cloud, inteligência artificial, automação, dados e cibersegurança como fatores que estão ligados à competitividade e ao crescimento das organizações.

▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO
FINANCEIRO

faça a leitura do
QR Code com seu celular



OPINIÃO

Inteligência artificial redesenha a eficiência logística global

Rodrigo Costa (*)

A logística está entrando em uma nova era em que velocidade, precisão e previsibilidade definem o sucesso.

A capacidade de analisar informações em tempo real e antecipar cenários transforma operações antes reativas em processos mais ágeis e estratégicos, capazes de se adaptar rapidamente às mudanças do mercado e às demandas do consumidor. Nesse contexto, o uso estruturado de dados passa a orientar decisões e a aprimorar continuamente a execução das operações.

O avanço de modelos generativos e sistemas inteligentes amplia a visão operacional das empresas ao permitir a identificação precoce de situações críticas, a antecipação de falhas e a redefinição de rotas antes que impactos ocorram. A simulação de trajetos em tempo real combina variáveis como tráfego, condições climáticas, restrições operacionais e prioridades de entrega, oferecendo uma leitura mais ampla do ambiente operacional, que vai além do planejamento tradicional.

À medida que essas operações se tornam mais dinâmicas, o processo decisório deixa de depender exclusivamente de estruturas fixas, permitindo ajustes de forma contínua, tanto nos processos logísticos quanto nas rotas, garantindo maior precisão e consistência nas ações, sem depender apenas de modelos tradicionais de planejamento.

Operações orientadas por dados em tempo real

Soluções de roteirização passaram a processar volumes muito maiores de informações em poucos segundos. O que antes exigia análises extensas agora acontece em poucos segundos, permitindo encurtar distâncias percorridas, reorganizar janelas de entrega e elevar a confiabilidade das operações. Os ganhos se refletem na eficiência operacional e na experiência percebida pelo cliente.

Esse avanço também redefine a forma como variáveis como consumo de combustível e metas ambientais são incorporadas ao dia a dia. A análise simultânea de diferentes cenários, apoiada por dados históricos, informações climáticas e projeções preditivas, viabiliza escolhas mais equilibradas antes da definição dos trajetos. O resultado é uma operação mais eficiente, sustentável e alinhada aos objetivos estratégicos das organizações.

Mesmo com esse progresso, a adoção plena dessas tecnologias ainda enfrenta desafios estruturais. A complexidade das operações e a coexistência de múltiplos sistemas dificultam a integração eficiente das soluções. Estudos da Gartner indicam que apenas uma parcela das empresas conta com uma estratégia clara para orientar o uso da tecnologia, o que mantém muitas iniciativas fragmentadas e com resultados limitados.

A falta de padronização de dados e a resistência à mudança seguem como entraves relevantes. Sem investimentos consistentes em governança da informação, capacitação e revisão de processos, os benefícios tendem a se diluir. Para que a inteligência artificial gere resultados sustentáveis, é fundamental fortalecer a base de dados, alinhar fluxos internos e preparar as equipes para utilizar a informação de forma estratégica.

Mercado avança para modelos mais inteligentes

Apesar dos desafios, o movimento de transformação no setor segue em direção à modernização. A IDC projeta que investimentos globais em inteligência artificial alcançarão US\$ 1,3 trilhão até 2029, impulsionados pela adoção de algoritmos de otimização, análise preditiva e sistemas de apoio à decisão baseados em dados operacionais. Esse avanço reforça a consolidação da tecnologia como parte central das estratégias de competitividade.

Com a evolução dos modelos de análise e simulação e o crescimento contínuo do volume de dados, as operações logísticas ampliam sua capacidade de antecipar cenários e ajustar processos de forma contínua. As decisões passam a incorporar informações atualizadas, reduzindo a dependência exclusiva de dados históricos. Ao mesmo tempo, o planejamento tradicional dá lugar a estruturas capazes de se reorganizar diante das variações diárias, tornando o fluxo operacional mais consistente e adaptável.

O movimento de transformação continuará acelerando nos próximos anos. Com o avanço da inteligência artificial e a ampliação do uso de dados nas decisões operacionais, a logística caminha para um modelo mais conectado, resiliente e preparado para lidar com a complexidade e a dinâmica do mercado atual.

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

Data center da Amazon deverá ser o maior poluidor dos Estados Unidos

Um data center que vem sendo construído pela Amazon deve se tornar a maior fonte de poluição dos Estados Unidos, segundo noticiou recentemente o The New York Times.

Vivaldo José Breternitz (*)

A empresa, que é a maior operadora global de data centers, obteve as licenças necessárias para o projeto. O empreendimento será alimentado por uma usina de gás natural localizada no mesmo complexo, no condado de Pecos, no Texas. A nova usina contará com 35 turbinas a gás natural capazes de gerar até 7,65 gigawatts de energia.

Para gerar esse volume de energia, a queima do combustível lançará na atmosfera 33 milhões de toneladas de dióxido de carbono por ano, volume superior ao de qualquer outra usina termelétrica do país, disse o jornal.

A Amazon segue tocando o projeto, mas mantém a promessa de se tornar totalmente neutra em carbono até 2040. A empresa assumiu esse compromisso em 2019, mesmo ano em que foi uma das fundadoras do The Climate Pledge, uma aliança que reúne mais de 700 empresas e que pretende incentivar empresas e outras organizações a alcançarem a neutralidade de emissões de carbono até 2040, dez anos antes da meta de 2050 estabelecida pelo Acordo de Paris.

Apesar do compromisso, as emissões de CO₂ da Amazon vem crescendo, impulsionadas sobretudo pelo investimento de centenas de bilhões de dólares na construção de novos data centers para suportar o avanço da inteligência artificial.

Em nota enviada ao *The New York Times*, a Amazon reconheceu o impacto negativo da expansão da infraestrutura de IA sobre suas metas climáticas, mas reforçou que permanece totalmente comprometida com o objetivo de emissões neutras. “O mundo hoje é diferente de quando confundamos o



Natalie_Dmay_de_Pexels_CANVA

Climate Pledge”, afirmou a porta-voz da Amazon, Margaret Callahan. “Nosso compromisso, contudo, não mudou”.

O posicionamento da Amazon é similar ao da Microsoft, que também enfrenta dificuldades para cumprir a meta ainda mais ambiciosa de alcançar a neutralidade de carbono até o fim desta década. No mês passado, a empresa divulgou em seu mais recente Relatório de Sustentabilidade Ambiental que suas emissões líquidas subiram 25% em relação ao ano anterior. O aumento decorre do crescimento da infraestrutura de data centers e da decisão de suspender o uso de certificados de energia renovável de curto prazo, mecanismos que reduzem, apenas no papel, a pegada de carbono sem injetar energia limpa nas redes elétricas. A empresa, no entanto, reitera que atingirá a meta estabelecida para 2030.

A construção de data centers vem sofrendo oposição cada vez maior, em função dos impactos ambientais gerados por eles. No entanto, o governo Trump

tem apoiado novos projetos na área, inclusive incentivando construções mediante o redirecionamento do uso de terras federais.

Para evitar sobrecarregar as redes públicas de energia elétrica, muitos data centers migraram para a geração de energia própria no próprio local, modelo adotado no novo complexo da Amazon. Embora algumas empresas avaliem fontes renováveis e nucleares, o gás natural permanece como a matriz energética preferida na maioria dos projetos em razão de sua ampla disponibilidade.

A gestão Trump também apoia essa abordagem, promovendo combustíveis fósseis como petróleo, gás e carvão em detrimento de fontes de energia mais sustentáveis, o que, em termos de mundo, é simplesmente lamentável.

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

Plataforma de e-commerce para ajudar pequenos empreendedores a vender em qualquer canal

A Hostinger amplia seu portfólio no Brasil com o lançamento da Hostinger Ecommerce no Brasil, plataforma desenvolvida para pequenos empreendedores que vendem por diferentes canais digitais, como sites próprios, WhatsApp, Instagram e marketplaces, mas precisam de uma forma simples de centralizar a gestão do negócio.

O lançamento acontece em um momento em que o comércio digital brasileiro se consolida

como um ambiente cada vez mais multicanal. Embora plataformas e redes sociais ampliem as oportunidades de venda, muitos empreendedores ainda dependem dessas plataformas para administrar pedidos, clientes e operações. Essa dependência pode representar riscos para o crescimento do negócio diante de mudanças de políticas, algoritmos ou custos de operação. A Hostinger Ecommerce foi desenvolvida para oferecer uma infraestrutura

própria, permitindo que pequenos negócios mantenham o controle sobre sua operação enquanto expandem sua presença digital. A plataforma permite configurar o negócio uma única vez e administrar produtos, estoque, pedidos, pagamentos, envios e clientes por meio de um painel centralizado, independentemente do canal onde a venda foi realizada (<https://www.hostinger.com/br/ecommerce>).

News @ TI

ricardosouza@netjen.com.br

Eduzz reúne mais de 600 mil empreendedores digitais e reforça o amadurecimento do setor

@ A creator economy já movimentaria mais de US\$250 bilhões em todo o mundo, segundo o Goldman Sachs, com projeção de chegar a US\$480 bilhões até o próximo ano. No Brasil, esse mercado vem deixando de ser associado apenas a formatos mais pontuais ou ciclos rápidos de atenção para avançar em direção a uma lógica mais madura, profissionalizada e diversificada. Esse movimento aparece de forma concreta na trajetória da Eduzz, que atua como uma plataforma e comunidade para empreendedores digitais, possuindo atualmente mais de 2,5 milhões de produtos cadastrados, entre cursos online, livros e e-books, eventos presenciais, MBA e Pós Graduações, SaaS e apps. Desde 2014, aproximadamente 150 mil produtores e 500 mil afiliados já venderam através da companhia, conectando creators, especialistas e empreendedores digitais a uma base de 26,7 milhões de compradores.

Bancos vão investir R\$ 50,4 bilhões em tecnologia

@ A Pesquisa Febraban de Tecnologia Bancária 2026, realizada pela Deloitte, acaba de mostrar o tamanho da aposta dos bancos brasileiros em tecnologia: o setor prevê investir R\$ 50,4 bilhões neste ano, alta de 8% em relação a 2025. Em cinco anos, esse orçamento cresceu 58%. Os dados também mostram para onde esses investimentos estão indo. Inteligência artificial generativa e cloud estão entre as prioridades para 84% das instituições pesquisadas; já a cibersegurança aparece como tema de relevância alta ou média para 100% delas. Ao mesmo

tempo, experiência do cliente, personalização e uso de dados ganham espaço na estratégia dos bancos.Inscrições abertas para a Sessão 6 do curso Jornada Estratégias de IA

@ A Escola Nacional de Administração Pública (Enap) abriu o período de inscrições para a Sessão 6 do curso Jornada Estratégias de Inteligência Artificial para a Transformação Governamental. O tema da aula será "IA para Cuidar Melhor: Personalização, Eficiência e Equidade na Saúde Pública". Podem se inscrever até dia 16 de agosto ocupantes de cargos de liderança a partir de FCE/CCE 13 ou equivalentes em órgãos e entidades federais. No caso de pessoas autodeclaradas pretas, pardas, indígenas ou pessoas com deficiência, estão aptas a participar a partir de FCE/CCE 10 ou equivalentes (<https://www.enap.gov.br/>).

Ericsson lança o Agentic rApp as a Service

@ A Ericsson anunciou o lançamento de sua inovadora solução Agentic rApp como Serviço (rApp as a Service). Essa solução revolucionária, desenvolvida na plataforma da AWS, foi projetada para transformar o processo de otimização de redes, utilizando a IA Agentic para raciocínio e coordenação dos processos de otimização. Além disso, a solução apresenta uma interface de linguagem natural, baseada em IA Generativa, que permite às equipes das Operadoras de Telecomunicações (CSPs) conversarem com a rede (talk with the network) transformando linguagem natural em instruções para o sistema alimentado por IA Agentic. A solução de rApp aaS, já disponível no Marketplace da AWS, simplifica a implantação, escalabilidade, flexibilidade e controle de custos para as operadoras em suas jornadas rumo a Redes Autônomas (<https://www.ericsson.com/Agentic-rApp-aas>).

Empresas & Negócios	José Hamilton Mancuso (1936/2017) Responsável: Lilian Mancuso	Laurinda Machado Lobato (1941-2021)	José Leonil Lobato (1939-2026)
Editorias <i>Economia:</i> Nelson Tucci (nelson.tucci@netjen.com.br) <i>Mercado/Negócios/Tecnologia/Agronegócios/ Espaço empresarial:</i> Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); <i>Livros:</i> Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br) <i>Comercial:</i> comercial@netjen.com.br <i>Publicidade Legal:</i> lilian@netjen.com.br	<i>Webmaster/TI:</i> Fabio Nader; <i>Editoração Eletrônica:</i> Ricardo Souza. <i>Revisão:</i> Maria Cecília Camargo; <i>Serviço informativo:</i> Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.	Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.	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.
Colaboradores: Ana Luisa Winckler, Carol Olival, Claudia Lazzarotto, Denise Debiasi, Fabiana Monteiro, Geraldo Nunes, Heródoto Barbeiro e Neiva Mendes	ISSN 2595-8410		

Inflação supera teto em 0,52 p.p. e ameaça novo corte da Selic

Economistas vêem alta de 4,22% para 2027 e 3,8% em 2028

“Juro menor não significa imediatamente risco de crédito menor. A redução da Selic alivia despesas financeiras e pode melhorar o refinanciamento das empresas, mas a desaceleração da economia limita receitas e geração de caixa”, diz Gabriel Barca, head de relacionamento com investidores da Ouro Preto Investimentos, acrescentando que a ata do Comitê de Política Monetária (Copom) mostra que este procura administrar a transição com cortes pequenos: “Flexibilizar o suficiente para impedir uma contração excessiva, sem reacender a inflação ou provocar deterioração das expectativas”.

Para José Alfaix, economista da Rio Bravo Investimentos, a ata trouxe tom comparativamente mais agressivo que sua última divulgação. A despeito do corte, ele observa o crescimento de algumas preocupações que levaram o comitê a abandonar o *forward guidance* por ora. “As expectativas talvez sejam o ponto principal de incômodo do BC, uma vez que, mesmo a taxas tão restritivas, não observamos convergência nos prazos mais longos registrados pelo boletim Focus”. Mesmo com a queda do IPCA 2026, as projeções de inflação dos economistas seguem em 4,22% para 2027 e 3,8% em 2028. “Este último prazo é de maior preocupação para a autoridade monetária,



uma vez que implica maior ceticismo do mercado no cumprimento do mandato inflacionário”, alerta Alfaix.

Cautela

Na opinião de alguns economistas, a Ata do Copom reforça uma postura de cautela do Banco Central, mesmo após a redução da Selic para 14% ao ano. O BC reconhece sinais mais claros de desaceleração da atividade econômica, mas ainda convive com um mercado de trabalho resiliente, inflação de serviços pressionada e expectativas acima da meta. André Luiz Haas Caruso, CEO da Pilar Capital, é um dos que concorda com este raciocínio comentando ainda: “Entendemos que o ciclo de queda dos juros pode continuar, porém de forma gradual e totalmente dependente da evolução dos dados. O recado é que não há, neste momento, espaço para uma aceleração automática dos cortes. O IPCA recém-divulgado será particularmente importante para a próxima decisão. Um resultado abaixo do esperado,

acompanhado de melhora nos núcleos e principalmente nos serviços, reforçaria o processo de desinflação e abriria espaço para mais um corte da Selic”.

Percepção de risco

Cortar a Selic é uma decisão do Banco Central; reduzir o custo efetivo do crédito depende também da percepção de risco sobre quem toma o recurso. A ata indica que o Copom reconhece a perda de força da atividade, mas ainda não enxerga segurança suficiente para transformar o corte de 0,25 ponto percentual em uma sequência automática. A leitura é de, Alberto Friggi, CEO da Friggi & Secco, interpretando que essa cautela faz sentido “porque uma economia mais fraca produz dois efeitos opostos: reduz a pressão da demanda sobre os preços, mas também pode limitar a receita e a capacidade de pagamento de famílias e empresas”. E continua: “Se o segundo efeito prevalecer, bancos e financiadores poderão manter spreads elevados mesmo com a taxa básica em

queda. O IPCA de hoje será importante pela capacidade de mostrar qual desses processos está avançando. Uma desaceleração concentrada em alimentos teria impacto limitado sobre a decisão de setembro, pois não comprovaria que o aperto monetário atingiu a inflação ligada ao consumo”.

Pode se enganar quem pensa somente no ambiente interno, pressionado por eleições próximas. “O principal limite aos cortes brasileiros pode estar fora do Brasil”, assinala Fábio Murad, sócio e fundador da Ipê Avaliações, advertindo que o tipo Brent de petróleo voltou à casa dos US\$ 88 após subir cerca de 5% em 2 dias, enquanto os Treasuries de 10 anos se aproximaram de 4,7% e o mercado passou a dividir suas apostas sobre uma alta do Fed em setembro. “Essa combinação amplia o risco de inflação global e encarece o capital”, analisa, aduzindo em seguida: “Para o Copom, o problema não se resume ao custo do petróleo: juros americanos mais elevados reduzem a atratividade relativa dos ativos brasileiros. Se o diferencial de juros cair rapidamente, o câmbio pode absorver parte do ajuste e devolver inflação por meio de combustíveis, equipamentos e insumos importados. A ata evita sinalizar uma trajetória fechada justamente porque o cenário doméstico permite cortes, mas o externo pode retirar esse espaço”, conclui.

Brasilidade como vantagem competitiva

Alicia Cesario (*)

O mercado global parece ter esgotado boa parte das fórmulas para construir marcas relevantes. Consumidores e empresas já não se deixam convencer apenas por campanhas sofisticadas ou discursos elaborados. Em um cenário de excesso de informação, o que desperta interesse é o que revela identidade, propósito e originalidade.

Foi dessa percepção que nasceu a Badauê. Acreditamos que um dos maiores diferenciais competitivos do país está naquilo que nos torna únicos: cultura, criatividade, diversidade e o gingado brasileiro. A brasilidade nunca foi um elemento decorativo, mas uma forma de pensar e resolver problemas. Está na riqueza dos nossos materiais, na capacidade de improvisar e no jogo de cintura que transforma desafios em oportunidades.

Quando compreendida de maneira estratégica, a identidade cultural deixa de ser apenas expressão e passa a ser ativo de inovação, diferenciação e geração de valor. A brasilidade já atua, inclusive, como motor de vendas e precificação. Dados do Sebrae Rio indicam que produtos e experiências com narrativa e origem brasileiras cresceram 74% globalmente em três anos.

O estudo Insurgent Brands, da Bain & Company, aponta que marcas emergentes com clareza de identidade e estrutura operacional enxuta crescem até 10 vezes mais no ponto de venda e praticam preço 2,1 vezes superior à média do setor. Essa visão ganha relevância em um momento marcante: em 2026, a Badauê completa cinco anos de crescimento, reunindo mais de 170 mil seguidores nas redes, 200 marcas atendidas e 800 artistas impulsionados.

Chegou o momento da brasilidade dar um passo além. Com o apoio da ApexBrasil, iniciaremos a expansão internacional deste selo nacional, por meio de um programa de

preparação para exportação de consultoria estratégica de marcas. A parceria reflete uma convergência de propósitos: reconhecer a identidade brasileira como ativo para ampliar nossa presença global, mostrando um Brasil que exporta criatividade, inteligência e inovação.

A escolha da Itália como primeiro mercado tem dimensão pessoal. Lá foi possível estudar e ver de perto como uma cultura transformou sua identidade em valor econômico. Moda, design, gastronomia e turismo mostram como história, território e tradição alimentam o “Made in Italy”, uma construção de marca reconhecida mundialmente. E por que não faríamos o mesmo? Temos uma das culturas mais diversas do mundo, mas ainda exploramos pouco essa riqueza como posicionamento internacional. A Badauê veio para preencher essa lacuna, transformando identidades culturais em estratégias de marca por meio de diagnóstico, pesquisa, narrativas, naming e identidades verbais e visuais.

O Brasil tem potencial para construir um “Made in Brasil” com propriedade, uma expressão genuína capaz de transformar nossa diversidade em diferencial competitivo. A Itália será o primeiro passo para a expansão rumo a outros países da União Europeia, fortalecendo parcerias com câmaras de comércio, universidades e o ecossistema da economia criativa. O Brasil reúne as condições para ocupar esse espaço. O que precisamos é reconhecer esse patrimônio como ativo estratégico e econômico. Quando deixamos de enxergar a brasilidade apenas como símbolo e passamos a tratá-la como estratégia, ela ganha uma nova dimensão. Torna-se ferramenta de inovação, posicionamento e competitividade. E talvez seja justamente essa autenticidade, tão brasileira, que o mundo esteja procurando.

(*) Alicia Cesario é CEO da Badauê Plataforma de Inovação Cultural.

Copa Airlines e Argo Solutions anunciam integração no segmento MICE

A Copa Airlines anunciou a integração de seu conteúdo New Distribution Capability (NDC) ao OBT Argo, plataforma de gestão de viagens corporativas utilizada por empresas e agências de viagens no Brasil e na América Latina. A iniciativa amplia as opções de acesso ao conteúdo da companhia aérea no ambiente corporativo.

O NDC é um padrão de distribuição desenvolvido pela International Air Transport Association (IATA) para modernizar a comunicação entre companhias aéreas,

agências de viagens e clientes corporativos. O modelo permite disponibilizar conteúdos mais completos, produtos e serviços diferenciados, além de ofertas personalizadas diretamente nos canais conectados à tecnologia.

“A Copa Airlines vive um importante momento de expansão no Brasil, e a integração do nosso conteúdo NDC ao OBT Argo representa mais um passo dentro dessa estratégia”, explica Monica Afonso, Country Manager da Copa Airlines no

Brasil. Nesta primeira fase, a integração contempla funcionalidades como combinação de voos NDC e não NDC em uma mesma busca, itinerários de ida e volta, voos domésticos, internacionais e multidestinos, filtros avançados de pesquisa por período, horário e cabine, acesso a tarifas públicas e privadas com suas respectivas regras tarifárias, utilização de programa de fidelidade (Frequente Flyer), emissão online, diferentes formas de pagamento e integração com sistemas de backoffice.



Delivery cresce

O crescimento do delivery segue remodelando as estratégias de expansão no food service, conforme dados da Abrasel. E a rede de pizzarias La Braciera decidiu surfar a onda e transformar esse movimento em combustível para seu crescimento. A rede de pizzarias anuncia a abertura de uma nova dark kitchen em Santo Amaro, na Zona Sul de São Paulo, exclusivamente dedicada aos pedidos de entrega, como parte de um plano que prevê novas operações em 2026. La Braciera investe agora R\$ 400 mil nesta nova dark kitchen. A expectativa da marca é ampliar a capacidade logística e o alcance do delivery em bairros estratégicos como Santo Amaro, Chácara Santo Antônio, Granja Julieta, Brooklin, Campo Belo e Alto da Boa Vista e região, atendendo um raio de até 6,7 km. “O modelo acompanha o crescimento da demanda por entregas, além da busca dos consumidores por experiências gastronômicas premium dentro de casa”, resume Daniel Lucco, CEO da rede.

Studio + Saúde

O Studio Fabrício Bastos deu mais um importante passo em sua trajetória de expansão nacional. A rede acaba de inaugurar sua primeira unidade em São Paulo, localizada na Rua Pamplona, um dos principais polos de negócios e qualidade de vida da capital paulista. A chegada à maior cidade do país marca o início de uma nova fase, focada no mercado de franquias. A unidade de São Paulo conta com a sociedade da médica Linelly Morellato, defensora da prevenção e mudança de hábitos, na saúde. “Precisamos investir na promoção da saúde e na prevenção”, diz.

Olho no Consignado

Empresários do setor de alimentação fora do lar precisam se adaptar às novas regras de utilização das garantias e de desconto do crédito consignado nas rescisões contratuais. O Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) publicou a Portaria nº 1.115, que altera as regras do Crédito do Trabalhador, modalidade de empréstimo consignado para trabalhadores com carteira assinada. A norma regulamenta a oferta e a utilização de garantias nessas operações, mediante autorização do trabalhador, e modifica os procedimentos de cálculo e desconto no momento da rescisão do contrato de trabalho.

Porsche/Carrega

A Porsche Brasil e a Green V inauguram um novo hub de carregamento no Posto Buffon 15, em Joinville (SC), localizado na Rodovia BR-101, Km 33. Motoristas de veículos elétricos que percorrem a BR-101 passam a contar com mais uma opção de recarga rápida em um dos principais corredores rodoviários do Sul do Brasil. A nova estação integra o projeto Highway Charging 3.0, iniciativa que amplia a rede de carregadores ultrarrápidos da Porsche em rodovias brasileiras e reforça a infraestrutura necessária para tornar as viagens de longa distância cada vez mais práticas, seguras e convenientes para os usuários de veículos eletrificados. O projeto Highway Charging 3.0 prevê a instalação de 66 carregadores DC ultrarrápidos, com potência de até 150 kW, em pontos estratégicos das rodovias brasileiras. A conclusão está prevista para 2028, com investimento total de R\$ 70 milhões.



Agenda Energética

Setores da economia, nacional e internacional, ocupam-se da transição energética, investindo na mudança para atender as novas necessidades de mercado. E o naval é um deles. Por isso a 20ª edição da Navalshore estará imperdível para quem acompanha estas atividades. Evento reunirá empresas de diferentes elos da cadeia naval e offshore, de estaleiros e sociedades classificadoras a fabricantes de sistemas de propulsão, automação, tintas, equipamentos de convés, comunicação e serviços especializados. A relação inclui fornecedores brasileiros e grupos internacionais, com destaque para companhias da China, Alemanha, Japão, Noruega, Suécia, Itália, Reino Unido, Países Baixos e Estados Unidos. Com patrocínio Master da Transpetro, a feira e conferência será realizada de 18 a 20 de agosto, no ExpoRio, no Rio de Janeiro.

Propulsão e Eletrificação

Ainda sobre a 20ª Navalshore, destaque-se o maior conjunto de expositores concentrado em propulsão, motores, automação, eletrônica embarcada, geração de energia e conectividade. Entre as empresas relacionadas estarão por lá ABB, Kongsberg Maritime, Wärtsilä Brasil, Volvo Penta, Rolls-Royce Solutions Brasil, Schottel do Brasil, Voith, Vulkan, Reintjes do Brasil, Yanmar, Weichai Group, MWM, Böning Ship Automation, JRC, Radio Holland, Radiomar Eletrônica Naval, Marlink, Waypoint e WEG. Esse segmento é relevante para um ciclo de recuperação baseado em maior conteúdo tecnológico embarcado. Sistemas de manobra, propulsão, controle, navegação, conec-

tividade e monitoramento são componentes centrais tanto em embarcações novas quanto em projetos de retrofit, reparação e conversão navalshore.com.br .

Resíduos Sólidos

Atualmente, o Brasil recicla 97,3% do alumínio, mas perde R\$ 14 bilhões por ano por reciclar menos de 9% de resíduos sólidos, apontam dados da Yattó e Abrelpe. A empresa de economia circular destaca que, em média, as cooperativas nacionais consideram 40% do material recebido como “rejeito”, mas que espera mitigar o cenário com o uso de tecnologia. O levantamento da Yattó revela que embalagens plásticas flexíveis foram apontadas como rejeito em 66% das visitas realizadas nas organizações de reciclagem brasileiras, seguidas por bandejas de PET (49%) e isopor (41%).

Trunfo do Etanol

Com 273 mil veículos amontoados nos pátios de montadoras, uma projeção de 500 mil unidades importadas até o fim do ano e a pressão por novos ciclos de desenvolvimento (mais curtos), a indústria automotiva opera sob reconfiguração estrutural, no país. O diagnóstico de um mercado em intensa mutação foi amplamente debatido no 23º Fórum SAE Brasil da Mobilidade (Seção PR/SC), realizado na Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP), em Curitiba. O evento reuniu a cadeia produtiva para mapear estratégias de competitividade e expansão baseadas em engenharia local, descarbonização e adaptação tecnológica. Em meio a tantas discussões, ganhou destaque um trunfo que pode colocar a indústria automotiva brasileira na vanguarda da sustentabilidade global: o etanol.



Via Digital Motors

Lucia Camargo Nunes (*)

Linhas 2027 chegam com atualizações de diversas marcas

A temporada de renovação das linhas 2027 movimentou os diversos segmentos do mercado brasileiro. A GWM ampliou a família Poer P30 com a chegada da versão Pro, ao lado das configurações Trail e Exclusive, preservando o motor turbodiesel de 184 cv, a tração 4x4 e a garantia de 10 anos. A de entrada custa R\$ 205 mil, a Trail sobe para R\$ 227 mil e a Exclusive parte de R\$ 247 mil, valor que chega a R\$ 250 mil com o teto solar agora opcional. Toda a linha passa a ter seis airbags de série.



Poer P30 pro.

A Nissan reduziu preços para marcar os 10 anos do Kicks no Brasil, SUV vendido em mais de 50 mercados. A tabela da linha 2027 recua em até R\$ 10 mil: a versão Sense sai por R\$ 159.990 e a Platinum, topo de linha, por R\$ 189.990. A marca trata o ajuste como reposicionamento definitivo da tabela, não como promoção temporária.

Já a Volkswagen atualizou o T-Cross com transmissão automática de oito velocidades nas versões com motor 1.0 turbo, no lugar do antigo câmbio de seis marchas. A troca, segundo a marca, reduz o consumo urbano em até 7% e melhora o desempenho, sem alterar o preço da versão Sense, que segue em R\$ 119.990 e permanece dentro do teto de isenção fiscal para pessoas com deficiência. As versões 200 TSI e Comfortline tiveram reajustes pontuais, enquanto Highline e Extreme, com motor 1.4 turbo, ficam inalteradas na mecânica.

Nova versão 1500 Big Horn

A Ram ampliou a gama da 1500 com a versão Big Horn, picape grande vendida por R\$ 449.990. O modelo mantém o motor Hurricane 6, 3.0 biturbo, com 426 cv aliado ao câmbio automático de oito marchas e tração 4x4 com quatro modos. A aceleração de 0 a 100 km/h em 5,3 segundos a coloca como a picape mais rápida do Brasil. Entre os itens de série estão piloto automático adaptativo, frenagem autônoma de emergência e monitoramento de ponto cego. A central multimídia tem 12” e a capacidade de reboque chega a 4.490 kg. Com a novidade, a gama da Ram 1500 passa a reunir as versões Big Horn, Laramie e Laramie Night Edition.



Nova ram 1500, big-horn.

iCaur estreia no Festival de Interlagos

A nova marca de mobilidade elétrica chinesa ligada à Chery International e à dupla Omoda & Jaecoo, faz sua primeira aparição no Brasil no Festival de Interlagos, em São Paulo, entre 27 e 30 de agosto.

A chegada acompanha a expansão dos SUVs de linhas retas no país. O posicionamento é premium, apoiado em design atemporal e tecnologia voltada a novas formas de energia. Desde o início de agosto, a marca já reúne potenciais concessionários e investidores para apresentar seu

plano de expansão no mercado brasileiro, que ainda não tem rede de distribuição definida.

Poderosas peruas

A Audi iniciou a entrega das versões Avant do A5 e do A6 e-tron, depois de esgotar a pré-venda do A5 Avant. O modelo a combustão vem em versão única S line 2.0 TFSI quattro, por R\$ 474.990, com motor de 272 cv e aceleração de 0 a 100 km/h em 5,9 segundos. Já o A6 Avant e-tron é o primeiro elétrico com carroceria Avant da marca, vendido por R\$ 699.990, com tração traseira, autonomia de 440 km segundo o Inmetro e recarga de 10% a 80% em 21 minutos. O motor elétrico entrega 367 cv, com 0 a 100 km/h em 5,4 segundos.



A6 Avant e tron.

Volvo ES90 tem chegada marcada

A Volvo confirma a chegada do ES90 para as próximas semanas, primeiro sedã elétrico da marca no Brasil e novo capítulo da linha 90, iniciada com o XC90 em 2003. O modelo usa arquitetura elétrica de 800 Volts e segue a estratégia de veículos definidos por software adotada com o EX90, SUV elétrico de sete lugares lançado em 2025. A marca ainda não detalhou preços, mas cita autonomia elevada e tecnologias de ponta em segurança e conectividade. O ES90 chega para atender uma demanda por sedãs represada desde que a Volvo concentrou o portfólio brasileiro em SUVs.

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

Credenciais móveis avançam como pilar da segurança bancária

Ricardo Vernizzi (*)

À medida que os serviços financeiros avançam na digitalização, o ambiente de ameaças acompanha esse ritmo. Fraudes tornam-se mais sofisticadas justamente porque os canais se multiplicam, os dados circulam com maior velocidade e as superfícies de ataque se expandem. A resposta regulatória é, em grande parte, consequência direta desse movimento: o setor bancário opera sob uma das estruturas normativas mais exigentes do mercado, precisamente porque os riscos são reais e as consequências, sistêmicas. Nesse ciclo, os bancos buscam tecnologias que consigam acompanhar a velocidade da transformação sem abrir mão do controle. É sob este cenário que os bancos vêm ampliando os investimentos em tecnologias capazes de fortalecer a gestão de identidades e do controle de acesso físico e lógico. Nesse contexto, as credenciais móveis deixaram de ser uma inovação complementar para se tornar um componente estratégico da segurança bancária.

Os smartphones já fazem parte da rotina operacional de colaboradores, executivos e prestadores de serviços. Agora, passam também a desempenhar um papel central na proteção do acesso a agências, escritórios administrativos, data centers, áreas restritas e sistemas críticos.

De acordo com o relatório “Estado da Segurança e da Identidade 2026” da HID, uma pesquisa global com mais de 1.500 participantes do setor, incluindo usuários finais, instaladores, integradores e fabricantes, 74% das organizações já estão envolvidas com a tecnologia, 36% já implementaram credenciais móveis, enquanto 38% estão planejando ativamente fazê-lo.

Embora a experiência do usuário continue sendo um fator importante, a principal motivação para adoção está relacionada ao fortalecimento exponencial da segurança. Isso acontece porque as credenciais móveis utilizam recursos

avançados de autenticação e criptografia, reduzindo riscos associados a cartões perdidos, compartilhamento indevido de credenciais e senhas vulneráveis. Em ambientes bancários, onde a proteção de ativos físicos e digitais é crítica, a autenticação multifatorial ganha ainda mais relevância ao combinar o dispositivo móvel com biometria ou PINs de segurança.

Outro diferencial importante está na capacidade de gerenciar credenciais em tempo real. Equipes de segurança podem emitir, atualizar ou revogar acessos remotamente, sem depender da impressão e substituição de cartões físicos. Para instituições financeiras com operações distribuídas, grande volume de colaboradores e presença nacional, isso representa ganhos relevantes de eficiência operacional, agilidade e conformidade.

A credencial móvel também se consolida como um elemento central da convergência entre segurança física e digital. Em vez de administrar sistemas isolados, bancos passam a trabalhar com uma identidade única capaz de autenticar o colaborador para acessar tanto ambientes físicos quanto aplicações corporativas, redes internas e plataformas em nuvem. Essa integração reduz a complexidade administrativa e minimiza lacunas de segurança geradas pela fragmentação da gestão de identidades.

O estudo da HID mostra ainda que 73% dos entrevistados identificam o gerenciamento de identidades como uma prioridade estratégica, enquanto 60% planejam ampliar investimentos nessa área. Esse movimento reflete uma necessidade crescente das instituições financeiras de consolidar políticas de acesso, aumentar a visibilidade sobre permissões e melhorar os processos de auditoria e compliance.

Ao mesmo tempo, a adoção das credenciais móveis ocorre de forma gradual. Entre as organizações que já implementaram a tecnologia, 84% utilizam modelos híbridos, combinando credenciais físicas e digitais. No setor bancário, essa abor-

dagem é especialmente relevante para atender diferentes perfis de usuários, desde funcionários administrativos até equipes terceirizadas, prestadores de serviço, clientes e visitantes.

Além disso, determinados ambientes ainda exigem identificação física visível ou processos específicos de conformidade. Soma-se a isso a potencial sinergia com iniciativas de biometria em ampla adoção e a expansão de casos de uso no sistema financeiro. Por isso, a tendência de curto e médio prazo não é a substituição completa dos cartões, mas sim a construção de ecossistemas mais flexíveis, integrados e complementares.

Apesar do avanço da tecnologia, ainda existem desafios relacionados à modernização da infraestrutura e à percepção de custos de implementação. No entanto, cada vez mais instituições financeiras avaliam o tema sob uma perspectiva mais ampla de retorno operacional, redução de fraudes, simplificação administrativa e fortalecimento da governança de acessos.

Para uma implementação bem-sucedida, três fatores se destacam: a preparação da infraestrutura tecnológica, a condução de uma transição gradual entre cartões e credenciais móveis e o alinhamento entre áreas como TI, segurança, facilities, compliance e recursos humanos. Em um setor altamente regulado como o financeiro, o sucesso da transformação depende diretamente da integração entre essas áreas.

À medida que bancos e instituições financeiras aceleram suas estratégias de transformação digital, as credenciais móveis tendem a assumir um papel cada vez mais relevante na unificação da segurança física e lógica. Mais do que substituir cartões, elas representam uma evolução na forma como o setor financeiro protege identidades, controla acessos e reduz riscos em um ambiente cada vez mais conectado, distribuído e regulado.

(*) Regional Product Marketing Director na HID para Emerging Markets.

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

3º Subdistrito - Penha de França Albert Broday Rodrigues - Oficial do Registro Civil

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **TARCISIO DE ALMEIDA LIMA**, profissão: operador de central técnica, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 21/05/1989, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de José Carlos Leite de Lima e de Darlene de Almeida Lima. A pretendente: **CAROLINA ZAMBOTTI SIMÕES**, profissão: professora de educação infantil, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 09/06/1990, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Luiz Carlos Simões e de Rosana Zambotti Simões.

O pretendente: **ADRIANO GOMES DO NASCIMENTO**, profissão: empresário, estado civil: divorciado, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 05/07/1985, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Osvaldo José do Nascimento e de Josefa Severina da Conceição. A pretendente: **ANDRESSA MOREIRA PINHEIRO**, profissão: fisioterapeuta, estado civil: divorciada, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 21/03/1989, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Anibal Mendes Pinheiro e de Norma Moreira Pinheiro.

O pretendente: **TIAGO BORGES VIEIRA**, profissão: designer gráfico, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Penha de França, SP, data-nascimento: 12/06/1999, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Erisvaldo José Vieira e de Anairdes Borges Reis. A pretendente: **ALEXIA BRUNA JUSTINO SILVA**, profissão: analista de sistemas, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 29/01/1996, residente e domiciliada no Jardim Soares, São Paulo, SP, filha de Ronivaldo Oliveira Silva e de Silvana de Almeida Justino.

O pretendente: **VICTOR IGOR DE CASTRO**, profissão: assistente administrativo, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 19/12/1992, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Francisco Romualdo de Castro e de Jaine Vieira de Castro. A pretendente: **CAMILA SILVA DE SOUSA**, profissão: advogada, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 08/10/1995, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Edson Pereira de Sousa e de Magali Cristiane da Silva.

O pretendente: **BRUNO GERMANO DE ASSIS**, profissão: empresário, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 04/04/1997, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Kleber Alves de Assis e de Sidneia Cavalcanti Germano de Assis. A pretendente: **JÉSSICA LUCIO TUPI**, profissão: empresária, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 21/02/2002, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Douglas Vieira Tupi e de Priscila da Silva Lucio.

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: **BRUNO PEREIRA DOS SANTOS**, estado civil: solteiro, filho de Ivan Pereira Dos Santos e de Marcia Cristina Bispo dos Santos, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo - SP. A pretendente: **DEISE CRISTINE LIRA DA LUZ**, estado civil: divorciada, filha de Nilton Carlos Silva da Luz e de Maria de Fatima Rodrigues Lira, residente e domiciliada neste Subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **LUCIANO PACCE**, estado civil: solteiro, filho de José Pacce Junior e de Sandra Kandratavicius Pacce, residente e domiciliado em São Paulo - SP. A pretendente: **ALINE SILVA PULTRINI**, estado civil: divorciada, filha de Nelson Alves da Silva e de Ana Francisca Gonçalves da Silva, residente e domiciliada 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

(*) Country Manager da SoftwareOne no Brasil, provedora global e líder em soluções de ponta-a-ponta para softwares e tecnologia de nuvem.



A fila que revela mais sobre branding do que qualquer livro

Felipe Schmitt-Fleischer (*)

Museus são lugares silenciosos, mas dizem muito sobre marcas

Um museu é quase um laboratório perfeito onde todas as variáveis clássicas de marketing estão controladas. Todas as obras têm o mesmo preço de entrada para serem vistas. Ocupam a mesma prateleira premium chamada galeria. Passam pelo mesmo canal conhecido como museu. E recebem a mesma promoção, aquele cenário cuidadosamente montado para fazer você prestar atenção.

Só que, mesmo assim, algumas obras têm fila. Outras, não. Você anda alguns passos e vê gente se empurrando para tirar foto diante de A Noite Estrelada, de Van Gogh, no MoMA. E logo ao lado, outro quadro brilhante completamente ignorado. Em um ambiente onde tudo é igual para todos, o comportamento do público mostra que igualdade de condições não produz igualdade de desejo.

Van Gogh é o caso mais emblemático dessa tese. Viveu uma vida de fracasso comercial. Foi considerado estranho, perturbado, deslocado. Mas tinha uma sensibilidade e uma visão ainda mais rara: dizia que

talvez o que criava fosse para pessoas que ainda não tinham nascido. Visionário sem querer, ele entendeu algo que muitas empresas contemporâneas fingem não ver. Construção de marca é jogo de longo prazo. Às vezes, mais longo do que a própria vida de quem criou a marca.

Empresas adoram acreditar que basta ser bom. Que basta estar bem posicionado, ter distribuição, preço, presença. Que basta ligar todas as luzes e anunciar. Mas basta entrar em um museu para entender a ironia: o mundo está cheio de coisas boas que ninguém procura. Bons produtos são importantes, claro. Mas produtos excelentes sem significado, raramente viram fila.

Museus são provas vivas de que relevância nasce do valor que você carrega. É por isso que algumas obras atravessam séculos enquanto outras mal atravessam a parede ao lado. Marcas funcionam da mesma maneira. Não basta estar exposto. Não basta existir. É preciso ser inevitável. É preciso fazer as pessoas caminharem até você, mesmo quando tudo ao redor parece igual.

(*) Estrategista de marcas, palestrante e cofundador da Evolgo.

Como as microcertificações estão mudando os critérios de contratação das empresas

Pós deixa de ser diploma para virar ferramenta de empregabilidade e pode ser cursada de qualquer parte do país, com monitorias quinzenais para desenvolvimento profissional e adaptação ao mercado

O modelo tradicional, em que o aluno só recebe um certificado ao final do curso, começa a perder espaço para formações que entregam resultados ao longo da jornada. As chamadas microcertificações permitem que o estudante comprove novas competências enquanto ainda está estudando, fortalecendo o currículo antes mesmo da conclusão da especialização.

A tendência acompanha a velocidade das mudanças no mercado de trabalho. O Future of Jobs Report 2025, do Fórum Econômico Mundial, aponta que 39% das competências exigidas pelas empresas precisarão ser atualizadas até 2030. Já levantamento da Coursera mostra que 96% dos empregadores consideram as microcredenciais um

diferencial em processos seletivos.

De olho nesse novo cenário, a FMU reformulou seu modelo de pós-graduação para acompanhar as novas demandas do mercado de trabalho. A proposta permite que o estudante obtenha quatro microcertificações ao longo do curso, registrando competências desenvolvidas antes mesmo da conclusão da especialização. Ao final da formação, soma-se o diploma de pós-graduação Lato Sensu reconhecido pelo MEC, totalizando cinco certificações em oito meses.

O programa também incorpora mentorias quinzenais conduzidas por especialistas em carreira, voltadas ao desenvolvimento profissional e à empregabilidade. Outro diferencial é o formato 100% online, sem horários fixos, que amplia o acesso à especialização para profissionais de qualquer região do país, especialmente aqueles que vivem fora das grandes centros e precisam conciliar estudos, trabalho e vida pessoal.

Onde estão os seus dados? O novo desafio da estratégia multi-cloud no Brasil

Por muito tempo, a discussão sobre multi-cloud foi dominada por um argumento técnico: não colocar todos os ovos na mesma cesta

Thiago R. de Souza (*)

Distribuir aplicações e serviços entre diferentes provedores permitiria reduzir a dependência de um único fornecedor, explorar os melhores recursos de cada plataforma e aumentar a resiliência da infraestrutura. No Brasil, porém, essa conversa ganhou outras camadas.

Escolher onde uma aplicação roda e por onde seus dados trafegam deixou de ser apenas uma decisão de arquitetura. Hoje, envolve também jurisdição, proteção de dados, exposição financeira e até a distância física entre infraestrutura e usuário. É justamente aí que o debate sobre multi-cloud se encontra com o de soberania de dados. Segundo estimativa da Gartner, até 2026, mais de 75% das empresas usarão múltiplos provedores de nuvem.

Existe uma interpretação simplista de que soberania significa manter todo dado fisicamente dentro das fronteiras brasileiras. Porém, a discussão é mais complexa. Localização importa, especialmente em determinados setores e cargas sensíveis, mas soberania também envolve saber quem controla a informação, quais leis podem alcançá-la, quem pode acessá-la e sob quais regras ela pode circular entre jurisdições. A própria regulamentação brasileira mostra essa evolução. A Resolução CD/ANPD nº 19/2024 estabeleceu mecanismos para a transferência internacional de dados pessoais e detalhou instrumentos como cláusulas-padrão contratuais, normas corporativas globais e decisões de adequação. A regra não determina simplesmente que os dados permaneçam no Brasil, estabelece condições e salvaguardas para que possam atravessar fronteiras preservando o nível de proteção exigido pela legislação



foto: CANVA

brasileira. Isso muda a forma como uma arquitetura de nuvem deve ser desenhada.

Uma empresa pode, por exemplo, manter determinadas cargas e informações mais sensíveis em uma região brasileira enquanto utiliza serviços especializados disponíveis em outra região ou até em outro provedor. Nesse cenário, multi-cloud pode se tornar parte da estratégia de governança: não porque utilizar várias nuvens torne uma empresa automaticamente mais aderente à LGPD, mas porque oferece opções arquiteturais para definir onde cada carga deve estar e como os dados podem circular.

Há ainda uma segunda variável particularmente brasileira: dinheiro. Boa parte da tecnologia utilizada pelas empresas brasileiras está inserida em uma cadeia global de custos. Mesmo quando existe faturamento local ou pagamento em reais, determinados contratos, serviços e estruturas de preço podem carregar exposição direta ou indireta à variação cambial. Quando o dólar sobe, portanto, a infraestrutura pode ficar mais cara sem que a empresa tenha necessariamente aumentado proporcionalmente seu consumo computacional. Para ilustrar o cenário: mais de 70% das empresas brasileiras tiveram aumento nos custos de nuvem em 2024, num período em que o dólar subiu 13%.

É nesse ponto que FinOps e multi-cloud precisam conversar. Distribuir cargas pode ampliar o poder de negociação e permitir comparar alternativas, mas ter dois ou três provedores não significa automaticamente gastar menos. Sem governança, o efeito pode ser exatamente o contrário: mais contratos, mais ferramentas, mais tráfego entre ambientes e uma operação muito mais complexa.

Existe ainda uma terceira variável que nenhum contrato consegue eliminar: a geografia. O Brasil tem dimensões continentais. Para sistemas nos quais milissegundos fazem diferença - aplicações financeiras, plataformas digitais, jogos, streaming, sistemas industriais ou serviços que precisam responder em tempo real -, a localização da infraestrutura influencia diretamente a experiência. Não basta dizer que algo está “na nuvem”, porque a nuvem continua dependendo de data centers, redes, rotas, cabos e distância física.

Uma arquitetura distribuída pode combinar cloud, edge, regiões distintas e diferentes provedores para aproximar processamento e usuários. Mas, novamente, multi-cloud não resolve latência sozinho. Se o desenho for ruim, pode, inclusive, acrescentar novas chamadas entre ambientes e aumentar

o tempo de resposta. Esse talvez seja o maior erro na discussão atual: transformar multi-cloud em objetivo quando ela deveria ser consequência de uma necessidade de negócio.

Operar múltiplas nuvens significa lidar com diferentes modelos de identidade e acesso, observabilidade, redes, segurança, cobrança, automação e competências técnicas. Uma empresa que adota três provedores apenas para dizer que não depende de nenhum pode acabar criando três ambientes complexos para administrar. Por isso, antes de decidir quantas nuvens utilizar, a organização deveria responder a perguntas mais importantes: quais cargas realmente precisam permanecer em determinada jurisdição? Quais podem cruzar fronteiras? Quanto custa mover dados entre ambientes? Qual latência é aceitável? Existe equipe capaz de operar essa arquitetura? E, principalmente, qual problema de negócio estamos tentando resolver?

No exterior, multi-cloud muitas vezes nasceu como uma discussão sobre arquitetura e dependência tecnológica. No Brasil, ela inevitavelmente encontra LGPD, câmbio, infraestrutura e uma geografia continental. É justamente por isso que a estratégia de nuvem não deveria terminar no departamento de TI. Quando a localização de uma aplicação pode afetar simultaneamente compliance, custo, disponibilidade e experiência do cliente, decidir onde o dado roda passa a ser também uma decisão do negócio como um todo.

E a sua empresa: sabe responder onde estão os seus dados - e por que estão lá?

(*) Senior Cloud/DevOps Engineer com mais de 9 anos de experiência em infraestrutura corporativa, AWS Community Builder e detentor de múltiplas certificações AWS nos níveis Professional e Specialty.

A Reforma Tributária e a nova organização do patrimônio

Durante muito tempo, o planejamento patrimonial foi associado quase exclusivamente à sucessão ou à busca por maior eficiência tributária. Essa percepção nunca refletiu toda a complexidade do tema, mas encontrou um ambiente relativamente estável para se consolidar. Nos últimos anos, porém, essa lógica passou a conviver com uma realidade diferente.

Mudanças legislativas relevantes, entre elas a Reforma Tributária, via Emenda Constitucional nº 132, demonstraram que o ambiente regulatório pode se transformar em um intervalo relativamente curto. Ao mesmo tempo, o patrimônio das famílias tornou-se mais diversificado. Participações societárias, ativos financeiros, imóveis destinados à geração de renda, investimentos no exterior e novos modelos de organização patrimonial passaram a coexistir dentro de uma mesma estrutura familiar. Esse conjunto de fatores ampliou a complexidade das decisões e reduziu o espaço para soluções padronizadas.

Essa transformação também alterou a forma de compreender os próprios instrumentos de planejamento patrimonial.

Holdings familiares, doações, seguros de vida, estruturas internacionais e outras alternativas continuam relevantes, mas respondem a objetivos distintos. Em alguns casos, a prioridade está na organização da governança. Em outros, na continuidade dos negócios familiares, na administração de ativos, na liquidez da sucessão ou na proteção do patrimônio. A escolha da estrutura jurídica passou a depender muito mais das características de cada família do que da existência de um modelo considerado ideal.

A própria evolução da legislação reforça essa necessidade. A EC 132 trouxe novos parâmetros para o ITCMD e estimulou muitas famílias a revisarem seus planejamentos sucessórios. Mais do que os efeitos tributários específicos da reforma, a mudança evidenciou que estruturas concebidas exclusivamente para responder a um determinado cenário normativo podem perder eficiência à medida que o ambiente jurídico evolui. Em contrapartida, modelos construídos a partir de objetivos patrimoniais claros tendem a atravessar essas transformações com maior estabilidade.

Esse movimento também acompanha a evolução do patrimônio familiar. À medida que novos ativos são incorporados, empresas crescem, investimentos se diversificam e diferentes gerações passam a compartilhar responsabilidades, surgem demandas relacionadas à governança, à tomada de decisões, à preservação do controle e à continuidade da gestão. O planejamento patrimonial passa a funcionar como uma estrutura de organização capaz de integrar esses elementos de forma coerente.

Essa mudança de perspectiva ajuda a explicar por que discussões sobre planejamento patrimonial vêm ganhando espaço para além dos momentos de sucessão ou das alterações na legislação tributária. A organização do patrimônio tornou-se uma atividade permanente, que acompanha a evolução da família, dos negócios e do ambiente regulatório. Nesse cenário, a escolha das estruturas jurídicas deixa de ser uma resposta isolada a uma determinada regra e passa a integrar uma estratégia de longo prazo, construída de acordo com a realidade de cada patrimônio.

(Fonte: Juliana Bhering Cabral Palhares, sócia fundadora do Bhering Cabral Advogados).

Planejamento de gaveta: o problema que ninguém fala sobre planejamento estratégico

Todo início de ano, o mesmo ritual. Reuniões intensas, slides cheios de metas, números ambiciosos e aquela energia coletiva que parece capaz de mover montanhas

Max Satrio (*)

Então nada. Em julho, metade do que foi decidido em janeiro nunca saiu do papel. Em dezembro, o ciclo se repete. Esse fenômeno tem nome: planejamento de gaveta.

Planejamento de gaveta é o plano que existe no papel, mas não vira execução. Não é falta de intenção. Não é falta de inteligência. É falta de método. E ele é mais caro do que simplesmente não planejar.

Na prática, as empresas se dividem em três grupos quando o assunto é planejamento estratégico. O primeiro não faz planejamento e vai tocando conforme as tarefas aparecem e os problemas precisam ser resolvidos. É um barco sendo levado pela correnteza, com aquele cliente problemático que ninguém dispensa, com a receita que não cresce, com o colaborador insubordinado mantido porque a operação precisa dele. Esse grupo dificilmente se destaca, porque nunca para para decidir o próprio rumo.

O segundo grupo faz planejamento de verdade. Tira tempo, traz olhar externo, define o que precisa ser feito e, o mais importante, acompanha a execução. Esse grupo avança.

O terceiro grupo é o mais comum, e também o mais caro. Sabe da importância do planejamento estratégico, reúne o time, define metas inspiradoras. Mas chega ao final do processo sem plano de ação. O documento vai para a gaveta. E esse grupo paga mais caro do que o primeiro: soma o custo de oportunidade ao tempo e ao dinheiro já investidos em um processo que não resultou em mudança real. A empresa que não planeja perde o que poderia ganhar. A empresa



lumassegns - CANVA

com planejamento de gaveta perde o mesmo e ainda paga pelo planejamento.

Os sinais que ninguém quer ver

Dá para perceber quando um plano vai parar na gaveta antes mesmo de ser finalizado. Os sinais aparecem no próprio processo: quando ninguém pergunta de onde sai o dinheiro para atingir a meta, quando as tarefas ficam sem um responsável definido, quando os prazos são estabelecidos sem ninguém olhar a agenda real do time.

Três elementos são indispensáveis para que um planejamento saia da gaveta. Orçamento: algumas metas exigem investimento em pessoas, ferramentas ou parcerias, e se esse investimento não for viável hoje, precisa existir um plano para torná-lo possível. Tempo: é necessário bom senso para avaliar se o time tem capacidade real de absorver o volume de tarefas nos prazos definidos. Ritmo: sem uma cadência de acompanhamento entre os responsáveis, nenhum plano sobrevive ao cotidiano da operação.

O planejamento precisa começar pela visão: o que os donos, sócios e diretores querem para o negócio. Esse é o ponto de partida correto. O problema não é começar pela meta. O problema é parar nela.

É irreal acreditar apenas na meta sem avaliar os impedimentos que fazem aquela visão ainda não ser realidade: estrutura de time, processos, senioridade, capital disponível, conhecimento de mercado. São esses impedimentos que precisam guiar as ações que vão tornar a visão possível. Sem encarar o que está travando o negócio hoje, qualquer plano nasce desconectado da realidade.

Esse erro se repete porque a maioria das empresas faz planejamento estratégico sem um método estruturado. Sem um caminho claro, o time para naturalmente na primeira etapa, imaginar onde quer chegar, e pula justamente a parte difícil: olhar de frente o que está impedindo o avanço.

O método que tira o plano da gaveta

O método que funciona tem três etapas. A primeira é definir as visões: de cinco a dez objetivos específicos, quantitativos sempre que possível, com prazo de um ano. Faturamento, margem, novos produtos, cultura, modelo de negócios.

A segunda etapa é mapear os impedimentos. Para cada visão, descrever o que falta para chegar lá. Por que ainda não é possível criar aquele produto? Porque não há time de tecnologia. Por que as

vendas não crescem? Porque o processo comercial depende de uma única pessoa. É preciso considerar tudo que envolve aquela visão: estrutura de time, ferramentas, espaço físico, estratégia de marketing, gestão e rituais de acompanhamento.

A terceira etapa é definir as ações para superar cada impedimento e aqui há um erro comum: transformar uma frase negativa em afirmativa de forma mecânica. O impedimento “não tem desenvolvedor” não vira simplesmente “ter um desenvolvedor”. Exige avaliar o contexto completo: contratar? Terceirizar? Fazer parceria? Qual é a melhor solução para essa empresa, nesse momento, com os recursos disponíveis?

É o plano de ação que tira o planejamento da gaveta. Cada item com um responsável, uma pessoa, não uma área, um prazo que respeite a agenda real do time e uma prioridade definida, para saber o que vem primeiro quando o tempo faltar.

Para o empresário que está olhando para o planejamento do início do ano e percebendo que pouco saiu do papel, o movimento é direto: pegar o documento e marcar cada item como “ainda relevante” ou “não”. Boa parte do que foi definido em janeiro pode não fazer mais sentido hoje e tentar manter tudo na lista só trava a execução do que realmente importa.

Sobre o que sobrar, construir um plano de ação de verdade. Cada item com responsável, prazo real e prioridade clara. Sem esse plano, a única certeza é que o mesmo documento será reescrito no início do próximo ano. E o ciclo continua.

(*) Estrategista de negócios, fundador da Sócio Estratégico. Graduado em Marketing e com um MBA pela FGV.

Por que a inteligência artificial deixou de ser diferencial e virou infraestrutura padrão na indústria?

Pedro Signorelli (*)

O estudo Mercado Brasileiro de Software, Panorama e Tendências 2026, produzido pela ABES (Associação Brasileira das Empresas de Software) em parceria com a IDC, mostra que o setor de tecnologia entra em uma nova fase: depois de crescer 18,5% em 2025. Atingindo US\$ 67,8 bilhões, a projeção para 2026 é de um avanço mais moderado, de 5,3%. O dado não indica desaceleração da inteligência artificial, e sim uma mudança de papel. A tecnologia deixa de ser projeto-piloto e passa a compor a base estrutural das operações das empresas.

Da experimentação à infraestrutura

Até pouco tempo, a IA era tratada como iniciativa isolada: um chatbot em um canal de atendimento, um relatório automatizado em uma área específica. O levantamento da ABES aponta que essa lógica muda em 2026, ou seja, a prioridade das empresas passa a ser produtividade, redução de custos e geração de valor direto para o negócio, substituindo o ciclo anterior de expansão acelerada puxado pela digitalização.

Outro dado do mesmo estudo reforça essa leitura de que 69% dos líderes de

TI brasileiros já priorizam a computação em nuvem como modelo preferencial para consumo de IA generativa. Isso indica que a nuvem deixou de ser apenas repositório de dados e passou a ser pré-requisito de infraestrutura para qualquer aplicação de IA em escala.

O que isso significa para o chão de fábrica?

Essa virada aparece com mais clareza na indústria. Sensores conectados, rastreabilidade de produção e manutenção preditiva só geram valor quando existe uma base de dados estruturada por trás e é justamente essa maturidade de dados que separa fábricas que já colhem resultado concreto das que ainda estão na etapa inicial de digitalização.

A consolidação da IA como infraestrutura padrão muda o critério que separa empresas competitivas das que ficam para trás. Não é mais sobre ter adotado inteligência artificial, mas sobre ter construído, antes dela, a base de dados que faz sua aplicação gerar resultado real. Para o setor industrial brasileiro, essa é a decisão que se impõe em 2026, investir em maturidade de dados deixou de ser etapa preparatória e passou a ser condição de competitividade.

(*) Head de IA da Mouts TI.

Cresce 10% a produção de motos

A produção de motocicletas cresceu 10% nos sete primeiros meses do ano, comparando-se a igual período do ano anterior (2025). O volume atingido é de 1,25 milhão de unidades, com o que se atingiu a melhor performance desde 2008, informa a Abraciclo (associação dos fabricantes de motos).

Se comparados os meses de julho de 2026 e julho de 2025 (isoladamente), a expansão da produção dessa indústria bateu em 36%, atingindo um recorde para o mês, com 190.794 unidades. Para Marcos Bento, presidente da Abraciclo, os resultados acima reforçam a ideia de uma trajetória extremamente positiva para o setor.

Uso de IAs não autorizadas cresce na saúde: onde termina o algoritmo e começa o fator humano?

Especialistas alertam que ferramentas de inteligência artificial podem facilitar o acesso à informação, mas exigem cautela quando envolvem decisões sobre diagnóstico, exames e tratamentos.

Perguntar à inteligência artificial o que significa um sintoma, interpretar um exame ou até buscar orientação sobre um tratamento já faz parte da rotina de muitos brasileiros. A praticidade, no entanto, vem acompanhada de um desafio: nem todas as plataformas utilizadas para esse fim foram desenvolvidas com critérios clínicos, supervisão médica ou mecanismos de proteção para informações pessoais de saúde.

Para especialistas, o maior risco não está na tecnologia em

si, mas na forma como ela é utilizada. Quando uma ferramenta oferece respostas sem considerar o histórico do paciente, doenças pré-existentes ou sinais de gravidade, ela pode transmitir uma falsa sensação de segurança e atrasar a procura por atendimento médico.

“São inúmeras as diferenças, mas podemos pontuar que uma IA genérica não entende contexto clínico, há um grande risco de fornecer respostas amplas e vagas, o que impacta diretamente na segurança do paciente”, conta o Dr. Hendrick Hoyler, um dos idealizadores e parte da equipe médica da MOMA.I, healthtech especializada no uso de inteligência artificial aplicada à saúde. Segundo o médico, o

principal desafio não é a tecnologia em si, mas a falta de critérios clínicos em ferramentas de uso geral.” A MOMA.I foi construída para organizar condutas, apoiar decisões, estruturar informações e operar dentro dos limites que a prática médica exige. Com protocolos oficiais, filtros técnicos e contexto clínico”, explica Hoyler.

Estudos mostram que a maioria das pessoas ainda imagina IA na saúde como um chatbot que responde perguntas, como acontece com o ChatGPT, Gemini e Grok. Mas a diferença começa quando a tecnologia passa a acompanhar a lógica real do histórico do paciente, permitindo acompanhar sintomas, orientações e interações ao longo do tempo.

“A discussão sobre inteligência artificial na saúde deixou de ser uma projeção futura. Hoje, o desafio é garantir que essas ferramentas sejam utilizadas com responsabilidade clínica e foco na experiência do paciente. Nosso objetivo é ampliar o acesso à orientação em saúde sem abrir mão da supervisão médica e da segurança assistencial”, esclarece Dr. Eduardo Vilela, cofundador da MOMA.I.

A partir dos dados coletados, o sistema realiza uma avaliação de risco e direciona o usuário conforme a necessidade identificada. Dependendo da avaliação, a recomendação pode envolver medidas de autocuidado, acompanhamento médico programado ou a busca imediata por atendimento

presencial. Quando necessário, profissionais de saúde realizam a validação da triagem e podem emitir prescrições e solicitações de exames diretamente pela plataforma.

Para Hoyler, o futuro da saúde digital não depende de substituir o médico pela tecnologia, mas de utilizar a inteligência artificial de forma ética, segura e baseada em evidências. “O algoritmo pode ampliar o acesso à informação e tornar processos mais eficientes, mas o fator humano continua indispensável para interpretar cada caso, tomar decisões e garantir a segurança do paciente. A tecnologia deve ser uma aliada da medicina, nunca um substituto do cuidado”, conclui.



ismagliov_CANVA

MUITA GENTE
AINDA NÃO
PERCEBEU

CINCO MUDANÇAS RADICAIS PELAS QUAIS O MERCADO DE TRABALHO ESTÁ PASSANDO

Especialista em empregabilidade aponta as transformações que já estão mudando carreiras, empresas e a forma como trabalhamos

Quem acompanha o mercado de trabalho há alguns anos percebe que algo diferente está acontecendo. Não se trata apenas da inteligência artificial ou do crescimento do trabalho remoto. O que está mudando é a velocidade com que tudo acontece.

Profissões surgem e desaparecem mais rápido. Empresas revisam estratégias que pareciam definitivas há poucos anos. Competências valorizadas ontem já não garantem a mesma relevância hoje.

Para Márcio Monson, CEO da Selecty, empresa especializada em tecnologia para recrutamento e seleção, estamos vivendo uma mudança estrutural no mundo do trabalho. “Há alguns anos era possível prever com relativa segurança quais profissões estariam em alta nos próximos dez anos. Hoje isso ficou muito mais difícil. O mercado está se transformando em uma velocidade que não víamos antes”.

Na visão do executivo, existem pelo menos cinco movimentos que ajudam a explicar esse cenário.

1 A inteligência artificial saiu do laboratório e entrou no trabalho

Durante muito tempo a inteligência artificial parecia algo distante, restrito às grandes empresas de tecnologia. Isso mudou.

Hoje ela está presente em atividades simples do dia a dia e também em funções mais complexas. Produz textos, resume reuniões, cria códigos, analisa dados, organiza informações e auxilia tomadas de decisão.

“O impacto da IA não está apenas em substituir tarefas. Ela amplia a capacidade produtiva das pessoas. Um profissional que sabe utilizar essas ferramentas consegue fazer em horas algo que antes levava dias”, diz o CEO da Selecty.

Segundo Monson, a tendência é que a inteligência artificial se torne invisível nos próximos anos, da mesma forma que aconteceu com a internet. “Ninguém fala que usa internet para trabalhar. Simplesmente trabalha. A IA vai seguir esse caminho.”

2 O trabalho intelectual começou a sentir a pressão da automação

Durante décadas a automação esteve associada a fábricas, linhas de produção e atividades operacionais. Agora o fenômeno chegou aos escritórios.

Analistas, profissionais de marketing, advogados, recrutadores, desenvolvedores, vendedores e diversas outras funções passaram a conviver

“O impacto da IA não está apenas em substituir tarefas. Ela amplia a capacidade produtiva das pessoas. Um profissional que sabe utilizar essas ferramentas consegue fazer em horas algo que antes levava dias



Márcio Monson

com sistemas capazes de executar parte do trabalho que antes dependia exclusivamente de pessoas.

Isso não significa que essas profissões vão desaparecer. Mas significa que o valor entregue por esses profissionais está mudando. “Estamos entrando em uma fase em que conhecimento técnico sozinho já não basta. O diferencial passa a ser interpretação, criatividade, capacidade de relacionamento e visão estratégica”, diz Monson.

Um exemplo que ele cita é o próprio setor de tecnologia. “Há poucos anos parecia impossível faltar vagas para desenvolvedores. Hoje vemos empresas revendo estruturas, reduzindo equipes e buscando perfis diferentes. Isso mostra que não existe mais área intocável.”

3 A capacidade de adaptação virou uma competência profissional

Talvez essa seja a mudança mais importante de todas. Durante muito tempo as pessoas buscavam estabilidade através da especialização. A

Divulgação

lógica era simples: aprender uma profissão, ganhar experiência e construir uma carreira naquela direção.

Esse modelo não desapareceu, mas perdeu força. “O profissional mais seguro não é necessariamente o que sabe mais. Muitas vezes é aquele que aprende mais rápido”, explica Márcio Monson.

Na prática, isso significa que conceitos como reskilling e atualização contínua deixaram de ser temas discutidos apenas em eventos corporativos. Eles passaram a fazer parte da vida real das pessoas.

A consequência é visível no crescimento do trabalho por projetos, da prestação de serviços especializados e do empreendedorismo profissional.

4 A discussão sobre presencial e remoto ainda está longe de acabar

Cinco anos depois da pandemia, muitas empresas continuam tentando encontrar o modelo ideal de trabalho. O que se observa hoje é um movimento de acomodação.

Parte das empresas percebeu benefícios relevantes no trabalho remoto. Outra parte enfrentou dificuldades relacionadas à cultura, colaboração e desenvolvimento das equipes.

Do lado dos profissionais aconteceu algo semelhante. “A flexibilidade passou a ter um valor enorme. Depois que alguém experimenta ganhar duas horas por dia sem deslocamento, é difícil abrir mão disso.”

Por isso, Monson acredita que a tendência não seja um retorno completo ao passado. “O mercado está caminhando para modelos híbridos mais maduros. Nem o remoto total virou unanimidade, nem o presencial integral parece fazer sentido para muitas empresas.”

5 A saúde mental deixou de ser um tema secundário

Toda transformação tem um custo humano. A pressão por produtividade, a necessidade constante de atualização, a insegurança sobre o futuro e a velocidade das mudanças estão produzindo impactos cada vez mais visíveis na saúde mental dos trabalhadores.

“Quando conversamos sobre inteligência artificial, normalmente pensamos em tecnologia. Mas existe uma dimensão humana muito importante nessa discussão. Nem todo mundo consegue acompanhar mudanças tão rápidas da mesma forma”, ressalta Márcio Monson.

O tema deixou de ser apenas uma preocupação das áreas de recursos humanos e passou a ocupar espaço nas estratégias das empresas.

Ambientes saudáveis, lideranças preparadas e culturas organizacionais mais equilibradas deixaram de ser apenas diferenciais. Estão se tornando fatores determinantes para atrair e reter talentos.

A tempestade perfeita do mercado de trabalho Quando observamos todas essas mudanças juntas, fica mais fácil entender por que tanta gente tem a sensação de que o mercado está irreconhecível.

Na avaliação do CEO da Selecty, estamos diante de uma verdadeira tempestade perfeita. “Temos inteligência artificial avançando rapidamente, mudanças nos modelos de trabalho, transformações econômicas globais, novas exigências de qualificação, pressão por produtividade e um debate crescente sobre saúde mental. Cada um desses fatores já teria força suficiente para provocar mudanças importantes. O problema — ou a oportunidade — é que todos estão acontecendo ao mesmo tempo.”

Ele acredita que o principal erro é enxergar esse cenário apenas pelo lado das ameaças. “Em toda grande transformação aparecem previsões pessimistas. Foi assim com a internet, com a automação industrial e com praticamente todas as revoluções tecnológicas. O que normalmente passa despercebido são as oportunidades que surgem.”

Para o especialista, a discussão sobre a profissão do futuro talvez esteja sendo feita da forma errada. “A pergunta não é qual profissão vai sobreviver. A pergunta é: quem vai desenvolver a capacidade de se adaptar mais rápido?”

“Não existe mais porto seguro. Nem setores que pareciam blindados, como tecnologia, estão imunes às mudanças. Mas quem aprender a evoluir continuamente terá mais oportunidades do que em qualquer outro momento da história. A única certeza é que o mercado continuará mudando. E provavelmente mais rápido do que imaginamos”, conclui Márcio Monson.



lulian_catalina_images_CANVA