



FUTURO DA IA

O QUE PODEMOS ESPERAR PARA OS PRÓXIMOS ANOS

▶▶ Leia na página 8

Indústria de alimentos: como a tecnologia será o motor de crescimento em 2025?

O Brasil é considerado o maior exportador de alimentos do mundo.

Diante de tamanho protagonismo, esse setor está entre os que mais crescem no país. Não à toa, de acordo com Ministério do Desenvolvimento, em 2023, o segmento registrou o melhor desempenho e maior capacidade instalada dos últimos 10 anos. Diante disso, a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (Abia) pretende investir R\$ 120 bilhões no segmento até 2026.

Olhando para o ano de 2024, podemos afirmar que a Indústria de alimentos teve um desempenho favorável com a abertura de novos negócios, lançamentos de produtos e que, conseqüentemente, favoreceram no maior faturamento. Ainda de acordo com a Abia, no primeiro semestre, o setor atingiu US\$ 32,2 bilhões em exportação de alimentos industrializados, sendo este crescimento de 8,4% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Contudo, mesmo diante de um momento promissor, não podemos deixar de lado os desafios logísticos e operacionais que fazem parte do dia a dia do segmento, como, por exemplo, a redução de desperdício. Isso porque, muitas companhias possuem a dificuldade de localizar pontos de falhas e ter um controle da cadeia de distribuição e do chão de fábrica.

Devido à falta de visibilidade, é impossibilitada a assertividade na linha de produção. Isso porque, uma vez que as fábricas produzem de acordo com o planejamento de vendas, e esse plano não é pautado em dados precisos, acaba-se gerando desperdícios, desde a mão de obra, matéria-prima, equipamentos etc.

A boa notícia é que, atualmente, existem ferramentas que ajudam a suprir essa necessidade. No entanto, mesmo vivenciando dia após a dia a evolução digital, ainda assim, temos uma cultura de mercado em que baseia as vendas em sentimentos. Ou seja, ao invés de utilizar um sistema Data Driven, como exemplo, que ajuda a identificar o giro ade-

Joãoine_CANVA



quando e comercializar de acordo com dados e perfil da região, muitos ainda equilibram suas vendas com base em feeling (sentimento).

No entanto, como citado anteriormente, a Indústria de alimentos é um setor promissor para o país. Por sua vez, para que alavanque ainda mais, é essencial que os atuantes deste segmento busquem, cada vez mais, acompanhar a velocidade das mudanças do mercado. Quanto a isso, o uso da tecnologia ganha ainda mais notoriedade.

A tecnologia é uma forte aliada no combate ao desperdício, visto que ajuda a mostrar custos ocultos que corroboram com a ineficiência, localizar vazamentos de receitas, conectar informações de ponta, analisar a produtividade, entre tantos outros recursos. Por meio do seu uso, é possível estabelecer uma gestão com maior controle e transparência, contribuindo não apenas com o desempenho da empresa, mas também com o cumprimento de normas e diretrizes sustentáveis.

Com todas essas informações centralizadas, torna-se possível obter métricas, gerar análises de hábitos e comportamentos de clientes de acordo com região, o que ajuda para um direcionamento ainda mais eficaz. Mas, vale destacar que a tecnologia é um meio, não o resultado. Para que, de fato, sejam obtidos indicadores de melhoria, é

essencial revisitar processos, estabelecer novos procedimentos, e estabelecer uma nova cultura organizacional.

Quanto a isso, ter o apoio de uma consultoria especializada no segmento é uma estratégia a ser considerada. Com um time de especialistas capacitados, é possível traçar o melhor caminho a ser seguido, identificar gargalos e seguir o caminho de oportunidades que favorecem o negócio.

Estamos diante de um novo ano e, ao que tudo indica, a Indústria de alimentos continuará crescendo. Diversos fatores irão ajudar a favorecer esse resultado, como a longevidade da população, que ajuda a gerar maior demanda e o desempenho do agronegócio, que fornece os insumos base para a indústria de alimentos. Por sua vez, quanto maior o nível de produção, maiores são as probabilidades de desperdício.

Sendo assim, é crucial que o segmento busque atribuir o uso da tecnologia como um aliado estratégico e operacional, que favorece tomadas de decisão e monitoramento em tempo real. A partir dessas ações, poderemos ver um salto no desempenho do setor, que tem tudo para avançar ainda mais.

(Fonte: Alan Gomes é diretor de negócios da SPS Minas - <https://spsgroup.com.br/>).

Negócios em Pauta

Foto: TTS Energia/Divulgação



Maior usina solar em telhado opera no interior do estado de São Paulo

A TTS Energia, empresa de engenharia e construção de usinas solares no Brasil, é detentora do projeto, instalação e comissionamento da maior usina solar em telhado no Brasil. Trata-se do empreendimento de 6,4 megawatts-pico (MWp) instalado na unidade fabril da Jacto, localizada no distrito de Paulópolis, na cidade de Pompeia, interior do Estado de São Paulo. Ao todo, a usina possui mais de 11,3 mil módulos fotovoltaicos instalados na cobertura da fábrica de equipamentos agrícolas da Jacto, numa área que abrange quase 39 mil metros quadrados. O sistema fotovoltaico tem capacidade de gerar 8 gigawatts-hora/ano (GWh/ano), suficiente para abastecer grande parte da demanda de eletricidade das operações da Jacto. ▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Reprodução/<https://www.segredosdaaudiencia.com.br/2025/>



João Kepler e Marcus Marques estão entre os nomes do SDA 2025

@ O Segredos da Audiência Ao Vivo 2025 (SDA) será realizado entre os dias 11 e 13 de abril, no Teatro Bradesco, em São Paulo, e promete ser um marco para o mercado digital. Reunindo grandes nomes do setor, o evento terá palestras, painéis e estudos de caso reais para ajudar empresas, criadores de conteúdo e profissionais autônomos a aprimorar suas estratégias de audiência e tráfego online. Entre os palestrantes confirmados estão João Kepler, referência no ecossistema de startups e investimentos anjo no Brasil; Marcus Marques, especialista em gestão de pequenas e médias empresas e fundador da comunidade Giants; e Bruno Avelar, reconhecido por sua expertise em networking estratégico e desenvolvimento empresarial com impacto global. Esses nomes se somam a outros grandes profissionais do mercado digital, compondo uma programação que une inspiração e aprendizado prático (<https://www.segredosdaaudiencia.com.br/2025/>). ▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

A integração de marketing e vendas como caminho para o sucesso das empresas

Neste mundo tão acelerado, onde tudo muda a todo instante, pode não parecer fazer sentido estruturar um planejamento anual para sua marca ou empresa. ▶▶

Como escolher benefícios corporativos para engajar e reter colaboradores

Escolher os benefícios certos para os colaboradores vai além de cumprir uma obrigação corporativa. ▶▶

Setor financeiro utiliza IA para aprimorar gestão de riscos e cibersegurança

O avanço da adoção da inteligência artificial (IA) por entidades financeiras tem marcado o início de uma fase de inovação e transformação sem precedentes nesse segmento de mercado. ▶▶

A verdadeira IA é a Inteligência Ativa das pessoas

Um verdadeiro tour de force rumo ao futuro da sociedade e dos negócios. O Web Summit Lisboa é uma maratona, física e intelectual. Além de andar mais de 10km por dia entre os pavilhões e entrar em contato com pessoas de todo o mundo, o evento nos faz retornar para o Brasil com excesso de bagagem intelectual. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Franquias representam 72% das principais operações em shoppings

O setor de franquias no Brasil mantém um ritmo acelerado de crescimento e já consolidou sua força no mercado de shoppings. De acordo com a Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasec), 72% das principais marcas presentes em shoppings são franquias, o que comprova que os malls são um ambiente propício para novos negócios, principalmente, por oferecer estrutura, segurança e alto fluxo de consumidores — fatores essenciais para o sucesso das operações. A última pesquisa da Associação Brasileira de Franchising (ABF) aponta que o faturamento trimestral das franquias no Brasil alcançou R\$ 70,2 bilhões, crescimento de 12,1% em relação ao mesmo período do ano anterior. Já o número de operações de franquias ultrapassou a marca de 195 mil unidades e o setor emprega diretamente mais de 1,69 milhão de pessoas. Outro dado relevante da pesquisa ABF é que 38% das marcas associadas operam em malls.