



INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E E-COMMERCE

GERANDO RESULTADOS A PARTIR DOS HÁBITOS DE CONSUMO

▶▶ Leia na página 8

Entropia da reputação e o erro que virou o novo normal nas startups

Pense no nosso corpo. Se pararmos de nos cuidar – deixando de nos alimentar bem ou de nos exercitar – ele começa a enfraquecer e adoecer. Sem manutenção constante, a estrutura que nos mantém saudáveis se deteriora.

Isso é entropia: a tendência natural de tudo ir do estado organizado para o desorganizado, a menos que haja um esforço contínuo para manter a ordem.

Agora, pense em uma empresa. Se os gestores não estiverem atentos e não derem direcionamentos estratégicos, os processos começam a se confundir. As pessoas perdem clareza sobre suas funções, projetos estagnam e, com o tempo, a empresa se torna ineficiente. Mas, quando há liderança ativa e uma rotina de organização e ajustes, a engrenagem corporativa continua girando e gerando resultados.

O mesmo acontece com a reputação de uma marca. Diferente do que muitos imaginam, reputação não é algo estático – ela precisa de manutenção constante. Pausas no investimento em relações públicas ou uma comunicação intermitente fazem com que a percepção construída se dissipe. No silêncio, a narrativa deixa de ser moldada pela empresa e passa a ser preenchida pelo mercado – e nem sempre da forma desejada.

Divulgação



Silas Colombo

“Empresas que colocam a gestão da reputação no centro da tomada de decisão e adotam uma estratégia de Reputation-Led Growth, transformam a inércia dos concorrentes em diferencial competitivo e vantagem financeira.”

Marcas que se comunicam apenas em momentos esporádicos correm o risco de se tornarem irrelevantes ou, pior, serem lembradas apenas quando algo dá errado. A reputação, assim como a saúde e a eficiência organizacional, precisa ser cultivada com consistência. Manter uma estratégia recorrente de comunicação e relacionamento com stakeholders é o que diferencia empresas que inspiram confiança daquelas que desaparecem no ruído do mercado.

Na contramão dessa entropia, empresas que colocam a gestão da

reputação no centro da tomada de decisão e adotam uma estratégia de Reputation-Led Growth, transformam a inércia dos concorrentes em diferencial competitivo e vantagem financeira. Elas não apenas evitam a corrosão da marca, mas a fortalecem continuamente, criando um ativo intangível que impacta diretamente a percepção de valor, a atração de clientes e investidores e a sustentabilidade do negócio no longo prazo.

(Fonte: Silas Colombo é Fundador e CCO da MOTIM).

Como a inadimplência atrasa e encarece projetos no Brasil

No último ano, a inadimplência no setor B2B registrou um aumento, apontando que a intrincada realidade econômica – tanto internamente quanto externamente –, tem atingido as empresas brasileiras. ▶▶

A crise da autenticidade na era das narrativas ESG vazias

Em 2025, a sustentabilidade virou moeda de troca nas redes sociais, onde marcas disputam quem exibe o maior compromisso ambiental com filtros verdes, campanhas relâmpago e hashtags calculadas. ▶▶

Creator economy: o desafio da gestão financeira para influenciadores

Oportunidade de crescimento na internet acompanha a necessidade de soluções que apoiem o trabalho dos criadores de conteúdo. ▶▶

Do clique à conversão: como os Data Clean Rooms revelam o caminho do consumidor

Dados e privacidade são hoje protagonistas em qualquer discussão sobre o uso da tecnologia para atrair e engajar consumidores. E, dentro desse cenário, é inegável que o marketing foi um dos setores que mais se transformou com o uso de dados — passando a orientar campanhas com alto grau de personalização e eficiência. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

AI/Febratex Summit 2025



Febratex Summit 2025 abre inscrições gratuitas para feira da indústria têxtil

Estão abertas as inscrições gratuitas para o Febratex Summit 2025, que ocorre de 19 a 21 de agosto, no Parque Vila Germânica, em Blumenau (SC). A feira reunirá especialistas nacionais e internacionais para apresentar e debater os principais desafios e tendências que moldam a indústria têxtil na América Latina. Com foco em tecnologia, sustentabilidade e negócios, a iniciativa oferece uma imersão completa para empresários, gestores e profissionais de todos os segmentos da cadeia produtiva. “Durante três dias, os participantes terão acesso a conteúdos de alto nível por meio de palestras, painéis e cases de sucesso. O ambiente também favorece o networking com líderes do setor, gerando oportunidade para novos negócios, parcerias estratégicas e desenvolvimento profissional”, destaca Giordana Madeira, diretora-executiva do Febratex Group e idealizadora do Febratex Summit (www.febratexsummit.com.br). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI

AI/ABCR



Rodovias do Futuro 2025 reúne líderes para debater a revolução tecnológica

Com o compromisso de acelerar o setor de rodovias em direção ao futuro, a Associação Brasileira de Concessionárias de Rodovias (ABCR) realizará, em 4 de junho de 2025, em São Paulo, o evento Rodovias do Futuro 2025 – Fazendo a Revolução Tecnológica. O encontro ocorrerá no World Trade Center (WTC), localizado na Avenida das Nações Unidas, 12.551, Brooklin Novo, reunindo líderes do setor, autoridades governamentais, especialistas nacionais e internacionais. A expectativa é engajar cerca de 2 mil participantes presenciais, tornando esse um dos principais eventos do setor no país. A programação contempla apresentações e painéis sobre as mais recentes tecnologias e práticas inovadoras aplicadas ao setor de concessões de rodovias, destacando-se temas como segurança viária, infraestrutura sustentável e resiliência climática, inteligência artificial e veículos conectados (https://rodoviasdofuturo.com.br/rodovias2025). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

Automóveis

Via Digital Motors

Por Lucia Camargo Nunes

▶▶ Leia na página 4

