



Constelação sistêmica empresarial: a gestão que vai além do visível

É muito comum no mundo corporativo, líderes e organizações frequentemente se depararem com desafios que, à primeira vista, parecem ser comuns e ao mesmo tempo de difícil solução.

Conflitos internos persistentes, resultados continuamente abaixo do esperado e culturas organizacionais disfuncionais muitas vezes não encontram solução em abordagens de gestão tradicionais, que se limitam a fatores visíveis e mensuráveis. No entanto, uma nova perspectiva emerge: a constelação sistêmica empresarial, que propõe um olhar para as dinâmicas ocultas que moldam o destino de empresas e profissionais.

A constelação sistêmica empresarial vem para despertar uma nova consciência para questões muitas vezes ocultas, trazendo, assim, soluções completamente diferentes das convencionais. Enquanto a gestão tradicional se concentra em métricas e processos, o que também é relevante, a abordagem sistêmica revela como crenças limitantes, dinâmicas familiares não resolvidas (especialmente em empresas de origem familiar) e padrões hierárquicos ocultos podem sabotar a dinâmica organizacional para o sucesso do negócio.

Ao iluminar essas dinâmicas inconscientes, os líderes conseguem ter a coragem de olhar para o que não está visível, desvendando as raízes dos



“É possível construir organizações mais resilientes, inovadoras e verdadeiramente saudáveis, onde o sucesso flui de um alinhamento profundo com o propósito e as dinâmicas que regem a vida empresarial.

problemas, reconhecendo a interconexão entre o indivíduo e o sistema, e agindo para restaurar, pelos princípios da visão sistêmica: a Ordem (respeitar hierarquias e precedências); o Pertencimento (garantir o lugar de cada um no sistema, evitando exclusões); e o Equilíbrio (manter a balança justa entre dar e receber nas interações). Assim, é possível construir organizações mais resilientes, inovadoras e verdadeiramente saudáveis, onde o sucesso flui de um alinhamento profundo com o propósito e as dinâmicas que regem a vida empresarial.

Um breve exemplo é uma clínica médica, cujos sócios a herdaram após a morte do pai, e apenas um assumiu a gestão da empresa enquanto o outro não queria se envolver, nem vender a sua parte. Através de uma consultoria contratada, organizaram tudo que poderiam dentro dos conceitos tradicionais, e, ainda assim, sem crescimento na empresa. A Constelação revelou ao sócio gestor que havia uma necessidade de disputa do amor e reconhecimento do pai. Desse lugar, a empresa não conseguiria crescer. A solução foi contratar um gestor do mercado. Os sócios saíram da operação, ficando no conselho e seguindo com suas carreiras, trazendo paz e crescimento nos negócios.

Essa perspectiva convida a uma liderança autêntica, capaz de transformar não apenas resultados, mas o próprio "DNA" social e cultural da empresa.

(Fonte: Antonina Buriti é empreendedora, com MBAs em Gestão de Negócios e Planejamento Estratégico. Possui mais de 30 anos de experiência em posição executiva no mercado de tecnologia, em multinacionais e empresas familiares).

Background check faz checagem de dados e traça 'raio-x' do candidato

Especialistas da Icon Talent, referência em recrutamento e inteligência em RH, revelam que o processo de checagem evita contratações de alto risco, reduz passivos trabalhistas e diminui o turnover.

Empresas que escutam melhor lucram mais

Em um mercado onde produtos e preços se tornam cada vez mais semelhantes, a verdadeira diferenciação nasce da experiência.

Cinco motivos para aprender outro idioma no ambiente trabalho

Em um mercado cada vez mais globalizado, investir no aprendizado de idiomas dentro das empresas deixou de ser apenas um benefício e passou a ser uma estratégia essencial de competitividade.

Como um ataque iniciou uma revolução na segurança digital dos cartórios

O ataque cibernético que atingiu o sistema financeiro brasileiro em julho de 2025, com prejuízos superiores a R\$ 1 bilhão, reacendeu o debate sobre segurança digital e a necessidade urgente de autonomia tecnológica. A ofensiva, que envolveu a empresa C&M Software, responsável por intermediar transações entre fintechs e o Banco Central e expôs falhas estruturais graves.

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular

Negócios em Pauta

Imagem: Fabio Salles

MaturiFest 2024

Festival de trabalho e empreendedorismo 50+ chega à 8ª edição em São Paulo

O MaturiFest, maior festival de trabalho e empreendedorismo 50+ da América Latina, chega à sua 8ª edição de 21 a 23 de agosto de 2025, na UNIP Paraíso, em São Paulo. Promovido pela Maturi, o evento será realizado em formato híbrido e marca os 10 anos de atuação da empresa. Nesta edição comemorativa, nomes de destaque como Ana Paula Padirão, Carolina Ferraz e Caito Maia já estão confirmados na programação. Realizado em parceria com o Ministério da Cultura, o MaturiFest propõe uma experiência transformadora que combina aprendizado, prática e conexões com propósito. A programação do MaturiFest inclui painéis, palestras e oficinas práticas com temas essenciais para a reinvenção profissional (<https://www.maturifest.com/>). Leia a coluna completa na página 3

News@TI

aislan13_CANVA



AI&Data Leaders 2025 debate os desafios reais da IA corporativa

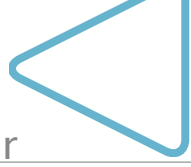
@Com nomes como Silvio Meira, Reinaldo Moraes (NASA/MIT) e executivos do Itaú, o AI&Data Leaders 2025 reunirá, nos dias 5 e 6 de agosto, na Villa Blue Tree, em São Paulo, a alta liderança das maiores empresas do Brasil para discutir os desafios reais da adoção de inteligência artificial e dados em escala. A Keyrus, multinacional francesa reconhecida globalmente por sua atuação em transformação digital e inteligência de dados, é uma das patrocinadoras estratégicas do evento. Voltado a executivos C-Level, o AI&Data Leaders se diferencia por promover conversas práticas, estratégicas e de alto impacto entre quem está na linha de frente da inovação corporativa. A edição de 2024 contou com mais de 500 executivos de empresas como iFood, Nubank, Grupo Boticário, Nestlé e Dasa, consolidando-se como um dos encontros mais influentes do país no campo de tecnologia e negócios. Além das trilhas, o evento promove uma imersão estratégica de dois dias, com conteúdo de alta curadoria, rodadas de negócios e experiências exclusivas para líderes que enfrentam dilemas práticos em suas operações (www.aidataleaders.com.br). Leia a coluna completa na página 2

Literatura

Livros em Revista

Por Ralph Peter

Leia na página 4



OPINIÃO

A integração de IA via Agentspace marca o início de uma nova fase na produtividade empresarial

Ivan Vernado (*)

Mesmo com avanços tecnológicos visíveis e acessíveis a usuários de diferentes perfis, a inteligência artificial ainda é percebida por muitos como algo distante, abstrato ou excessivamente técnico.

Nesse contexto, o lançamento do Agentspace, nova plataforma de agentes de IA desenvolvida pelo Google, representa um passo importante para tornar a IA mais compreensível e aplicável no cotidiano corporativo. Com potencial para redefinir a produtividade empresarial, a ferramenta pode representar, para esta nova era da tecnologia, um marco tão significativo quanto foi o famigerado Microsoft Office para a informatização dos escritórios no passado.

O Agentspace é mais do que uma ferramenta de IA generativa multi-agentes. Trata-se de um ambiente de trabalho completo e inteligente, capaz de se conectar a diversos sistemas, vasculhar grandes volumes de dados, executar tarefas com agilidade e gerar respostas em linguagem natural. Em outras palavras, podemos dizer que é um verdadeiro assistente digital corporativo que transforma a maneira como as equipes trabalham e tomam decisões nas empresas.

A meu ver, um dos principais diferenciais do Agentspace está na sua capacidade de integração nativa com diversos sistemas corporativos e na capacidade de centralizar o conhecimento a partir de ambientes pulverizados e complexos. A plataforma se conecta diretamente aos produtos do próprio Google, como Gmail, Google Calendar e Google Cloud Platform, além de ferramentas amplamente utilizadas no mercado, como Microsoft, Salesforce e Jira. Isso possibilita a criação de um ecossistema multimodal, no qual tarefas podem ser concentradas e automatizadas em um único ambiente, com segurança e alto ganho de produtividade.

Outro aspecto relevante é o modelo de comercialização: diferentemente da maioria dos serviços do Google Cloud, que operam com cobrança por demanda, o Agentspace é oferecido por licença, como um produto SaaS. Esse formato torna os custos mais previsíveis e favorece a adoção por empresas de médio e grande porte, que muitas vezes enfrentam barreiras internas para aprovar projetos com orçamento variável.

Na prática, o usuário passa a fazer tudo em uma mesma plataforma, sem precisar ficar alternando entre ferramentas diversas. Obviamente, esse diferencial também ajuda na

melhoria da produtividade (além do uso de IA para a interpretação massiva de dados), economizando tempo operacional e organizacional. Com a solução, é possível enviar e-mails, marcar reuniões, buscar informações em documentos, entre outras tarefas, em um só lugar. Além disso, a ferramenta não se limita à automação de tarefas simples, mas interpreta contratos, identifica obrigações legais, monta e envia notificações, busca informações em documentos e até redige propostas comerciais com base em projetos anteriores, tudo de forma integrada e transparente para o usuário.

A plataforma já mostra ganhos reais em áreas como jurídico, RH, operações, marketing, comercial e financeiro, reduzindo o tempo gasto em tarefas que antes exigiam múltiplas etapas e geravam retrabalho. Além da agilidade, um outro ponto significativo para muitas empresas é o nível de controle, pois a plataforma também permite rastrear o uso de dados, identificar conteúdos obsoletos e tomar decisões mais inteligentes sobre o acervo interno da companhia, o que, em muitos casos, pode trazer grande economia de custos e recursos de armazenamento.

Por outro lado, apesar de ser uma solução pronta para uso, a integração com outras plataformas e a adaptação aos fluxos de cada empresa ainda exigem conhecimento técnico e visão estratégica. E é aí que entra o papel das consultorias especializadas, que aceleram a adoção e ampliam o valor da ferramenta. Embora a implementação na América Latina ainda esteja em estágio inicial, a maturidade da solução já é visível em mercados como a EUA e União Europeia. No Brasil, os primeiros projetos já apontam ganhos reais de produtividade e eficiência. É uma tecnologia que veio para ficar, pois não apenas funciona, mas entrega valor real.

Podemos dizer que este é um marco do início de uma nova era na relação entre trabalho e tecnologia. Estamos deixando para trás a necessidade de alternar entre dezenas de ferramentas, navegadores e plataformas. Caminhamos por um ambiente centralizado, integrado, seguro e inteligente, com a IA no centro da operação. Mais do que uma promessa, esta é uma ferramenta robusta, escalável e alinhada às exigências reais de transformação digital.

O trabalho do futuro já está em curso, e o diferencial competitivo estará, cada vez mais, nas decisões bem-informadas. A inteligência artificial é parte essencial dessa transformação, e quem não enxergar isso ficará para trás, perdendo oportunidades valiosas para inovar, crescer e liderar.

(*) Head de IA da Leega Consultoria.

Vivaldo José Breternitz (*)

Nascido em 1959, foi presidente da Nintendo entre 2002 e 2015, tendo sido o primeiro executivo a comandar a empresa sem ser membro da família Yamauchi, fundadora da companhia em 1889.

Curiosamente, a Nintendo foi fundada como uma empresa fabricante de Hanafuda, um tipo de baralho tradicional japonês usado em jogos de azar e entretenimento.

Iwata começou a construir sua reputação trabalhando na HAL Laboratory, uma empresa parceira da Nintendo. Ali, participou do desenvolvimento de títulos famosos, como Kirby e EarthBound, ficando conhecido por sua habilidade técnica.

Em 2000, foi contratado pela Nintendo, e dois anos depois, assumiu a presidência no lugar de Hiroshi Yamauchi, que liderara a empresa por mais de meio século. Durante sua gestão, Iwata reposicionou a Nintendo com apostas ousadas, como os consoles Nintendo DS e Wii, que se tornaram fenômenos de vendas.

Ao priorizar a acessibilidade ao invés da potência gráfica, esses produtos conquistaram novos públicos e transformaram o perfil do jogador médio, contribuindo para a popularização definitiva dos videogames.

Especialista em Direito ensina como usar a Inteligência Artificial a favor da profissão

O professor de Direito Carlos Eduardo Guerra ministrou o workshop “O uso da IA para estudantes de Direito”, durante as Jornadas Acadêmicas promovidas pela Faculdade Presbiteriana Mackenzie Rio. O docente discutiu os prós e contras do uso dessa ferramenta na vida profissional.

Durante a aula, diversas IAs foram apresentadas, como ChatGPT, Gemini, DeepSeek, Meta IA, Gamma, Canva, Clarice.ai, entre outras. Foi demonstrado como essas ferramentas são ágeis e cada vez mais eficientes na entrega de pesquisas. O especialista também comentou sobre a “Manus”, uma IA que executa atividades diárias do usuário. Com poucos cliques, ela acessa o computador e realiza tarefas como marcar exames, fazer compras, entre outras, com grande precisão. O professor destacou ainda a importância de saber dar comandos adequados à IA: quanto mais o usuário dominar o assunto, melhor será o desempenho da ferramenta.

Na prática, Guerra mostrou como usar cada uma das IAs apresentadas e alertou sobre os riscos de seu uso indiscriminado no dia a dia. “Particularmente, eu defendo o uso da IA tanto na educação e na formação de estudantes de Direito quanto na rotina dos próprios profissionais da área. Entretanto, a utilização dessa tecnologia precisa ser feita de maneira inteligente”, afirmou. Para o professor, um uso inteligente significa



Jovanmandic_CANVA

Além da inovação, Iwata ficou marcado por seu estilo de liderança humanizado. Em meio a dificuldades financeiras da Nintendo nos anos de 2011 e 2013, optou por reduzir seu próprio salário pela metade para evitar demissões — um gesto raro entre executivos do alto escalão, especialmente no Ocidente.

A frase que pronunciou na Game Developers Conference de 2005 sintetiza sua filosofia: “Na minha mente, sou um programador. No meu coração, sou um jogador. Mas nos meus atos, sou um ho-

mem de negócios.”

Satoru Iwata faleceu em julho de 2015, aos 55 anos, em decorrência de um câncer raro no ducto biliar. Sua morte causou profunda comoção entre fãs e profissionais da indústria.

Até hoje, ele é lembrado como um dos líderes mais carismáticos, autênticos e influentes do universo dos games e no mundo empresarial como um todo.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor e consultor – vjnitz@gmail.com.



empregá-la como um auxiliar no trabalho. “É como se fosse um assessor ou uma assessora do estudante ou do profissional.”

Guerra também enumerou alguns perigos do uso da IA. “Quando a pessoa delega totalmente a atividade à IA — ou seja, deixa que ela faça tudo sem ao menos ler ou revisar —, existe uma grande possibilidade de se tornar uma farsa. Isso porque, ao não ter nenhum conhecimento do conteúdo produzido, no momento em que

precisar se expor ou se apresentar, essa fragilidade ficará evidente”, alertou.

Segundo o professor, alimentar o sistema com informações completas, precisas e contextualizadas reduz significativamente a margem de erro. “Por isso, eu recomendo a leitura de livros — e não apenas os técnicos! A leitura de livros, além de filmes, séries e peças de teatro, tudo que venha da cultura, contribui para ampliar o vocabulário e a criatividade”, complementou.



News @TI

ricardosouza@netjen.com.br

NVIDIA discute como a inteligência artificial pode afetar a matriz energética global

O Energy Revolution 2025 é um evento promovido pela StartSe que reunirá líderes empresariais para discutir um dos temas mais críticos da atualidade: os impactos da inteligência artificial na demanda energética mundial. O encontro acontecerá no dia 19 de agosto, das 8h às 18h, no Expo Center Norte, em São Paulo. A presença da NVIDIA, empresa que atingiu recentemente US\$ 4 trilhões em valor de mercado e é considerada peça-chave para o avanço da IA em seu modelo atual, reforça o compromisso da StartSe em promover discussões estratégicas sobre o futuro da tecnologia, energia e negócios (https://lp.startse.com/eventos/energy-revolution/).

Locus Custom Software faz parceria com a Tempest

A Locus Custom Software, empresa brasileira referência em desenvolvimento de software e soluções corporativas baseadas em Inteligência Artificial (IA), acaba de anunciar sua entrada oficial no segmento de cibersegurança, em parceria com a Tempest, companhia nacional líder

nesse mercado, especializada em segurança digital e prevenção a fraudes. A aliança posiciona a Locus Custom Software como primeira parceira comercial da Tempest dentro de seu novo programa de canais. Com isso, a Locus passa a ofertar para startups, médias e grandes organizações, em todo o Brasil, as soluções da Tempest — e, adicionalmente, assume um papel estratégico na correção das vulnerabilidades identificadas nos testes de segurança, o que vem a complementar o atendimento de clientes da Tempest (https://locus.software) (https://www.tempest.com.br/).

2ª edição do IAmplify 2025 destaca IA nos negócios

A Board Academy realiza, no dia 5 de agosto, no CIEE, em São Paulo, 2ª edição do IAmplify 2025, evento presencial que trará uma programação prática e relevante sobre a aplicação dessa tecnologia nos negócios. Um dos destaques do encontro é Walter Longo, autor e referência nacional em inovação, que apresentará a palestra “Inteligência Artificial: Surfando no Tsunami”. Haverá momentos de networking, troca de experiências com os palestrantes e um ambiente propício à inovação e à colaboração entre líderes de diferentes setores (https://boardbr.com/iamplify-agosto).

Produção industrial sobe 0,1% em junho, depois de dois meses de queda

A produção da indústria brasileira cresceu 0,1% na passagem de maio para junho. O resultado interrompe uma sequência de dois meses seguidos com queda de 0,6%

O dado foi divulgado na sexta-feira (1º) pela Pesquisa Industrial Mensal, do IBGE. Com o desempenho de junho, a indústria acumula expansão de 1,2% em 2025 e de 2,4% no acumulado de 12 meses.

O IBGE informou que a produção industrial se encontra 2% acima do patamar pré-pandemia da Covid-19 (fevereiro de 2020), no entanto, 15,1% abaixo do ponto mais alto já registrado, em maio de 2011. A média móvel trimestral – que fornece um retrato da tendência de comportamento da indústria – tem queda de 0,4% na comparação do trimestre encerrado em junho ante o terminado em maio de 2025.



O gerente da pesquisa, André Macedo, apontou que no primeiro trimestre de 2025, o nível da produção industrial subiu apenas 0,6% em relação ao final de 2024. Na visão dele, há uma queda de ritmo provocada pela política de juros altos do Banco Central (BC),

para frear a inflação. “Isso guarda relação importante com a política monetária mais restritiva, aumento de taxa de juros”, disse. “Fica evidente pela menor intensidade que a produção mostra nos meses mais recentes”, complementa Macedo.

Desde setembro do ano passado, a Selic, taxa básica de juros determinada pelo BC, está em trajetória de alta, chegando atualmente em 15% ao ano. O juro alto é um “remédio” do BC para esfriar a economia e tentar controlar a inflação. Em junho, a inflação oficial alcançou 5,35% em 12 meses – acima do teto da meta do governo (4,5%). André Macedo avalia ainda que incertezas causadas pelo cenário internacional, como o tarifação de produtos importados pelos Estados Unidos, também tiveram reflexos negativos na produção industrial. “Fato é que atrapalha o planejamento das empresas do setor industrial”, explica (ABR).

Petrobras participará de programa de incentivo a florestas produtivas

A Petrobras vai aderir ao Programa Nacional de Florestas Produtivas, do Ministério do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar (MDA). O programa é agenda prioritária do governo federal na COP 30 e visa à restauração agroflorestal, com integração entre lavoura, pecuária e floresta, e o incentivo a florestas produtivas, que permitem a recuperação de áreas degradadas com cultivos economicamente rentáveis como cacau, açaí, cupuaçu, maracujá.

“Estamos muito felizes com essa parceria que vai ajudar a alavancar o Programa Florestas Produtivas. Esse programa tem como objetivo manter a floresta em pé, com a recuperação de áreas degradadas e, ao mesmo tempo, garantir renda a quem vive nela com o incentivo de cultivo de alimentos rentáveis”, disse o ministro, Paulo Teixeira, segundo nota da Petrobras.

O documento prevê a abertura de chamadas públicas para a contratação de projetos de recuperação de áreas degradadas ou alteradas na agricultura familiar e o uso de sistemas agroflorestais como tecnologia de base. A meta é recuperar no mínimo 4,5 mil hectares nos estados da Margem Equatorial, uma das fronteiras mais promissoras do país reconhecida pelo seu potencial petrolífero e de gás.

“Este acordo representa um importante passo em nossa jornada rumo a uma economia de baixo carbono. A Petrobras reafirma seu compromisso com a sustentabilidade e o desenvolvimento social, unindo forças com o MDA para fortalecer a agricultura familiar e a conservação ambiental”, disse a diretora executiva de Assuntos Corporativos da companhia, Clarice Coppetti, ainda segundo nota da estatal (ABR).

Setor cafeeiro pode ser forçado a redirecionar produção

A partir de 6 de agosto, a exportação do café brasileiro para os Estados Unidos passará a ser taxada em 50%. Enquanto permanece batalhando para ficar de fora da lista de produtos brasileiros que vão ser taxados pelo governo norte-americano, o setor cafeeiro nacional segue marcado por incertezas, informou o Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea) da Esalq da USP.

Segundo pesquisadores do Cepea, por causa dessa alta taxa, os produtores brasileiros poderão ser forçados a redirecionar parte de sua produção para outros mercados, o que deverá exigir “agilidade logística e estratégia comercial para mitigar os prejuízos à cadeia produtiva nacional”. Os Estados Unidos são o principal destino das exportações de café do Brasil. Em 2024, eles importaram cerca de 23% de café brasileiro, especialmente da variedade arábica, insumo essencial para a indústria local de torrefação.

A Colômbia representou cerca de 17% do total das importações norte-americanas, enquanto o Vietnã contribuiu com aproximadamente 4%.

Para o Cepea, como os Estados Unidos não produzem café, a elevação do custo de importação deve comprometer a viabilidade de toda a cadeia interna, que envolve torrefadoras, cafeterias, indústrias de bebidas e redes de varejo (ABR).

O paradoxo humano na era digital e a transformação que as máquinas não podem fazer

Graci de Melo (*)

A transformação digital tem sido um dos principais mantras do mundo corporativo nas últimas décadas. Muito se fala sobre big data, automação, uso de dados e, mais recentemente, dos potenciais destravados pela inteligência artificial. A promessa é de eficiência sem precedentes e de um salto quântico em produtividade. Como empresa que entrega soluções tendo como premissa o uso de IA, a V8.Tech já vive essa promessa, na prática, no dia a dia.

No entanto, muitas empresas ainda falham em perceber o óbvio: a verdadeira transformação digital está muito além dos gigabytes e da adoção de tecnologia. Está na capacidade humana de se reinventar, e vai exigir, portanto, uma mudança profunda na cultura organizacional.

Pessoalmente, sempre fui guiada pela inquietude.

Minha jornada profissional começou muito antes de eu sequer sonhar com bytes, quando eu ainda era adolescente. Tenho na minha origem uma família de mulheres fortes, aguerridas e que me fizeram desenvolver e reconhecer muito precocemente o valor da adaptabilidade e do "fazer acontecer". Mas qual a relação disso com a tecnologia e o cenário de transformação no qual estamos mergulhados?

A inovação depende da conexão humana, da capacidade de ouvir e da coragem de questionar, e de ir além do esperado, desafiando o status quo. Essa essência sempre me acompanhou, especialmente nos momentos em que uma rotina intensa me ensinou a gerenciar a pressão e, principalmente, a valorizar cada oportunidade. Foi nesse ambiente de múltiplas experiências que entendi algo fundamental: a tecnologia é um meio, não um fim.

É nesse contexto que o paradoxo da transformação se revela delicioso, como costume dizer: Se, por um lado, a IA otimiza processos e desperta incertezas sobre o papel das pessoas, por outro, ela é um convite irresistível ao resgate do que nos torna humanos. Sim, a IA automatiza tarefas repetitivas. E sim, isso libera tempo para o que realmente importa: empatia, criatividade, pensamento crítico e genuína

interação humana.

Ainda assim, o medo, esse sentimento tão primitivo, ainda nos paralisa diante do avanço tecnológico. A boa notícia é que, ao reconhecermos nossas vulnerabilidades e aceitarmos a IA como uma aliada, podemos criar ambientes de trabalho genuínos. Um lugar onde o aprendizado constante é celebrado, a experimentação é incentivada e a coragem de errar é vista como parte do processo evolutivo.

Na V8.Tech fomos capazes de transformar a cultura, tratar os medos e construir esse ambiente. Por isso não esperamos que a demanda por IA chegue até nós. Nós a provocamos. Desenvolvemos frameworks e plataformas com agentes de IA para acelerar a modernização de legados tecnológicos em grandes empresas. O objetivo não é apenas otimizar sistemas obsoletos, mas permitir que nossos clientes consigam hiperpersonalizar seus produtos e serviços, entendendo melhor seus consumidores - porque, no fim das contas, a tecnologia serve para aprimorar a experiência humana e gerar valor real para o negócio.

A verdadeira transformação digital não é um destino, mas uma jornada de reinvenção contínua. As empresas que prosperaram são aquelas que entenderam que a tecnologia é uma alavanca para construir uma cultura mais ágil, colaborativa e centrada nas pessoas.

Portanto, a pergunta essencial não é "qual tecnologia vamos adotar?", mas sim: "o que precisamos mover nas estruturas e na mentalidade da nossa empresa para que as pessoas possam se reinventar e, assim, alavancar o verdadeiro potencial da tecnologia?". A resposta, quase sempre, estará na ousadia de transformar pessoas para transformar negócios, garantindo que a transformação humana aconteça na mesma velocidade da transformação digital. É essa simbiose que nos levará a um futuro mais inovador, próspero e, fundamentalmente, mais humano.

(*) - É CO-CEO da V8.Tech, empresa de tecnologia que apoia organizações em seus desafios de transformação digital, com foco em IA.



lobato@netjen.com.br

A – Sotaques no Brasil

Em agosto, o Museu da Língua Portuguesa começa a se despedir da exposição 'Fala Falar Falares', que celebra a diversidade de sotaques no Brasil. A mostra, que ficará em cartaz até 14 de setembro, é um dos destaques da programação do mês. Localizado no histórico prédio da Estação da Luz, o Museu é uma instituição da Secretaria da Cultura do Governo de São Paulo. Com mais de 105 mil visitantes desde a sua abertura, contém instalações audiovisuais e participativas que jogam luz no ato de falar, este superpoder do ser humano, e na variedade de sotaques em nosso país. É grátis aos sábados e domingos.

B – Crimes Patrimoniais

As ocorrências de roubos no estado de São Paulo caíram 15,3% no primeiro semestre na comparação com o mesmo período de 2024. Foram 85.530 registros entre janeiro e junho, contra 100.978 nos seis primeiros meses do ano anterior. Com a queda, o estado paulista atingiu o menor patamar de roubos para o período desde o início da série histórica, em 2001, conforme os dados da Secretaria da Segurança Pública. O interior do estado foi a região com a queda mais acentuada, de 21,4%, chegando a 14.492 casos em seis meses. Em seguida vem a capital paulista, que reduziu em 14% o número de assaltos, com 51.266 boletins registrados no período.

C – Programa de Trainee

O Santander abriu inscrições para o Programa de Trainee 2026. Com duração de 18 meses contados a partir de janeiro, o programa proporcionará aos aprovados uma jornada de aprendizagem e experiências capaz de acelerar a aquisição de conhecimento e de habilidades essenciais para as carreiras que estão em transformação. Além disso, os trainees receberão mentoria de executivos e aqueles que tiverem performance destacada, viverão uma experiência internacional. Os benefícios incluem vale alimentação/refeição e transporte, auxílio creche/babá, assistência médica, odontológica e salário de até R\$ 9,2 mil. Os candidatos poderão se inscrever pelo link (<https://www.santander.com.br/hotsite/trainee-santander>).

D – Insumos Agropecuários

Entre os próximos dias 5 e 7, no Transamérica Expo Center, acontece o Congresso Andav 2025 que reunirá 250 marcas que reforçarão a importância estratégica do mercado de Distribuição de Insumos Agropecuários para o desenvolvimento sustentável do agro no país, sendo responsável por levar informação, tecnologia e novos produtos para o campo. Estarão no Congresso as principais indústrias nas áreas química, de defensivos, soluções biológicas, sementes, nutrição animal e foliar e saúde animal, equipamentos, agentes financeiros, agtechs, fintechs, consultorias e soluções em logística, tecnologia, sistemas e comunicações, agricultura de precisão e automação comercial. Mais informações: (<https://eventosandav.com.br/>).

E – Produção de Veículos

Entre janeiro e junho, a Stellantis produziu 403.711 veículos no Brasil, um aumento de 18% em comparação às 342.213 unidades do mesmo período de 2024. O Polo Automotivo Stellantis de Betim, em Minas Gerais, foi o principal destaque, com 248.935 veículos produzidos no semestre, um aumento de 16% em relação ao mesmo período do ano passado, quando a fábrica registrou 214.084 unidades. No Polo Automotivo de Goiana, em Pernambuco, a produção somou 119.131 unidades, volume 12% superior ao de 2024 (105.873 veículos). Já a unidade de Porto Real, no Rio de Janeiro, fabricou 35.645 veículos entre janeiro e junho, registrando um expressivo crescimento de 60% em comparação às 22.256 unidades produzidas no primeiro semestre do ano anterior.

F – Papelaria e Presentes

A 15ª edição da ABCasa Fair, que acontece de 13 a 16 de agosto, no Expo Center Norte, em São Paulo, apresenta um panorama atualizado do setor de Papelaria e Presentes Criativos, que segue em ascensão e consolidação no mercado brasileiro de artigos para casa e decoração. Com um público cada vez mais exigente e atento à originalidade, o segmento reforça sua importância com produtos que reúnem sustentabilidade e inovação. A sustentabilidade ganha protagonismo, com a ampliação do uso de materiais eco-friendly, como papéis reciclados, tintas à base de água e embalagens biodegradáveis. Saiba mais: (<https://abcasafair.com.br/>).

G – Turismo Responsável

De 11 a 14 de setembro, Brasília será palco de uma programação plural que coloca no centro do debate o papel do turismo como agente de transformação social e ambiental no Brasil. É o O 1º Fórum Brasileiro de Turismo Responsável, que reunirá representantes de territórios tradicionais, gestores públicos, empreendedores, comunicadores e profissionais do setor para uma imersão de quatro dias em experiências, reflexões e articulações em torno de um turismo mais justo e regenerativo. Saiba mais: (<https://forumturismoresponsavel.com.br/>).

H – Aviação Executiva

A multinacional holandesa fabricante de tintas e revestimentos Akzo-Nobel e sua distribuidora do segmento aeronáutico na América Latina, a X5company, estarão juntas, no mesmo estande, na LABACE 2025 (Latin American Business Aviation Conference & Exhibition), maior feira de aviação executiva da América Latina, que será realizada de 5 a 7 de agosto no Campo de Marte, em São Paulo. Organizada pela Associação Brasileira de Aviação Geral (ABAG), a LABACE chega à sua 19ª edição reunindo os principais players do setor. Mais informações: (www.labace.com.br).

I – Nova Fábrica

A YANMAR, multinacional japonesa fabricante de máquinas e soluções compactas para os setores agrícola, construção civil, motores industriais, marítimos e sistemas de energia, anuncia a construção de uma nova fábrica no Distrito Industrial de Indaiatuba (SP), com investimento de R\$ 280 milhões. O projeto, que será implementado em etapas até 2030, visa aumentar a capacidade produtiva, unificar operações e melhorar processos, consolidando o crescimento da companhia no país. A decisão pela construção da nova unidade foi motivada pelo crescimento contínuo da demanda por tratores agrícolas e também por miniescavadeiras, colheitadeiras, motores e peças de reposição, exigindo mais espaço e melhor estrutura para atendimento eficiente.

J – Viagens Rodoviárias

A BusCo – mobitech low-cost – acaba de realizar sua primeira viagem inaugural, com duas rotas conectando Vitória e Belo Horizonte à cidade de São Paulo. Na capital capixaba, o embarque será na conhecida Praça do Papa, com destino ao Terminal Tietê. Em Belo Horizonte, a saída ocorre no Hotel Royal Lourdes, na região central da capital mineira, também com chegada ao Terminal Tietê. Com um investimento inicial de R\$ 50 milhões, a BusCo aposta em um modelo de negócios low-cost, baseado na eficiência operacional, no uso de tecnologia e em tarifas acessíveis, com o objetivo de modernizar as viagens rodoviárias no Brasil. A expectativa é transportar 200 mil passageiros no primeiro ano e alcançar uma receita de R\$ 100 milhões até agosto de 2026.



Livros em Revista

Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



O Facilitador e a Facilitação

Eduardo Cheffe – Bambual – O Eduardo fixou-se numa profissão bastante espinhosa, escorregadia, bastante sinuosa. Suas múltiplas habilidades, para uma gestão de grupo eficaz, sempre serão solicitadas e testadas. Uma tarefa hercúlea que o Cheffe, com muita “poeira de estrada”, sabe como poucos, permear, deslindar-se. Numa época em que nos livramos de algumas dificuldades com as facilidades geradas por I A, a comunicação intra corpore reveste-se de fundamental importância. Dai a necessidade da intervenção, sempre neutra, de um profissional para facilitar a interação de um grupo numa organização, qualquer seja seu tamanho. Um grupo coeso, focado num devido propósito, seguramente alcançará êxito e, naturalmente, a corporação obterá seus frutos. Simples assim! Uma obra que deverá ser lida por funcionários bem intencionados, administradores competentes, cientes de sua necessária competência e pessoas que desejem melhorar seu perfil profissional. Oportuna!



Entre Lugares: Onde estão as crianças na cidade?

Cristiane Theiss Lopes – Juliana Gatto (Ilustr) – Artêrinha – Fruto de uma pesquisa para doutorado, a professora formada pela FURB, sempre preocupada com os pequeninos, criou uma história para transmitir ao mundo, como que uma criança sente-se em meio ao “gigantesco” universo adulto que nos cerca. De fato, há um certo horror, tem-se a impressão – quando criança – que jamais conseguiremos um lugarzinho nessa imensidão. O crescimento – ao menos de tamanho – é inexorável. O que muda? Somente a percepção, ou recebemos ferramentas hábeis para real e digna sobrevivência? Creio que a resposta está incrustada em cada mente leitora. Genial!!



Viagem no País da Crônica

Humberto Werneck – Tinta da China - Missão extremamente desafiadora: comentar obra assinada pelo genial espírito de Werneck, de lucidez literária indiscutível. Vamos lá! Ainda sob a égide de celebrar seus profícuos oitenta anos, dispôs-se a abrir seu baú e dividi-lo com afortunados leitores. Retrata épocas em que seus amigos escritores, cronistas, hoje todos muito bem lembrados, vagavam pelo mundo a distribuir pitadas literárias, quase que sem noção de importância comercial. Tudo pelo prazer infindo de distribuir ideias e gerar prazeres. Interessante como Werneck generosamente, esquece de si para enaltecer figuras de preponderante importância para o idioma e literatura tupiniquim. Um verdadeiro arcabouço literato antropológico, um digno documento vivo extraído de entranhas das crônicas nacionais. Gostoso de ler. O feliz leitor, vai da primeira à última página, em total enlevo, rapidamente. Werneck desfila “causos” de maneira tal a imaginarmos uma conversa íntima, dentre amigos, numa mesa de bar, ou numa sala de estar. Simplesmente excelente!!!

www.bcctelevision.com.br

Assista ao programa Livros em Revista. Um canal repleto de novidades do universo literário. Entretenimento garantido!



Com apresentação de Ralph Peter.



Proclamas de Casamentos

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: **GUILHERME RODRIGUES DE SOUZA**, est ado civil solteiro, filho de Wilson Rodrigues da Silva e de Fabiana Rodrigues de Souza, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **MARINA SANTANA MARTINS**, estado civil solteira, filha de Francisco Martins da Silva e de Alcione Santana da Silva, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **THIAGO LUIS DE BRITO**, estado civil solteiro, filho de Fábio Luis de Brito e de Ana Paula Teixeira de Brito, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **MARTA ROLDAN MASTROROSA VALERY**, estado civil viúva, filha de Gilmar Mesa Mastrososa e de Rosiris Meira Roldan Mastrososa, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **DANIEL PINHEIRO DANTAS**, estado civil solteiro, filho de João Evaristo de Oliveira Dantas e de Maria Claudia Cezar Pinheiro da Silva, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **EDUARDA SIMÕES FERREIRA**, estado civil solteira, filha de Carlos de Oliveira Ferreira e de Cristina Simões Gomes Ferreira, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **JOSÉ JOAQUIM DUARTE SANTOS**, estado civil solteiro, filho de Daniel Laurentino dos Santos e de Maria de Lourdes Duarte Santos, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **FIGUEIRA RIVERO VACA**, estado civil solteira, filha de Luis Alberto Rivero Cuellar e de Elita Vaca Rodriguez, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **DIEGO VIANA DE BARROS**, estado civil solteiro, filho de José Viana de Barros e de Jaci Gonçalves Viana de Barros, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. O pretendente: **ISRAEL LISBOA JUNIOR**, estado civil solteiro, filho de Israel Lisboa e de Sonia Pereira de Souza Lisboa, residente e domiciliado na Vila Virginia - Ribeirão Preto - SP. Obs.: O pretendente Diego Viana de Barros é residente à Rua do Oratório, nº 725, Alto da Mooca, neste Subdistrito, São Paulo - SP e o pretendente Israel Lisboa Junior é residente à Avenida Primeiro de Maio, nº 1386, apto. 22, bloco 19, Vila Virginia - Ribeirão Preto - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pel o Artigo 20, Item III, alínea “b” da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência do pretendente Israel Lisboa Junior.

O pretendente: **GABRIEL LORDANI ROSCANI**, estado civil solteiro, filho de Silvio Roscani e de Mari Cristina Lordani Roscani, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **GIOVANNA LATROFE**, estado civil solteira, filha de Mauro Latrofe e de Viviane Cristina Tão Busio Latrofe, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - 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

Empresas apostam em novas estratégias para manter talentos em casa

Empresa de segurança de aplicações, investe em certificações, cursos de pós-graduação, graduação, cursos de idiomas, trilhas internas, mentorias e programas de capacitação contínua para apoiar o crescimento técnico e comportamental do time

Em um mercado onde o profissional de segurança da informação vale quase tanto quanto os dados que protege, não dá mais para apostar só em salário para reter bons profissionais. A equação mudou e quem quer manter um time de ponta precisa investir tempo, dinheiro e atenção nas pessoas, e, assim, gerar mais resultados.

A Conviso, desenvolvedora de soluções para segurança de aplicações, entendeu essa lógica e vem transformando o conceito de “reter” em empresa que cresce junto.

A urgência do investimento em pessoas é proporcional à velocidade das mudanças no setor. Só no Brasil, segundo dados da ISC2, existe um déficit de mais de 500 mil profissionais de cibersegurança. A demanda cresce na mesma velocidade das ameaças, e acompanhar esse movimento exige mais do que tecnologia: exige gente preparada, valorizada e em constante evolução. E, para acompanhar isso, não tem jeito: é estudar, sempre.

“Na Conviso, isso se traduz em programas internos consistentes de desenvolvimento técnico e comportamental, com apoio para certificações em softwares, cursos de graduação e pós, idiomas, mentorias, programas internos, trilhas de conhecimento, formações em soft skills e o reembolso de certificações”, explica o CEO da Conviso, Wagner Elias.

Os dados comprovam o compromisso da empresa. Em 2023, 52% das pessoas da casa foram reconhecidas por seu desempenho com promoções ou movimentações internas. Em 2024, mesmo com um cenário mais competitivo, 37,5% foram reconhecidas. “Esses números mostram que o crescimento é estimulado e, principalmente, valorizado”, destaca.

Quem vive esse ambiente sente a diferença. Camilly Eduarda Garuche, Application Security Consultant Junior há sete meses na empresa, afirma



que ter esse apoio faz toda a diferença: “Sinto que a empresa acredita no meu potencial antes mesmo de eu alcançar tudo o que posso”.

Por meio do benefício oferecido pela empresa, Camilly teve a oportunidade de praticar inglês com aulas em grupo no Cambly, interagindo com pessoas de diferentes nacionalidades. Além disso, está fazendo o curso da CompTIA Security+ pela plataforma Cybrary, que considera enriquecedor e fundamental para obter a certificação no futuro.

Para ela, além do inglês e dos cursos, os outros benefícios oferecidos pela Conviso a estimulam a querer dar o seu melhor para a empresa e continuar crescendo profissionalmente. “Com certeza, além do inglês e do curso, os outros benefícios que a Conviso me oferece me estimulam a querer dar o meu melhor para a empresa e continuar crescendo profissionalmente.”

Na sua visão, empresas que investem no desenvolvimento de seus colaboradores motivam estes a buscar melhoras a cada dia: “isso motiva os colaboradores a irem atrás dos benefícios, se aperfeiçoarem e, como consequência, ganharem mais confiança no seu próprio potencial!”

Já Luiz Custódio, Tech Lead de Education & Community, está na empresa há quase três anos e destaca a trajetória de crescimento que teve desde que começou como Analista de Segurança Pleno. Passou por promoções até chegar ao cargo atual, após migrar para a área

de educação e comunidade.

Por que adaptar com propósito é chave para manter a liderança no setor de alimentos

Roberto Otake (*)

Nos últimos anos, o setor alimentício tem vivido mudanças consistentes. O avanço tecnológico, a popularização do comportamento em rede e o olhar mais atento do consumidor para as origens dos produtos transformaram a forma como as marcas se posicionam. Não basta mais entregar qualidade, é preciso demonstrar e reforçar o sentido, contexto e diálogo.

Esse cenário exige algo que, para muitas empresas, ainda soa desafiador: personalizar sem perder coerência. Ou seja, entender hábitos, identificar padrões e ajustar experiências, tudo isso mantendo intactos os atributos que sustentam a reputação da marca.

Na Sakura, essa consciência nos levou a aprofundar ainda mais os perfis de nossos produtos, inclusive de nosso item mais icônico: o shoyu. Nosso molho sempre foi elaborado com base de soja e milho, uma fórmula que, ao longo dos anos, se mostrou naturalmente alinhada ao paladar brasileiro e, por não conter trigo, atende também ao público que busca opções livres de glúten. Essa característica, que nasceu da nossa própria tradição inovadora, acabou se revelando um diferencial valioso no mercado atual.

(*) CEO da Sakura Alimentos.

de educação e comunidade.

Ele participou do Programa de Lideranças e do Programa de Sucesso e afirma que os incentivos da Conviso, como capacitações internas, apoio a estudos de idiomas, graduações e certificações, contribuem para o seu engajamento e motivação para continuar evoluindo: “A Conviso oferece diversos incentivos voltados ao desenvolvimento pessoal e profissional, desde capacitações internas até benefícios que apoiam o estudo de idiomas, graduações, especializações e certificações. Esse apoio constante me motiva a evoluir dentro da empresa e buscar auxiliar todo o time trazendo novos insights”.

Para Luiz, o investimento da empresa faz com que os colaboradores enxerguem caminhos concretos para crescer: “Mais do que acreditar no próprio potencial, o colaborador passa a enxergar caminhos. O investimento da empresa demonstra um compromisso com o crescimento de cada pessoa, criando um ambiente que inspira aprendizado e evolução contínua”.

Para o CEO da Conviso, o investimento no desenvolvimento contínuo dos colaboradores é decisivo para a alta performance como diz: “para mantermos a excelência, acreditamos que o crescimento da empresa está diretamente ligado ao crescimento de cada pessoa da nossa equipe”.

E como reter talentos e diminuir o turnover em TI? Para criar uma cultura de permanência e crescimento, o exe-

Por que adaptar com propósito é chave para manter a liderança no setor de alimentos

Roberto Otake (*)

Mais recentemente, essa trajetória de inovação ganhou um marco importante com o desenvolvimento do Sakura Kin, um shoyu nobre, fermentado por nove meses, que combina tecnologia de ponta e rigor artesanal para atingir um sabor mais complexo e intenso. Investimos seis anos em pesquisa e aperfeiçoamento até chegar à fórmula ideal, hoje protegida por patente internacional, uma conquista inédita no setor. O Sakura Kin traduz como tradição e inovação podem coexistir com propósito.

A busca por adaptação também exige visão sobre comportamento. Os consumidores mudaram e continuam mudando. São cada vez mais exigentes e interessados em se conectar com marcas que compartilham seus valores. Por isso, cada vez mais, nossas decisões são orientadas por dados, combinados com escuta social e observação do cotidiano real.

Essa abordagem é confirmada por dados do estudo "This Next in Personalization 2021 Report", da McKinsey & Company, que apontam que 76% dos consumidores se sentem frustrados quando a experiência de marca não é personalizada. E mais: as empresas que investem em personalização crescem 40% mais rápido do que aquelas que não fazem esse movimento. O recado

(*) CEO da Sakura Alimentos.

cutivo afirma que não basta só treinar, reconhecer e oferecer o essencial. “Usamos algumas estratégias para valorizar nossos profissionais e garantir que eles encontrem aqui não só um lugar para trabalhar, mas para evoluir”.

Acompanhe algumas:

Invista em desenvolvimento profissional – O desenvolvimento contínuo das pessoas é priorizado não apenas por meio de cursos, mas também pela criação de desafios e projetos especiais, que promovem o aprendizado prático e estimulam a inovação no dia a dia.

Cultive uma cultura de reconhecimento – A valorização do desempenho individual e coletivo se reflete em movimentações internas como Feedbacks frequentes e oportunidades reais de crescimento contribuem para um ambiente mais engajado e produtivo.

Ofereça flexibilidade e autonomia – Modelos de trabalho remoto e horários semi-flexíveis favorecem o equilíbrio entre vida pessoal e carreira, reforçando a confiança mútua e a responsabilidade compartilhada entre os times.

Fomente um ambiente de trabalho inovador – Autonomia, colaboração e incentivo à experimentação são pilares de uma cultura que promove criatividade e encoraja a busca por soluções fora do padrão, tornando o ambiente fértil para novas ideias.

Priorize a comunicação transparente – A manutenção de canais abertos, o compartilhamento claro de decisões estratégicas e o estímulo ao diálogo constante fortalecem a conexão entre as equipes e contribuem para um clima organizacional mais coeso e participativo.

“No setor de segurança de aplicações, onde as transformações são aceleradas, o investimento nas pessoas tem se mostrado um diferencial essencial para seguir avançando, e construindo esse caminho de forma conjunta”, conclui.

Por que adaptar com propósito é chave para manter a liderança no setor de alimentos

Roberto Otake (*)

é claro: personalizar deixou de ser um diferencial e passou a ser um fator crítico de competitividade. Investir em personalização não significa diluir identidade. Pelo contrário: é uma forma de aprofundá-la. Criar soluções alinhadas ao momento de vida do público, manter coerência em cada contato, traduzir tendências com responsabilidade. Tudo isso fortalece vínculo, valor e lembrança.

No setor de alimentos, onde sabor e memória caminham juntos, essa consistência é ainda mais importante. Não estamos lidando apenas com produto, mas com afeto, cultura e rituais. Por isso, o espaço que uma marca ocupa na mesa é conquistado com sensibilidade e visão estratégica.

Acredito que a liderança, nesse novo contexto, será mantida por quem souber equilibrar inovação com origem. Por quem adapta, mas não se descaracteriza. Por quem ouve, mas não se dispersa. Por quem evolui, sem apagar o que construiu.

Adaptar com propósito não é apenas responder ao mercado. É inspirar e liderar novas tendências, reafirmando compromisso com quem já confia na marca e com quem está por vir.

(*) CEO da Sakura Alimentos.



WhatsApp Business cresce no Brasil com 70% das empresas usando para vendas

Automação no atendimento pela ferramenta é capaz de multiplicar o faturamento de pequenas empresas, como a de um empresário em Goiás que aumentou as vendas em seis vezes

Com presença em praticamente todos os celulares no Brasil, o WhatsApp se consolidou como uma ferramenta de trabalho para pequenas e médias empresas em todo o país. O app está instalado em 99% dos celulares no Brasil e mantém 147 milhões de usuários, segundo o estudo Digital 2024: Brazil.

Para especialistas em canais de atendimento, o que antes era apenas um meio informal de contato agora ganha papel estratégico: cada vez mais empresas estão automatizando processos, organizando suas operações e vendendo diretamente pelo aplicativo.

Segundo relatório da Opinion Box, 82% dos brasileiros já utilizam o WhatsApp para se comunicar com empresas, e 60% afirmam já ter feito compras pelo app. Não é à toa que o número de negócios que usam a versão empresarial — o WhatsApp Business — também cresceu: o Brasil é um dos maiores mercados do mundo para a solução. Cerca de 70% das empresas brasileiras já usam o app como parte de suas estratégias de marketing, vendas e relacionamento, segundo o Panorama de Marketing e Vendas 2024, da RD Station.

“Antes, tudo era manual. Hoje, consigo falar com dezenas de clientes ao mesmo tempo, sem deixar ninguém esperando”, diz Gabriel Sávio, diretor de uma loja



Anton_Pereira_CANVA

de móveis em Goiás. Após automatizar o atendimento e vendas pelo WhatsApp, ele afirma ter multiplicado o faturamento por seis. “Organização e agilidade fizeram toda a diferença”. Ele utiliza a plataforma de atendimento da Poli Digital em suas operações, empresa também de Goiás, que possui chatbot, automações e CRM para atendimento de clientes.

“A plataforma atrelada à automação pode ser um verdadeiro motor de vendas de uma empresa. Há uma diferença grande entre atender um pedido e operar um processo comercial inteligente, escalável e eficiente”, afirma Alberto Filho, CEO da Poli Digital.

Casos como o de Gabriel não são isolados. Uma pesquisa da Meta (2023) ouviu 6,5 mil adultos de 13 países, incluindo o Brasil, e mostrou que 81% dos brasileiros disseram achar mais fácil enviar mensagens para uma

empresa do que acessar um site para ter esse contato, e 78% afirmam ter mais chance de fechar uma compra quando conseguem resolver tudo por ali — do primeiro contato ao pagamento.

Alessandra Bona, da Burntech Caldeiras Equipamentos Industriais, também cliente da Poli Digital, cita que a possibilidade de responder aos clientes na mesma tela, atendendo diversos canais ao mesmo tempo, facilitou muito o dia a dia. “Permitir ter tudo registrado em um funil de pré-vendas (mensagens e ligações) foi um fator decisivo”.

Além de aprimorar as conversas, o WhatsApp também impulsiona as vendas com recursos integrados. Um dos mais utilizados é o Click-to-WhatsApp, que transforma anúncios no Instagram e Facebook em conversas diretas na plataforma de atendimento. Segundo a Meta, mais de 40% dos anunciantes brasileiros já adotaram essa

funcionalidade — sinal de que o WhatsApp se tornou um ponto central na jornada de compra.

Outro destaque é o Poli Pay, ferramenta desenvolvida pela Poli Digital que funciona como um sistema de gestão de pedidos direto pelo WhatsApp e Instagram. Ela permite que empresas enviem e recebam cobranças diretamente pelo chat, com catálogo de produtos integrado e carrinho de compras. A funcionalidade movimentou cerca de R\$ 7 milhões desde seu lançamento em 2020. A taxa de conversão alcançada com o Poli Pay foi de 46%, o dobro da média dos e-commerces tradicionais.

“Ou seja, com suporte e organização, conseguimos crescer mesmo com uma equipe enxuta. O WhatsApp é o app que já está no bolso, é ágil, direto e conveniente — uma vantagem competitiva enorme”, diz Alessandra Bona.

Ao contrário de soluções robustas criadas para grandes empresas, que muitas vezes são caras e difíceis de implantar, o WhatsApp Business oferece uma porta de entrada acessível para a digitalização das PMEs. “Automatizar o atendimento, registrar históricos de conversa, treinar equipes e integrar pagamento direto pelo chat. Tudo isso já é possível, e não exige grandes investimentos”, afirma Alberto Filho.

A Reforma Tributária ignora os pequenos negócios, e isso pode custar caro

Joseph Couri (*)

A tão esperada reforma tributária no Brasil, vendida como uma solução moderna e justa, começa a mostrar seu verdadeiro impacto, e ele está longe de ser positivo para as micro e pequenas empresas

A promessa de simplificação e justiça fiscal, até aqui, não se concretiza para quem mais precisa de previsibilidade: os pequenos negócios que compõem a espinha dorsal da economia nacional.

Um dos pilares do empreendedorismo formal no Brasil, o Simples Nacional, não foi adequadamente contemplado na nova estrutura. O governo afirma que as empresas poderão optar por outros regimes tributários. Mas sejamos francos: isso é, na prática, uma carta branca para a extinção gradual do Simples. É como sugerir que se abandone o único sistema que historicamente trouxe formalização, aumento de arrecadação e inclusão produtiva para milhões de empreendedores.

O cerne da questão é simples: teto de enquadramento do Simples não foi ajustado. E mais grave ainda, as empresas optantes não poderão repassar a integralidade do crédito tributário na cadeia. Isso significa, na prática, perda de competitividade. Como esperar que um empreendedor de microempresa enfrente o mercado com as mesmas regras dos grandes, mas com menos ferramentas?

Segundo a pesquisa nacional realizada pelo SIMPI, 42% dos empresários das micro e pequenas indústrias sequer ouviram falar da reforma tributária aprovada. E apenas 8% afirmam estar bem informados. Isso não é um dado isolado, é sintoma de um processo conduzido sem escuta ativa e sem transparência para os que mais serão afetados. Para mais de 50% dos entrevistados, a reforma “não irá nem

beneficiar nem prejudicar o próprio negócio” ou “não sabem opinar”. Um país em que o empresariado desconhece a principal mudança tributária das últimas décadas é um país com sérios problemas de comunicação institucional no debate público.

Além disso, ainda nem sequer foi aprovado o chamado “segundo braço” da reforma, o que inclui cláusulas, alíquotas, incentivos e excepcionalidades. Mesmo assim, diversas obrigações passam a valer já em 2026. Como planejar investimentos ou adaptar sistemas se nem ao menos sabemos “quanto, como e por que” vamos pagar? Não existem hoje sistemas informatizados para os pequenos negócios. Enquanto multinacionais contam com soluções robustas como o SAP, os pequenos ainda não sabem nem por onde começar. Isso não é modernização, é improviso.

É necessário perguntar: que tipo de país queremos construir? Um Brasil que penaliza o empreendedor de pequeno porte, que empurra para a informalidade e que ignora a base de sua estrutura produtiva, ou um país que reconhece a importância estratégica dessas empresas para o desenvolvimento sustentável, a geração de empregos e a inovação local?

O SIMPI reitera seu compromisso com o diálogo institucional, mas é preciso dizer com todas as letras: da forma como está sendo conduzida, a reforma tributária deixa os pequenos para trás. Não se pode aceitar que uma das histórias de maior sucesso da política pública brasileira, o Simples Nacional, seja abandonada à própria sorte em nome de uma modernização que só atende aos grandes.

É hora de escutar quem está na ponta. E, principalmente, de agir com responsabilidade antes que seja tarde.

(*) Presidente do SIMPI Nacional - Sindicato da Micro e Pequena Indústria.

O que o morango do amor tem a ver com a creator economy?

Tudo. Segundo pesquisa do InstitutoZ, da Trope, 80% da Geração Z já consumiu comidas ou visitou restaurantes por influência de creators.

Um morango coberto de brigadeiro branco e finalizado com uma calda de caramelo, parecido com a maçã do amor, tem tudo a ver com a revolução econômica criativa. O Morango do Amor, negócio simples criado por uma família de empreendedores, viralizou no TikTok, atraiu filas e virou símbolo da força da creator economy na transformação de pequenos negócios. Um fenômeno que não é isolado.

De acordo com um estudo recente do InstitutoZ, instituto de pesquisa e capacitação das novas gerações da Trope, que é uma consultoria especializada na Geração Z e Alpha, feito em colaboração com a YOUNIX, 80% dos jovens da GenZ já consumiram comidas ou visitaram restaurantes por influência direta de creators nas redes sociais. A tendência mostra como a comunicação entre pessoas comuns, com autenticidade e conexão, redefine as regras do consumo.

A Creator Economy movimenta bilhões ao redor do mundo e está redefinindo como marcas constroem relevância. Mais do que fazer publi-



Criações de Luiz Alvaranga_CANVA

cidade pontual ou surfar em trends passageiras, a influência virou ativo estratégico, e não mais só tática de comunicação. Hoje, creators que se conectam com comunidades reais, constroem narrativas com autenticidade e mantêm presença constante e se tornam peças-chave para marcas que desejam crescer. Em vez de apenas buscar alcance, empresas agora constroem ecossistemas com creators, trocando briefings prontos por colaboração genuína e campanhas isoladas por construção contínua. É nesse cenário que o “morango do amor”, símbolo de uma trend que viralizou

rapidamente, revela algo maior: a capacidade que criadores têm de mover o consumo real.

“O que está acontecendo não é apenas uma onda, é uma nova lógica de mercado. Os creators não são apenas promotores, mas tradutores culturais do que importa para essas novas gerações. Quando um vídeo viraliza, ele carrega junto hábitos, valores e escolhas de consumo, é isso que muda o jogo”, explica Luiz Menezes, fundador da Trope.

O case do Morango do Amor é um entre tantos que revelam como a força de uma narrativa verdadeira e bem conectada pode alterar profundamente o destino de um negócio. “O desafio para quem empreende, ainda é pequeno, e viraliza, é transformar influência em recorrência de vendas, garantindo saudabilidade para o próprio negócio”, reforça Luiz.

Diversas padarias clássicas, como a Cepam, considerada a maior padaria da América Latina, incluíram como opção na parte de doces o morango do amor. No TikTok, mais de 168 mil postagens trazem a hashtag #morangodoamor e no Instagram esse número passa de 250 mil publicações. Isso mostra o poder de influência dos creators, em transformar negócios e realidades de empresários.

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS

15º Subdistrito - Bom Retiro

Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - 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: **ULISSES ROBERTO DA SILVA**, nascido em São Caetano do Sul, SP, no dia 05/04/1993, profissão analista de sistemas, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Wilson Roberto da Silva e de Idalina Rosilêa de Fátima Santos da Silva. O pretendente: **ESEQUIEL MOURA TEODORO**, nascido nesta Capital, Consolação, SP, no dia 23/03/1993, profissão publicitário, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de José Maria Teodoro Lucio e de Adriany Aparecida Moura Teodoro.

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



Art24hr_CANVA

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

DADOS, IA E O FUTURO DAS DECISÕES

Chega de falar que no futuro a transformação digital vai fazer isso e aquilo.
A transformação digital já aconteceu – e faz tempo.

Fernando Moulin (*)

Antes da pandemia da Covid-19, muitas grandes empresas ainda não possuíam estruturas digitais básicas, como um WhatsApp para atendimento. Hoje, o uso do celular para pesquisa e compras é algo que o cliente sequer pensa em não usar. É algo natural. Estamos, no mundo do pós-digital, onde a experiência digital é universal; o Brasil, por exemplo, tem um dos cenários competitivos mais desafiadores de todo o planeta em número de varejistas pure players digitais competindo ferozmente pela atenção e verba dos consumidores.

O grande problema, contudo, é que muitas empresas ainda tratam o digital e o físico como entidades separadas, enquanto para o cliente, tudo é parte de uma mesma experiência. A verdadeira transformação digital, portanto, reside em saber usar o melhor que o digital já oferece em prol de um cliente mais empoderado e à frente das próprias empresas. É uma corrida para as organizações usarem ferramentas digitais que as tornem mais ágeis, pragmáticas e capazes de oferecer uma jornada de cliente que realmente melhore sua vida. A concorrência global e a disrupção sempre iminente por startups reforçam essa urgência.

A experiência do cliente como único diferencial competitivo genuíno. Em um mercado onde a tecnologia é facilmente replicável e clonável, o diferencial competitivo real de uma empresa não reside mais apenas em seus produtos ou tecnologias. O único diferencial competitivo duradouro é o relacionamento com o cliente.

Grandes teóricos da academia, como Kotler, defendem que o sucesso de longo prazo de qualquer empresa depende de ter uma experiência verdadeiramente centrada no cliente. A personalização e, mais recentemente, a hiperpersonalização impulsionada pelas tecnologias convergentes, é fundamental para atender às necessidades específicas de cada cliente em seu momento específico durante a jornada de relacionamento com a empresa. O desafio é que muitas empresas ainda falham em conhecer minimamente seus clientes, oferecendo experiências inconsistentes entre diferentes canais.

Para que uma empresa seja genuinamente centrada no cliente, é imprescindível ter uma equipe de colaboradores engajada com o propósito da marca e alinhada ao cliente. Isso só é possível com uma cultura organizacional muito forte. A cultura de uma empresa é igual a uma família, onde valores comuns, propósito maior e alinhamento estratégico fazem toda a diferença. No caso da empresa, isso gera valor ao serviço para o cliente e cria uma cultura que transparece para o consumidor. Construir tudo isso é a maior dificuldade para líderes experientes, pois leva muito tempo e está baseado em ativos intangíveis e atitudinais, na maioria dos casos.

Nesse contexto, a liderança desempenha um papel fundamental, não apenas no que verbaliza, mas em seu comportamento, sua postura e a forma como se relaciona. Em um mundo onde as hard skills são cada vez



Fernando Moulin

mais delegadas às máquinas e IAs, as soft skills tornam-se preferenciais e essenciais para os líderes e seus liderados.

O papel essencial do Big Data e da inteligência artificial

Outro ponto de atenção é a importância dos dados em um ambiente de concorrência acirrada. Os clientes já estão cientes de que seus dados têm valor e são utilizados para gerar publicidade e ofertas para eles mesmos. A expectativa é que as empresas usem essas informações para gerar valor de volta, proporcionando soluções melhores e mais relevantes.

É aqui que o Big Data assume um papel essencial. Ele permite que dados de diversas fontes sejam jogados em uma estrutura centralizada de inteligência, onde algoritmos trabalham para buscar soluções cada vez melhores. O conhecido e sempre relevante exemplo da Netflix ilustra isso: a plataforma usa inteligência artificial para comparar descrições de filmes e séries que o usuário assiste, programando sua tela para oferecer escolhas mais alinhadas aos seus interesses.

Apesar do potencial, muitas empresas, inclusive grandes empresas líderes em seus ramos de atividade, ainda não sabem utilizar o Big Data

de forma eficaz. Dentre os desafios, a veracidade dos dados é o maior. Em um cenário de deepfakes e big fakes, a qualidade e a autenticidade das fontes são críticas para evitar conclusões errôneas.

Também a Inteligência Artificial (IA), especialmente a IA generativa, está se desenvolvendo de forma assustadoramente acelerada, tornando-se indispensável para os negócios. A IA atua como suporte para a inteligência humana, delegando tarefas complexas a algoritmos. No entanto, a IA generativa, popularizada por ferramentas como o ChatGPT e DeepSeek, apresenta o risco (cada vez menor) de "alucinações", ou seja, a geração de informações não reais. É, sem dúvida, um perigo significativo e que exige senso crítico apurado do usuário para discernir a verdade. E, em um mundo complexo desesperado por respostas aparentemente certas, esse é um risco bastante real de cognição para os consumidores e empresas.

As próximas fronteiras da transformação digital

- **Computação Quântica:** Acelera exponencialmente o poder da inteligência artificial, prometendo um "mundo novo" e um poder maior para as big techs do que para os próprios governos.

- **Robótica com IA:** Robôs com inteligência artificial aplicada e funcional, inclusive com inteligência generativa e acesso aos nossos dados, podem auxiliar em tarefas domésticas e outras funções. Embora ofereçam hiperpersonalização e não "adoeçam", apresentam riscos significativos relacionados à cibersegurança.

- **Cibersegurança:** Desafio crescente e um dos maiores negócios do planeta (o crime digital é o terceiro maior business do planeta, segundo executivos da Palantir e Palo Alto), impulsionado pelo aumento de ataques e fraudes. A computação quântica vai amplificar ainda mais esse desafio, pois pode quebrar senhas e chaves criptográficas atuais.

- **Delegação de decisões à IA:** Tendência crescente de delegar decisões à inteligência artificial, como já se vê em carros autônomos ou cirurgias robóticas, com a expectativa de que o erro da máquina seja menor que o humano.

- **Avatares de IA:** A visão de assistentes como o Jarvis do Homem de Ferro é uma tendência padrão, com celulares e outros dispositivos atuando como extensões da memória e capacidade cognitiva.

- **Retorno do Metaverso:** Embora tenha sido uma experiência considerada como "cedo demais" em seu primeiro boom, a evolução do hardware e a familiaridade das novas gerações com ambientes virtuais podem trazer o Metaverso de volta como um ambiente comum para interações mais imersivas e naturais.

O humano no centro da tecnologia

Diante de todas essas mudanças e expectativas, liderança não se trata mais de controle, e sim de propósito. O mundo será cada vez mais automatizado e agentes autônomos impulsionados por inteligência artificial devem dominar o cenário nos próximos cinco anos, mas o verdadeiro diferencial continuará sendo humano. Por isso, a leitura de obras como "Em Busca de Sentido", de Viktor Frankl, é essencial para quem lidera em contextos de alta pressão e complexidade. A experiência de Frankl em Auschwitz nos mostra que, mesmo nas situações mais extremas, é possível encontrar sentido e é esse senso de propósito que dá direção às decisões difíceis.

Quando olho para minha trajetória como líder, reconheço que meu maior erro foi, por muito tempo, tentar moldar os outros à minha maneira de trabalhar. Aprendi — muitas vezes com dificuldade — que o papel de quem lidera não é centralizar, mas empoderar. O líder que faz a diferença é aquele que desperta o melhor de cada pessoa ao seu redor, permitindo que talentos diversos componham algo maior do que qualquer esforço individual. É esse tipo de liderança que quero ver crescer: aberta, generosa e profundamente humana.

A transformação digital não é mais uma promessa distante — ela está entre nós. Mas nenhuma tecnologia, por mais avançada que seja, substitui a necessidade de relações genuínas e propósito claro. Dados são essenciais. Cultura forte, indispensável. Mas é na interseção entre inteligência artificial e inteligência emocional que as coisas realmente acontecem de forma produtiva e potencializando de fato a experiência do cliente em toda sua totalidade.

(*) Partner da Sponsorb, professor e especialista em negócios, transformação digital e experiência do cliente E-mail: (fernandomoulin@nbpress.com.br).



demiere_CANVA