

economia



Visão de mercado

João Satt

Estrategista e CEO do G5
joaosatt@gcinco.cc

Você + IA

A Inteligência Artificial (IA) não é promessa: veio para transformar a vida de milhões de pessoas, construindo uma colaboração inimaginável entre o antes e o agora. Se no início a questão era como sobreviver a esse suposto inimigo, agora o desafio é outro: aprender a navegar nesse oceano de conveniência e disrupção em alta velocidade. Ainda há tempo para desestacionar e trocar o medo pela curiosidade que empodera.

Repito sempre: “A IA não vai roubar seu trabalho. Mas alguém que usa IA, sim.” É como plugar uma bateria ao cérebro, potencializando criatividade e análise. O modelo da competição mudou, não é mais linear – humano x humano – dentro do novo tabuleiro estará você x outro humano + IA. Em breve, será distintivo afirmar: “sou IA adicto.”

O ChatGPT, lançado em 2022, conta com mais de 400 milhões de usuários ativos mensais, concentrando entre 60% e 80% de todo o mercado de chatbots de IA. É disparado o mais utilizado no planeta. Concorrentes como Gemini, Claude, Copilot e Qwen crescem, mas não alcançam essa escala. Os números revelam apenas a superfície. O que realmente está em jogo é a criação de um novo way of life, o Living Intelligence. A integração entre IA e IoT (Internet das Coisas) provocará um salto: casas, carros, cidades, consumo, saúde e relações pessoais serão guiados por sistemas que aprendem, conectam e antecipam desejos. Representando uma harmoniosa fusão entre tecnologia e vida, inaugurando um modo de existir inédito.

No ambiente profissional, nasce uma nova exigência: saber construir prompts assertivos e pontuais. Essa habilidade será tão vital quanto ler e escrever no século passado. Seja qual for o ramo de atividade, a IA já vem substituindo profissionais que não se perguntaram: como posso tirar proveito para fazer melhor e mais rápido? O que antes dependia de esforço humano, hoje é IA-otimizado.

Eis a diferença entre quem abraça essa revolução e quem resiste a ela:

Eis a diferença entre quem abraça essa revolução e quem resiste a ela:

Quem usa IA na rotina obtém:

- ▶ Produtividade multiplicada: horas viram minutos.
- ▶ Decisões mais precisas: dados e análises em tempo real.
- ▶ Criatividade ampliada: ideias e protótipos instantâneos.
- ▶ Competitividade: destaca-se ao dominar prompts.
- ▶ Economia de energia: foco no que realmente importa.
- ▶ Acesso democrático ao conhecimento: um “mentor on-demand”.

Quem vive sem IA peca em:

- ▶ Produtividade limitada: tudo depende do esforço manual.
- ▶ Decisões lentas, baseadas apenas em intuição.
- ▶ Criatividade restrita à inspiração pessoal.
- ▶ Risco de obsolescência diante dos colegas que usam IA.
- ▶ Rotina mais lenta, burocrática e desgastante.
- ▶ Acesso desigual ao conhecimento e às oportunidades.

O recado final é direto e reto: o maior inimigo do seu desenvolvimento e reconhecimento profissional não é a IA, e sim você mesmo. Mais do que nunca, a competição será entre cultura e mentalidades. Quem permanecer preso ao passado perderá. Não seja o seu maior inimigo: aceite a nova escalação do time e vista a camiseta – você + IA.

João Satt escreve neste espaço, às quartas-feiras a cada duas semanas

Setor de tintas do RS cresce acima da média nacional

Números do 1º semestre colocam Região Sul como expoente no segmento

/INDÚSTRIA

Cássio Fonseca

cassiof@jcrs.com.br

Pouco mais de um ano após as enchentes e com a fervorosa reconstrução do Rio Grande do Sul, o impacto deste processo se reflete no crescimento da indústria de tintas em relação à média nacional. No primeiro semestre de 2025, a Região Sul, com ênfase nos gaúchos, cresceu 6,3%, enquanto o País como um todo registrou apenas 1,6%. Os dados são da Associação Brasileira dos Fabricantes de Tintas (Abrafati).

O diretor de relações institucionais e comunicação da associação, Fábio Humberg, considera o cenário nacional como positivo por conta da situação econômica e o avanço moderado do Produto Interno Bruto (PIB). A previsão é que, até o final do ano, o crescimento seja entre 2,5% e 3%, bem abaixo do ano passado, que registrou 6% – uma marca incomum. “Estamos vendo que o Rio Grande do Sul deve ser a locomotiva do País. Acreditamos que ele deva manter um ritmo parecido neste segundo semestre”, analisa Humberg.

A Região Sul como um todo costuma ser influente no setor, conforme explica o diretor. Os três estados são fortes na produção e venda, enquanto os gaúchos, ainda mais do que em Santa Catarina e no Paraná, possuem uma grande vinculação com as marcas locais.

O otimismo para um aumento nas vendas no Brasil e a manutenção de um índice excepcional na região se dá pelo fato de a segunda metade do ano ser o momento mais aquecido do mercado. Há a preparação para as festas de final de ano, o 13º salário e os preparativos de hotéis e pousadas para o verão.

Já o primeiro trimestre é o pior, e justifica a modesta porcentagem até aqui. “Em janeiro, fevereiro e março, em geral, a verba está mais apertada, porque estão sendo pagos os parcelamentos para o Natal ou os impostos de início de ano”, diz Humberg.

Entretanto, elementos exter-



Abrafati atribui números à recuperação pós-enchentes e fatores culturais

nos podem gerar desconfiança e afetar o desempenho da indústria. Em vigor desde o dia 6 de agosto, o tarifaço não afeta diretamente a indústria de tintas, já que o Brasil não exporta para os Estados Unidos, mas atinge outros setores envolvidos, conforme o diretor. “Projetos também podem ser congelados e grandes empreendimentos como shoppings e supermercados que seriam pintados não saem do papel”.

Ademais, produtos que seriam pintados e exportados deixam de ser produzidos. “No Rio Grande do Sul, tem a indústria moveleira, que está sendo muito afetada. E todos esses móveis recebem pintura. Ao produzir menos, vai se vender menos tinta para essa indústria”, completa.

Vale destacar que o País não é uma potência de exportação como um todo, por conta do custo do frete comparado ao custo do produto. Os principais negócios ocorrem com nações vizinhas e do Oeste da África, mais próximo para envios por navio.

Por outro lado, a produção brasileira é a 4ª maior do planeta, atrás apenas de China, EUA e Índia. De acordo com a Abrafati, a indústria movimenta R\$ 40 bilhões anualmente e produz 2 bilhões de litros de tintas

com mais de dois mil fabricantes entre pequenas, médias e grandes empresas.

No Sul, somado ao advento das cheias, Humberg conta que a região tradicionalmente tem uma força na venda de tintas que está ligada a uma questão cultural de cuidado com a casa, além de uma grande quantidade de construções em madeira, que exige também uma manutenção mais frequente.

O apreço com as moradias, consolidado na região, também se tornou uma tendência global após a pandemia. “As pessoas se deram conta de como estar numa casa aconchegante é importante. Aquele período de isolamento mexeu muito com essa percepção do valor da pintura. Esse é um fator que tem estimulado a venda de tintas de maneira geral, e acontece também em outros países”, relata.

Ele completa que este fator também possui uma relação com as gerações mais novas, que valorizam a personalização e buscam um local que represente melhor a forma como cada um é ou está naquele período da vida. Elementos como uso de cores variadas, efeitos especiais na pintura, formas geométricas e desenhos nas paredes são destacados pelo diretor.

FREEPIK/DIVULGAÇÃO/JC