

# Cadastra completa 25 anos e investe R\$ 10 milhões em novos processos de IA

Giovanna Sommariva

giovanna@jcrs.com.br

A Cadastra, empresa gaúcha de soluções de marketing, tecnologia e estratégia de negócios completa 25 anos em um momento de expansão e reestruturação. Fundada quando a internet ainda engatinhava, a empresa começou oferecendo serviços para otimizar a presença de marcas nos mecanismos de busca. Ao longo das últimas duas décadas e meia, acompanhou e se adaptou a transformações do mundo digital e comercial. Hoje, reúne quase mil colaboradores, tem clientes em 12 países e conta com escritórios próprios em cinco deles. A mais recente aposta do negócio é a Inteligência Artificial (IA), com um investimento de R\$ 10 milhões voltado ao desenvolvimento e integração de soluções, como a criação de uma IA própria. O CEO e fundador da Cadastra, Thiago Bacchin, fala sobre a trajetória da empresa, o papel da IA no futuro dos negócios e os desafios de inovar sem perder o olhar humano.

**Empresas & Negócios - Já são 25 anos de atuação, quase 1 mil colaboradores e presença em mais de 12 países. Como a Cadastra chegou até esse momento?**

**Thiago Bacchin** - Nós nascemos em fevereiro de 2000 como uma empresa de tecnologia no começo do marketing digital, no começo da internet, ajudando empresas a aparecerem nos resultados de busca, que era o ponto de partida de navegação naquela época na internet. E de lá para cá, o mercado amadureceu muito. Depois de uns anos começaram a aparecer as primeiras redes sociais, depois a ascensão do mobile e smartphones. E nós, como empresa, sempre seguimos ajudando os nossos clientes a crescerem. Esse é o nosso business. Ajudamos, através de marketing, tecnologia, dados e estratégia de negócios, a fazer os clientes crescerem e venderem mais nos sites parceiros, marketplaces.

**E&N - Quando a Cadastra começou a olhar para a IA e entender que precisava incluir essa inovação nos processos da empresa?**

**Bacchin** - Já faz bastante tempo que a Inteligência Artificial vem sendo utilizada de uma maneira mais indireta dentro das plataformas das bigtechs. Então, quando você é uma empresa que faz bastante mídia digital, já está usando aspectos de IA há algum tempo, só que o assunto obviamente mudou completamente de patamar com o ChatGPT e todas as outras plataformas que vieram na sequência. Isso trouxe uma nova dimensão a tudo que se fala de Inteligência Artificial. Hoje, já temos as nossas plataformas internas, para, primeiro, os nossos colaboradores ampliarem a sua produtividade, e aplicarem isso para trazer ganhos de eficiência e gerar mais valor também no serviço que a gente entrega para os clientes. E é claro que também vem do lado dos clientes. É uma demanda, uma necessidade contínua por busca de eficiência e também por crescimento.

**E&N - E vocês também têm a Astra, uma IA própria da Cadastra. Como ela auxilia no dia a dia?**

**Bacchin** - A Astra é uma plataforma de Inteligência Artificial que reúne as principais LLMs [Modelos de Linguagem de Grande Escala]. Então, dentro da Astra, que está disponível para todos os 900 colaboradores da Cadastra, nós temos o ChatGPT, Gemini, DeepSeek, Clouder. Como cada LLM tem qualidades diferentes - elas são boas em várias coisas, mas não são boas em tudo -, a gente cria uma plataforma com as versões mais elevadas, mais qualificadas que essas empresas oferecem. E disponibilizamos isso para 100% da companhia, da nossa equipe. Elas têm a possibilidade de resolver não só com uma, mas com várias inteligências artificiais diferentes, todo tipo de questão que possa precisar no seu dia a dia. Também temos melhorias mais fortes, que estamos construindo, como a Agium Studio, que destrava, acelera e traz grandes ganhos na entrega e na produtividade para os nossos clientes. Se você tinha que entregar 500 peças de banners criativos para um cliente rodar campanhas, isso levava uma semana para fazer, e agora é feito em pouquíssimos minutos. Nós geramos um grande ganho de produtividade, entregamos

muito mais rápido e com menos margem de erro.

**E&N - Há quanto tempo a Astra já está em operação?**

**Bacchin** - Ela entrou em beta no ano passado e oficialmente no início deste ano. Vai fazer um ano que ela está em funcionamento.

**E&N - Vocês têm 900 colaboradores hoje. Como tu acredita que é possível incluir novas inovações, como a IA, sem perder o lado humano?**

**Bacchin** - As pessoas tendem a ter um misto de empolgação, por um lado, e às vezes, por outro, têm receio, medo de serem substituídas. Eu acho que o caminho é muito mais que isso, como na época em que a gente saiu da máquina de escrever para os computadores. O trabalho não acabou, o emprego das pessoas não foi eliminado, foi transformado. O que você tinha de produtividade, se multiplicou por muitas vezes com a chegada do computador. E é uma transformação tão grande quanto essa que a gente está passando. Talvez você precisasse de 200 pessoas para datilografar os documentos de uma empresa, depois você passou a ter 10, talvez cinco. Você vai ter outras atividades na companhia, outros objetivos. É muito mais sobre abraçar as novas tecnologias para gerar ganhos de eficiência, ganhos de escala em outros patamares.

**E&N - Vocês têm alguma quantificação de como, dentro da Cadastra, essa otimização auxiliou no crescimento do negócio?**

**Bacchin** - Isso vai se refletindo organicamente, e ainda a passos



Ajudamos, através de marketing, tecnologia, dados e estratégia de negócios, a fazer os clientes crescerem e venderem mais



CADASTRA/DIVULGAÇÃO/JC

Executivo destaca que a empresa tem clientes em 12 países

discretos quando você olha para a mesa. Mas quando você começar a olhar ciclos de anos, você vai começar a enxergar o quê? As empresas que estão aderindo mais rápido, nas suas atividades, na sua mão de obra, na sua força de trabalho, elas vão continuar crescendo, vão acelerar o crescimento e vão desacelerar a contratação humana. Elas vão implementar cada vez mais automações, mais projetos e aspectos inteligentes que vão gerar saltos de produtividade. Essa empresa não vai precisar escalar, crescer na mesma proporção que ela vem crescendo agora a quantidade de colaboradores. Isso percebemos na Cadastra, que estamos crescendo a empresa e não estamos crescendo na mesma proporção a quantidade de colaboradores.

**E&N - Vocês têm explorado novas áreas como o live commerce. O que podemos esperar dessas novas frentes?**

**Bacchin** - O live commerce já é uma realidade totalmente consolidada em países como a China, culturalmente muito forte. Aqui no Brasil está recém começando, há poucos meses que esse recurso está disponível no TikTok Shop, por exemplo, que é o grande player na China nessa área. Ele vai se tornar um canal de vendas adicional para as marcas. Vai gerar provavelmente um incremento, não vai migrar para lá aquela venda que estava no e-commerce, no aplicativo, ou até mesmo na loja física, ela deve trazer um incremento, principalmente por ser um ambiente novo, ela vai capturar por muito tempo ainda. Agora, você ainda vai encontrar poucas marcas

ativas fazendo uma live commerce, então a competição vai ser menor. Mas no final das contas também é um pouco sobre aquela compra por impulso, 70% das compras numa live commerce acontecem por impulso. E essa experiência deve cada vez mais encantar o consumidor, porque o algoritmo te conhece, e no momento que você coloca um conteúdo em tempo real, ela vai fazer um cruzamento, porque o algoritmo te conhece muito bem, vai trazer uma oferta de algo que com certeza vai te interessar.

**E&N - E o que podemos esperar para o futuro da Cadastra, para os próximos 25 anos?**

**Bacchin** - Está cada vez mais difícil prever, fazer um planejamento de longo prazo, e eu acho que para qualquer companhia, porque o mundo está mudando tão rápido que fazer um exercício de cinco anos para frente já não é mais tão factível quanto era cinco anos atrás. A certeza que temos é que a gente vai estar onde o consumidor, onde o consumo está. Esse é o nosso propósito, é fazer as pessoas e negócios prosperarem, crescerem. E isso está conectado a como as marcas crescem, a como são as jornadas de consumo, de compra B2C ou B2B que elas possuem. Muita coisa ainda vai mudar, pois estamos vendo ainda só a pontinha de tudo que ainda vai transformar com a Inteligência Artificial, porque vai mexer em trabalho e em produtividade numa escala que ainda está só na ponta desse iceberg. Ainda vai transformar muito o mundo antes de a gente embarcar numa nova onda.