

## OPINIÃO

# O poder da escolha começa com dados confiáveis

**João Carlos de Oliveira**

Presidente da Associação Brasileira de Automação-GS1 Brasil

Dados confiáveis se tornaram um dos pilares da decisão de compra no varejo contemporâneo. Em um ambiente marcado pela multiplicidade de canais, pela abundância de informação e por consumidores cada vez mais atentos, a qualidade dos dados passou a influenciar diretamente a forma como produtos são encontrados, comparados e escolhidos.

Nos últimos anos, a jornada de consumo ficou mais complexa. O consumidor pesquisa mais, cruza informações e dedica tempo para entender melhor aquilo que está comprando. O preço continua relevante, mas já não é o único fator considerado. Características do produto, procedência, composição e até impacto ambiental passaram a ter peso real na decisão.

Esse movimento ampliou o papel da informação dentro do processo de compra. Quando os dados são claros e padroni-

zados, o consumidor consegue comparar alternativas com mais segurança. A decisão deixa de ser baseada apenas em percepção ou impulso e passa a se apoiar em informações objetivas. Isso torna a escolha mais consciente e fortalece a relação de confiança entre marcas, varejo e clientes.

A qualidade das informações também influencia diretamente a operação do varejo. Sistemas alimentados por dados consistentes melhoram a gestão de estoques, ajudam a reduzir rupturas e contribuem para uma experiência de compra mais fluida.

Essa consistência ganha ainda mais relevância em um ambiente cada vez mais integrado. Hoje o consumidor transita naturalmente entre loja física, e-commerce e marketplaces. Quando as informações são diferentes em cada canal, seja na descrição de um produto, na especificação técnica ou até na identificação de um item, a experiência se fragmenta e a confiança se perde.

No centro dessa discus-

são está algo que muitas vezes passa despercebido pelo consumidor final, mas sustenta boa parte da engrenagem do varejo moderno. A governança dos dados. À medida que o setor avança em digitalização, a gestão estruturada da informação deixa de ser apenas uma questão tecnológica e passa a ocupar espaço na estratégia das empresas.

Dados organizados também ampliam a capacidade de leitura do mercado. Com informações consistentes, as empresas conseguem identificar padrões de consumo, compreender melhor as preferências do público e ajustar estratégias com mais precisão. A tomada de decisão deixa de depender exclusivamente de percepção e passa a considerar evidências concretas.

Na minha visão, esse é um dos pontos mais relevantes da transformação digital no varejo. Muitas vezes o debate se concentra em novas tecnologias, plataformas ou ferramentas. No

entanto, tudo começa pela qualidade da informação que alimenta esses sistemas. Sem dados confiáveis, qualquer tecnologia perde eficiência.

O avanço de ferramentas de busca, os aplicativos de comparação de preços e as plataformas digitais reforça ainda mais essa realidade. Todos esses recursos dependem de bases de dados consistentes para apresentar resultados relevantes ao consumidor. Quando a informação de origem apresenta falhas, todo o processo de decisão acaba sendo impactado.

A qualidade dos dados precisa ser encarada como um ativo estratégico. Informações bem estruturadas sustentam operações mais eficientes, fortalecem a confiança do consumidor e ampliam a capacidade de análise do mercado.

Escolher sempre fez parte do ato de consumir. A diferença é que hoje a qualidade dessa escolha está diretamente ligada à qualidade da informação disponível. Quanto mais confiá-



GS1 BRASIL/DIVULGAÇÃO/JC



*O avanço de ferramentas de busca, os aplicativos de comparação de preços e as plataformas digitais reforça ainda mais essa realidade*

veis forem os dados, maior será a autonomia do consumidor e mais inteligente se torna a forma como o varejo responde a esse novo comportamento.

## A nova fronteira da TI: como acelerar com IA sem ampliar riscos

**Alexandro Barsi**

CEO e fundador da Verity

A Inteligência Artificial deixou de ser uma promessa para se consolidar como um dos principais vetores de transformação nas áreas de tecnologia. Ao encurtar ciclos de desenvolvimento, aprimorar a tomada de decisão e aumentar a precisão das entregas, a IA está redefinindo a forma como projetos de TI são planejados e executados dentro das organizações.

O que antes levava meses ou até anos para sair do papel, agora pode ser estruturado e entregue em prazos significativamente menores. Essa aceleração, no entanto, não vem sem desafios.

Dados recentes da Thomson Reuters mostram que 30% das empresas ainda adotam IA de forma lenta, enquanto 40% sequer possuem uma estratégia definida. O cenário revela um descompasso: ao mesmo tempo em que a tecnologia avança rapidamente, a capacidade

de implementação estruturada ainda é incipiente em boa parte das organizações.

Essa lacuna ajuda a explicar por que muitos projetos de transformação digital continuam falhando. Segundo a McKinsey, uma parcela relevante dessas iniciativas não atinge os resultados esperados, principalmente devido a falhas na execução, desalinhamento estratégico e baixa integração entre sistemas.

Nesse contexto, a inovação deixa de ser apenas um diferencial competitivo e passa a ser um fator crítico para a sobrevivência dos negócios.

Existe uma percepção de que a IA resolve, por si só, os desafios de velocidade e eficiência. Mas o que vemos na prática é que, sem uma base estruturada e uma operação preparada, ela pode até acelerar processos, mas também amplificar problemas.

Na prática, a verdadeira transformação não está apenas na adoção da tecnologia, mas na forma como ela é integrada ao

negócio. Isso significa conectar estratégia, operação e tomada de decisão em um mesmo fluxo, garantindo que a velocidade não comprometa a qualidade.

IA não é apenas automação ou ganho de produtividade. É acelerar decisões, reduzir incertezas e permitir que as empresas avancem com mais segurança em ambientes cada vez mais críticos.

O avanço recente da IA generativa e dos chamados modelos agênticos amplia ainda mais esse potencial. Hoje, essas tecnologias já são capazes de acelerar etapas relevantes do desenvolvimento de sistemas, apoiar testes, antecipar falhas e aumentar a produtividade das equipes de tecnologia.

Ainda existem riscos importantes, como alucinações, inconsistências e possíveis exposições operacionais, que exigem governança, controle e maturidade técnica para serem mitigados. Sem isso, a mesma velocidade que impulsiona resultados pode também ampliar

falhas e gerar retrabalho.

Por isso, o principal desafio das empresas não está apenas em adotar Inteligência Artificial, mas repensar profundamente a forma como seus projetos são estruturados. O equilíbrio entre velocidade, qualidade, segurança e governança passa a ser o novo centro das decisões tecnológicas.

As organizações que conseguem transformar o potencial da IA em eficiência real e vantagem competitiva. As empresas que, ao adotarem a tecnologia sem estrutura adequada, correm o risco de acelerar sua própria perda de relevância.

É nesse cenário que ganha força o papel de empresas especializadas em engenharia de tecnologia, capazes de transformar inovação em resultado concreto. Mais do que implementar ferramentas, o desafio está em construir ambientes tecnológicos resilientes, integrados e preparados para evoluir continuamente.

A inovação que gera valor



MARCÓS MESQUITA/DIVULGAÇÃO/JC

não é a que aparece, mas a que sustenta a operação e permite que o negócio avance sem interrupções. A IA é um acelerador poderoso, mas precisa estar conectada a uma arquitetura sólida e a uma estratégia clara.

A nova fronteira da TI não está apenas em fazer mais rápido, porém em fazer melhor, com consistência e segurança. É essa combinação que vai separar quem apenas adota tecnologia de quem, de fato, lidera a transformação.