

» Entrevista | ESTANISLAU BASSOLS | CEO DA CIELO

Executivo aponta setores de drogarias, postos de gasolina e pet shops como principais motores do consumo na capital, que é um hub de criatividade e captação de talentos

"DF é laboratório vivo da inovação"

» ROBERTO FONSECA

Em entrevista exclusiva ao *Correio Braziliense*, o CEO da Cielo, Estanislau Bassols, revela como o comportamento de consumo no Distrito Federal tem se transformado — e o que esses movimentos dizem sobre o futuro do varejo no país. Com base em dados do Índice Cielo de Varejo Ampliado (ICVA), ele mostra que, mesmo diante da cautela econômica, o comércio brasiliense cresceu 3,8% nominalmente em 2025. O avanço foi impulsionado por setores como drogarias, postos de gasolina e pet shops, que, hoje, se destacam no consumo local. "Brasília é um laboratório vivo da inovação", define Bassols.

Com 50 anos recém-completados na semana que passou, o executivo tem uma carreira marcada por passagens em grandes empresas como Telefônica, VR, SKY, Boticário, Wine e GPTW. Sua última posição antes de assumir a Cielo foi como presidente da Mastercard no Brasil. Quando trocou os cartões pelas maquininhas, encontrou a companhia num momento novo, com novos competidores no mercado.

Uma das estratégias passou a ser a de mirar em novos mercados. Immediatamente, Brasília entrou no radar. Um dos avos foi colocar pagamento por aproximação no metrô. A capital é um mercado importante para a empresa. Com renda média mais alta do país e um dos níveis mais elevados de bancarização, o DF se consolida como vitrine da digitalização financeira no Brasil. O uso do Pix dobrou de participação nas vendas em apenas um ano, e o pagamento por aproximação já faz parte da rotina da população — especialmente no transporte público, onde o número de acessos via cartão saltou quase 700% desde 2023. "É o cotidiano sendo transformado pela tecnologia", afirma Bassols, que na sexta-feira divulgou pesquisa sobre hábitos de compras entre as gerações e intenção de compras na Black Friday.

Bassols também revela como a inteligência artificial tem se tornado o motor das decisões estratégicas da companhia, permitindo mapear hábitos de consumo em tempo real e oferecer previsões cada vez mais precisas aos varejistas. "O futuro está na personalização e na simplicidade", diz. Para ele, Brasília antecipa o comportamento do Brasil que vem à um mercado mais digital, inclusivo e humano, ampliado pela tecnologia.

A Cielo tem uma ampla base de dados, pois atua em todo o país. Qual a análise que o senhor faz do momento da economia do DF?

O Distrito Federal é uma vitrine para nós. Brasília é hoje um laboratório vivo da inovação. A economia é resiliente e os dados mostram isso. Desde o início de 2025, o faturamento do varejo no DF cresceu 3,8% nominalmente, acima da média da Região Centro-Oeste, de acordo com o nosso ICVA, o Índice Cielo de Varejo Ampliado. E a gente vê setores bem aquecidos, com altas de faturamento superiores a 11% no ano, como o de drogarias e postos de gasolina. Mas o dado que acho que mais impressiona é que, descontada a inflação, o setor que mais cresce neste ano foi o de veterinárias e pet shops. É um dado curioso, né? Ele é seguido pelas drogarias e cosméticos. O varejo de beleza é forte na região, impulsionado pela alta renda média da população. É um setor no qual vemos uma grande expansão, mesmo no cenário econômico de cautela que o Brasil vive hoje. O brasiliense continua consumindo, mas de forma mais racional e digital.

E o que diferencia Brasília de outras capitais do país nesse comportamento?

Brasília tem um perfil de consumo sofisticado e muito conectado. É uma das regiões com maior



O sábado é o dia preferido dos brasilienses para comprar nas lojas físicas, quando o faturamento atinge 17,5% da semana, puxado por um ticket médio de R\$ 98,40, acima da média. Os homens do DF compram mais que as mulheres, são responsáveis por 52,1% do faturamento do varejo."

bancarização e penetração de meios de pagamento eletrônicos. Os nossos dados revelam que o brasiliense valoriza conveniência e tecnologia. O Pix, por exemplo, dobrou a participação no faturamento local em pouco mais de um ano. Isso mostra uma população que adota rápido o novo. É uma economia que acompanha essa transformação.

A inteligência artificial influencia as análises?

Totalmente. Hoje, a Cielo usa modelos de IA e aprendizado de máquina para identificar padrões, prever comportamentos de consumo e evoluir continuamente. Conseguimos perceber, por exemplo, que o horário de pico de transações é o almoço, mas o maior faturamento se concentra entre 10h e 18h. A IA permite cruzar esses dados com variáveis sazonais e de renda, oferecendo ao varejista previsões muito mais assertivas sobre o comportamento do consumidor local. Tudo isso só é possível graças a uma sólida governança de dados e a uma cultura organizacional cuidadosamente construída. Cada processo, produto ou decisão é analisado sob a perspectiva de como a inteligência artificial pode agregar valor.

Esse olhar estratégico promove consistência, acelera a transformação digital e reflete uma cultura de experimentação responsável.

O DF tem a maior renda média do país. O que isso reflete nos dados?

Brasília tem uma característica marcante: o público de altíssima renda representa apenas 10,8% das transações, mas responde por 24,2% do faturamento total. É um público de alto ticket médio, que consome com intensidade e com forte adesão a meios digitais. Essa combinação de renda elevada e familiaridade tecnológica torna o DF um excelente laboratório para testar novas soluções financeiras e modelos de pagamento com IA.

Um desses laboratórios seria o setor de mobilidade urbana local? Brasília também vem se destacando na digitalização do transporte público. Qual o papel da Cielo nisso?

Foi um projeto-piloto essencial.

Em 2023, apenas o Metrô de Brasília aceitava pagamento por aproximação. Hoje, todas as empresas de transporte da capital já operam com cartões contactless. O brasiliense pode pagar aproximando o cartão com chip na catraca, com o celular ou até com smartwatch, e ele gostou dessa conveniência. O número de acessos via cartão saltou quase 700% em 2025. Isso é o cotidiano sendo transformado pela tecnologia.

A Cielo processa essas transações com um nível altíssimo de segurança. É uma revolução silenciosa: menos filas, mais agilidade e uma experiência digital mais humana.

O que mais chama atenção nos hábitos de consumo da cidade?

O sábado é o dia preferido dos brasilienses para comprar nas lojas físicas. É quando o faturamento atinge 17,5% da semana, puxado por um ticket médio de R\$ 98,40, acima da média. Além disso, os dados mostram que os homens do DF compram mais que as mulheres. Eles são responsáveis por 52,1% do faturamento do varejo.

E como essas informações ajudam o pequeno empresário? Que tipo de insight a empresa consegue gerar a partir dos dados?

Temos um produto por aqui, o Cielo Farol, que pode mostrar a um comerciante em Taguatinga ou no Sudoeste, por exemplo, qual dia vale mais a pena lançar uma promoção, qual é o perfil de quem compra na região ou quando o cliente está mais propenso a pagar com Pix. É um salto de competitividade.

A Cielo está comprometida em democratizar o acesso a essa inteligência e oferece, inclusive, esse produto de forma gratuita aos seus clientes.

Tudo isso para fortalecer o pequeno negócio, que é a espinha dorsal do varejo brasileiro.

Brasília também tem se mostrado um polo de talentos em tecnologia. Isso se reflete na Cielo?

Sem dúvida. O próprio *Correio Braziliense* noticiou a criação do nosso novo departamento de IA, e isso fez a gente ver que o DF é um celeiro de talentos. Para 10 vagas, recebemos quase 90 inscrições de Brasília. Isso mostra que há um

ecossistema tecnológico vibrante na região. A capital concentra universidades e centros de pesquisa de ponta, e estamos atentos a essa nova geração de talentos que quer aplicar IA para resolver problemas reais da economia.

A partir dessa leitura, o que o senhor diria que Brasília representa para a Cielo hoje?

Brasília é um espelho do futuro do consumo brasileiro. Aqui, a tecnologia chega rápido, é testada e ganha escala. Seja no transporte, no varejo ou nos meios de pagamento, o DF nos mostra como a inteligência artificial e a digitalização estão simplificando o dia a dia das pessoas. Por isso, costumo dizer que Brasília é um laboratório vivo da inovação financeira. E a Cielo é uma plataforma que ajuda a traduzir esses dados em valor para todas as pessoas.

E o futuro? O que vem pela frente na relação entre IA e consumo?

É um assunto fascinante. Acredito que o futuro está na personalização em tempo real. Mas nada disso é possível se uma triade não estiver completa nessa relação de consumo: simplicidade, ubiquidade e segurança. Cada transação conta uma história, e a IA nos ajuda a entender essas histórias de forma ética e segura. O varejo do futuro será preditivo. A boa notícia é que a tecnologia está se tornando cada vez mais acessível. Quando o conhecimento chega ao pequeno empresário, o país inteiro avança.

Como o senhor resume o propósito da Cielo nessa nova economia digital?

Simplificar e impulsionar negócios de forma acessível para todas as pessoas. A tecnologia, especialmente a inteligência artificial, é uma aliada poderosa, mas o verdadeiro valor está em como ela serve ao humano: ao empreendedor que quer crescer, ao consumidor que busca facilidade e a cada região, de Norte a Sul do Brasil, que se transforma com isso. Quando a Cielo inova, não é só a empresa que avança, mas todo o ecossistema.

Porque o futuro não é apenas digital. É humano, ampliado pela tecnologia, com propósito e inclusão no centro de tudo.

Brasil S/A

por Antonio Machado



machado@cidadebiz.com.br

A COP é passado

A transição energética e a transformação industrial deixaram de ser partes da agenda apenas ambiental, pondo em causa o modelo das conferências do clima, como a atual, em Belém. Desde a COP de Paris, multiplicam-se metas, protocolos, fundos verdes, sem resultados significativos, enquanto vem mudando o eixo do centro de gravidade da geração de energia.

A transição desencadeou um movimento industrial e tecnológico de escala civilizacional, que reorganiza cadeias produtivas, padrões de investimento e relações geopolíticas. O resultado atende ao que se aspira de menos emissões de carbono, mas por razões econômicas e tecnológicas, não devido a metas e compensações de países ricos.

Nos últimos anos, a eletricidade saltou de mero insumo para ser o próprio sistema nervoso da nova economia. O vetor de mudança não é o carbono, mas o elétron, condutor de energia (eletricidade) e de informação (os dados digitais). É o elo entre a economia digital e a produção de eletricidade sobretudo por usinas solar e eólica.

Fontes renováveis, semicondutores, redes inteligentes, baterias e inteligência artificial convergem num mesmo campo tecnológico — o da Electrotech Revolution, ou Revolução Tecnológica do Elétron, como a definiu em relatório recente o think tank inglês Ember.

Segundo o estudo, a fusão entre a eletrificação e a digitalização criou outra base de produtividade. O setor elétrico se consolidou como núcleo da economia digital. Enlaçado, a produção, a comunicação e a indústria estão sendo reorganizados em torno de energia limpa e controle digital, fenômeno comparável à revolução da informática nos anos 1980, mas de alcance muito maior.

Tal leitura contrasta com a visão da IEA, a Agência Internacional de Energia, que ainda esboça a transição como um processo político dependente de consensos multilaterais lentos, sem grandes efeitos, exceto a conscientização global sobre a gravidade climática.

Já o Ember sustenta que a transição é irreversível, impulsionada pela inovação, escala e competição. A queda de custos da geração solar e eólica e a expansão das redes digitais inteligentes tornam a mudança inevitável, a despeito de tratados climáticos. Isso está em curso, com consequências profundas. E é oportunidade para nós.

Da Cúpula do Clima ao chip

A economia do elétron substitui a do petróleo como base do poder industrial. No novo regime, a vantagem não está em deter reservas de insumos fósseis, mas na capacidade de transformar energia limpa em produtividade tecnológica, quebrando os paradigmas conhecidos.

Isso começou no primeiro governo Trump, ao perceber a expansão do poder industrial da China como ameaça existencial à segurança dos EUA, e se firmou na gestão Biden, com as leis bipartidárias de reindustrialização incentivada por facilidades regulatórias além de subsídios para atrair a produção de semicondutores, baterias, veículos elétricos e sistemas de energia limpa. Trump 2 se elegeu criticando tais iniciativas, mas não mudou a direção, as ampliou.

Hoje, como o estudo do Ember expõe usando dados oficiais, a curva de aprendizado das tecnologias elétricas é exponencial, com cortes de custos de 20% a 30% a cada duplicação da capacidade instalada. Em contrapartida, o custo marginal das energias fósseis (petróleo e carvão) segue em alta. Seus preços são políticos e não absorvem os ganhos de escala e de eficiência do avanço tecnológico.

Nesse contexto, o modelo de integração entre chips, inteligência artificial e redes energéticas sinaliza que o verdadeiro valor da eletrificação está na convergência com o digital. O eixo produtivo americano já não é o petróleo do Texas nem o shale, mas a rede de eletricidade e de dados digitais que emerge do Vale do Silício.

Para evitar a armadilha verde

O impacto desse redesenho é global, até pelo movimento das COPs. Pressionada por metas de descarbonização e custos de energia, a Europa adota caminhos semelhantes aos dos EUA. A China acelera a verticalização da indústria de semicondutores e painéis solares. Índia e Coreia se posicionam como polos de manufatura elétrica.

E a América Latina? Apesar de possuir recursos naturais e energia limpa, hesita em definir uma estratégia industrial compatível com a escala da transformação. Essa discussão é incipiente entre nós.

Temos tudo o que o mundo demanda: 88% de eletricidade renovável, estabilidade elétrica, reservas de minerais críticos, biomassa, água, mercado de consumo de massa potencial, população sequiosa por novidades tecnológicas como o PIX. Mas o risco de transformar tais vantagens em armadilhas é real. O país pode se limitar a ser exportador de energia limpa e minérios, nova forma de dependência.

A "armadilha verde" repete o antigo padrão primário-exportador e, agora, com a legitimidade ambiental. Mais eficiente seria usar a energia para a reindustrialização em bases elétricas e digitais.

Primeiro, a manufatura de eletrônicos de potência, inversores, conversores e semicondutores. Segundo, integrar as redes digitais e industriais em plataformas inteligentes, com IA e automação. E, por fim, mobilizar instrumentos financeiros e diplomáticos visando a formação de fundos com capital público-privado e a implantação de polos territoriais de produção tecnológica e energia limpa.

Essas zonas seriam como laboratórios da nova economia industrial, que se assenta em energia renovável, indústria inteligente e conectividade digital. O foco não seria exportar eletricidade, mas converter eletrônicos em empregos, inovação e riqueza tecnológica.

Política climática industrial

Podemos ter protagonismo neste fim de década de transformações de impacto disruptivo se entendermos que as ações climáticas serão mais eficientes não só com regulação, mas com produtividade e produção de eletricidade oriunda de inovação, como a fonte solar.

A verdadeira transição justa concilia ecologia e desenvolvimento, natureza e indústria, sustentabilidade e soberania. Isso exige um novo pacto entre Estado (como coordenador estratégico), empresas (como execução) e ciência (o sistema propulsor de inovações).

A COP com sua retórica moralizante e punitiva pertence a uma era de diagnósticos. A revolução movida por eletrônicos escancara a fase da execução, pondo em cena quem dominará o sistema energético do futuro. O Brasil, se agir com visão e coordenação, pode saltar de potência ambiental para potência industrial da eletricidade e do digital. A economia do futuro está migrando do barril de petróleo e do carvão para bits e eletrônicos. E, desta vez, temos as peças do jogo e o tabuleiro. A dúvida é se saberemos jogar o novo jogo.