

Capgemini

x



FEBRABAN TECH

2026

GUIA EXECUTIVO · FINANCIAL SERVICES

Quem orquestra, ganha

*Decisões para capturar relevância em escala nos
serviços financeiros.*

Make it real



O que você **encontra** aqui

Sete capítulos que traduzem a agenda do Febraban Tech 2026 em decisões de negócio para bancos, seguradoras e meios de pagamento.

01	O novo jogo da relevância em Financial Services	05
02	IA, dados e inteligência em escala	07
03	Plataformas, cloud e modernização: a base invisível da escala	10
04	Pagamentos, ecossistemas e novos modelos de valor	13
05	Do relacionamento à relevância: experiência, contexto e confiança	15
06	Confiança, segurança e resiliência operacional	17
07	Orquestrar é transformar complexidade em relevância	19



Produzido pela Capgemini com os parceiros estratégicos presentes no Febraban Tech 2026: AWS, Microsoft, Google Cloud, Adyen, Genesys, Siemens, Tanium, Taurus e Temenos.

Uma lente para decidir

O Febraban Tech 2026 acontece em um momento em que o setor financeiro discute muito mais do que tecnologia. Bancos, seguradoras, meios de pagamento e demais instituições financeiras enfrentam uma mudança estrutural: a vantagem competitiva já não nasce da adoção isolada de novas soluções, mas da capacidade de coordenar dados, plataformas, inteligência artificial (IA), parceiros, confiança e experiências em modelos operacionais capazes de gerar valor em escala.

Este guia não pretende substituir a agenda oficial do evento, nem listar todas as tendências em discussão. Sua proposta é oferecer uma lente executiva para ajudar líderes de Financial Services a identificar quais conversas realmente importam, quais decisões elas provocam e como diferentes temas se conectam a uma agenda mais ampla de crescimento, eficiência, confiança e relevância.

A tese que orienta esta curadoria é simples: **quem orchestra, ganha** — a mensagem que orienta a proposta 2026 da Capgemini no evento. Em um mercado atravessado por IA e tantas tecnologias emergentes, a questão

central reside na habilidade das empresas transformarem complexidade em decisão, operação e valor.

Este conteúdo foi desenvolvido em colaboração com os parceiros estratégicos que estarão com a Capgemini no Febraban Tech 2026: AWS, Microsoft, Google Cloud, Adyen, Genesys, Siemens, Tanium, Taurus e Temenos. Ao longo deste material, o leitor encontra visões executivas desses parceiros, conectadas aos principais desafios do setor e aos temas que orientam esta curadoria.

Para bancos, isso significa repensar plataformas, canais, dados, pagamentos, core, risco e relacionamento em uma lógica mais conectada. Para seguradoras, significa integrar subscrição, distribuição, prevenção, atendimento, sinistros e assistência a jornadas mais digitais, contextuais e orientadas por dados.

Em ambos os casos, a diferenciação dependerá menos da experimentação isolada e mais da capacidade de escalar com governança, clareza de prioridades e confiança.



O que é o Febraban Tech

Promovido pela Febraban, é o maior evento de tecnologia financeira da América Latina, reunindo bancos, seguradoras, meios de pagamento e parceiros de tecnologia para debater inovação, IA, dados e o futuro do setor financeiro.

O Febraban Tech deve ser encarado, portanto, como um mapa de decisões. Este guia ajuda a navegar esse mapa a partir de uma pergunta: quais temas, conversas e conexões podem ajudar líderes financeiros a decidir onde investir,

quais capacidades combinar e como permanecer relevantes em um mercado cada vez mais mediado por plataformas, agentes, dados e ecossistemas?

Boa leitura!



O Febraban Tech é um fórum sobre tecnologia, mas seu valor para líderes de Financial Services está nas **decisões de negócio** que ela ajuda a provocar.

AUTORIA DO GUIDE



Jamile Leão

Líder da Indústria de Banking · Capgemini Brasil



Daniela Dutra

Líder da Indústria de Banking · Capgemini Brasil



O novo jogo da **relevância** em Financial Services

Com o perdão do trocadilho, relevância no setor financeiro tornou-se relevância a partir da segunda década do século 21. Em um passado não tão distante, competir significava ampliação de portfólio, capilaridade, eficiência operacional. Esses fatores permanecem importantes, mas já não são suficientes para sustentar diferenciação em um mercado no qual clientes, empresas e ecossistemas esperam interações mais simples, contextuais e confiáveis.

Essa mudança aparece com força nas pesquisas globais do Capgemini Research Institute (CRI). Segundo o [World Retail Banking 2025](#), mais de 60% dos clientes bancários utilizam canais digitais de forma exclusiva. Já o estudo [Reimagining Customer Experience: Human-led, AI-powered \(2026\)](#) mostra que, enquanto 63% dos consumidores trocam de fornecedor após uma experiência ruim, 70% retornam após uma boa experiência.

A relevância deixa de ser definida apenas pelo produto oferecido e passa a depender da capacidade de participar dos momentos certos da jornada, com conveniência, segurança e valor percebido. Hoje, o cliente não enxerga produtos isolados: ele busca resolver objetivos concretos em jornadas que combinam crédito, pagamentos, proteção, investimentos,

identidade e autenticação, envolvidos por uma camada de atendimento sem fricção. A sua instituição de preferência será aquela capaz de participar desses momentos com simplicidade, contexto e confiança.

Em Insurance, a mudança é particularmente notável: o seguro deixa de ser percebido como apólice ou evento de sinistro e passa a se conectar a jornadas de proteção, prevenção, cuidado, mobilidade, saúde, patrimônio e planejamento financeiro. Relevância, aqui, significa estar presente antes, durante e depois do risco, com dados, canais, parceiros e capacidades operacionais integradas.

Essa constatação converge em três movimentos: a IA como mecanismo de simplificação, as relações adaptativas como diferencial competitivo e a orquestração como instrumento de captura de valor em ecossistemas. Para os decisores, isso exige escolhas mais sofisticadas. IA sem governança gera risco. Modernização sem transformação operacional gera complexidade. Ecossistemas sem clareza de papéis dificultam a captura de valor. E, por isso, estes três movimentos são os três territórios que a Capgemini pretende explorar durante a edição 2026 do Febraban Tech.

60%

dos clientes usam canais digitais de forma exclusiva

63%

trocaram de fornecedor após uma experiência ruim

70%

retornaram após uma boa experiência

A relevância depende cada vez mais da capacidade de **coordenar redes de valor**.

Palestras recomendadas

24/08 · 15h20 às 15h50 · Auditório Inovação & Novos Negócios

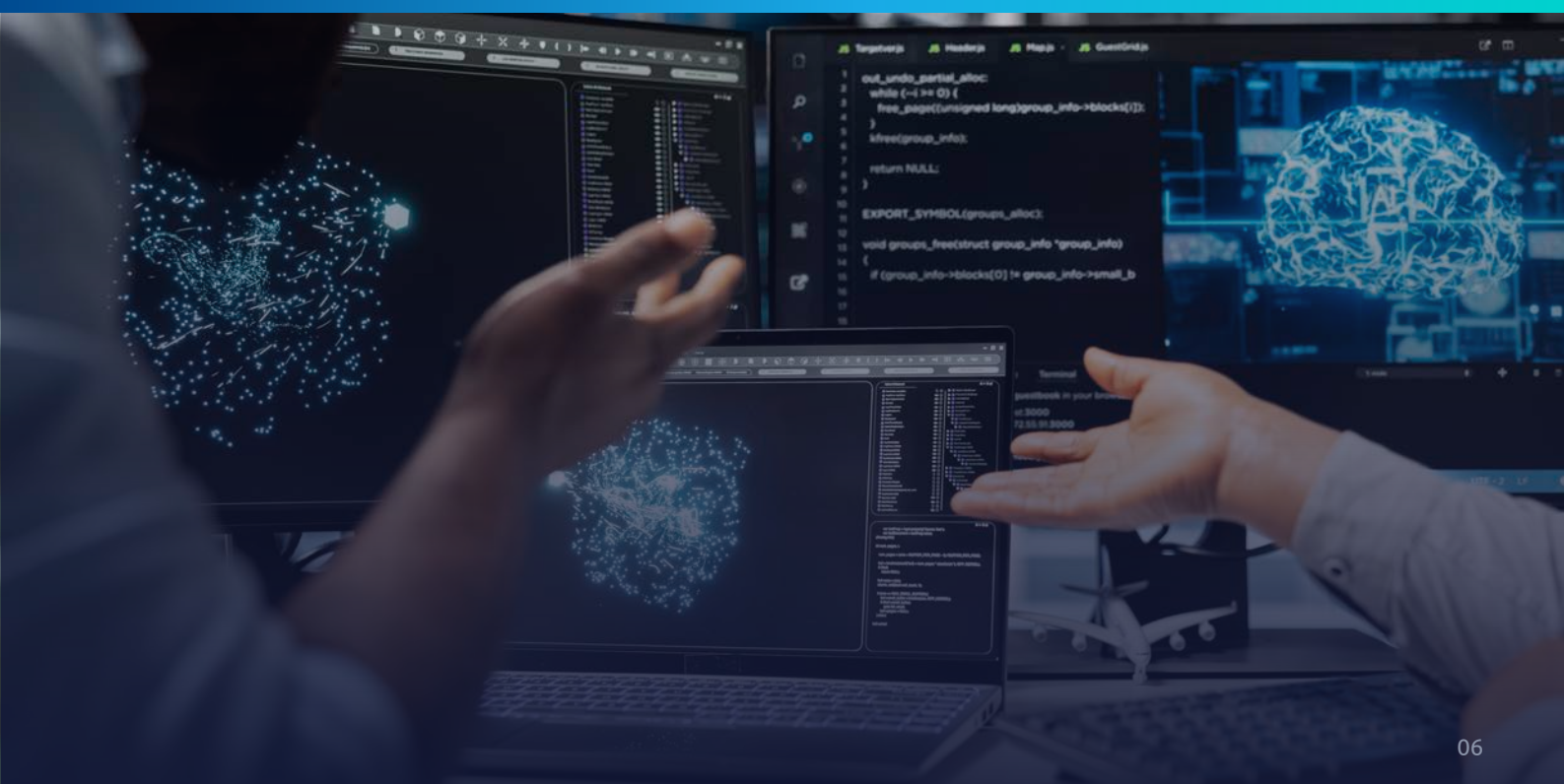
A governança do ecossistema autônomo — quem controla o futuro da IA?

24/08 · 15h50 às 16h50 · Auditório Febraban Azul

Produtividade exponencial: clientes e a sociedade ganham com ecossistemas multiagentes?

26/08 · 10h40 às 11h10 · Auditório Inovação & Novos Negócios

Quem lidera na era da IA: tecnologia, dados ou negócio?



IA, dados e inteligência em escala

Não mais relegada a um espaço periférico na agenda dos C-levels, a IA hoje ocupa protagonismo justificado na aptidão das empresas em integrar operação, dados, resultado e governança de negócios.

Essa não é apenas uma observação — foi confirmada em 2025, com o estudo do CRI [Harnessing the Value of AI](#). À época, a pesquisa mostrou que 88% das organizações haviam aumentado investimentos em IA generativa, 63% afirmaram que a tecnologia já estava gerando valor e 66% acreditavam que ficariam em desvantagem competitiva sem sua adoção. O que se vê, portanto, é sua importância como peça estruturante da engrenagem financeira.

Em Banking, isso se traduz em aplicar IA a recomendações, risco, fraude, atendimento, crédito, eficiência operacional, automação de processos e personalização de jornadas. Para Insurance, em transformar IA em capacidade

operacional para subscrição, análise de sinistros, prevenção a fraudes, gestão documental, atendimento e personalização de coberturas — sempre com governança, explicabilidade e supervisão humana. Em comum, a atenção imprescindível com os dados.

A transição mais importante agora é sair da experimentação para a escala. Conforme aponta o estudo [AI in Action: How Gen AI and Agentic AI Redefine Business Operations \(2025\)](#), o ROI médio de iniciativas de IA operacional é de 1,7 vez, reforçando que a captura de valor depende menos do modelo isolado e mais da sua integração a processos, plataformas, governança e métricas de negócio.

Para os líderes do setor, a agenda é essencialmente prática: definir prioridades, estabelecer critérios de governança, garantir explicabilidade e decidir onde a automação efetivamente contribui para a geração de valor.

88%

aumentaram investimentos em IA generativa

66%

temem desvantagem competitiva sem adoção

1,7x

ROI médio das iniciativas de IA operacional

"A evolução de adoção de nuvem para operações nativas em nuvem exige tratar a infraestrutura como código, construir para falhar graciosamente com arquiteturas multi-AZ e multi-região, e empoderar equipes com plataformas internas que abstraem a complexidade. O salto acontece quando a nuvem deixa de ser 'onde rodamos workloads' e se torna 'como operamos' — com observabilidade em tempo real e custos alinhados ao valor de negócio gerado."



Fabio Cossini · Business Development, Financial Services · AWS



A pergunta mais relevante sobre IA não é qual modelo adotar, mas **quais decisões de negócio** serão aprimoradas por sua integração ao modelo operacional.

Palestras recomendadas

24/08 · 14h às 15h · Auditório Febraban Azul

Dos assistentes aos agentes de IA: um novo ecossistema inteligente para o setor financeiro

24/08 · 16h15 às 16h35 · Arena Fintech

Seguros potencializados por dados e IA: personalização, distribuição e expansão em novos ecossistemas

26/08 · 14h às 14h30 · Auditório Inovação & Novos Negócios

Da estratégia à escala: a jornada de produtização de dados

Vozes dos parceiros

Perspectivas sobre IA, dados e inteligência em escala.

"No setor financeiro, o valor da IA não está apenas na automação de tarefas isoladas, mas em apoiar a tomada de decisão, otimizar operações e ampliar a capacidade das equipes em processos críticos. O Work Trend Index da Microsoft mostra que as organizações mais avançadas estão redesenhando seus processos para integrar pessoas e agentes de IA, acelerando decisões e transformando produtividade em vantagem competitiva."

Patricia Sala · Diretoria de Parceiros ISV · Microsoft Brasil

"O Google Cloud é o parceiro ideal das organizações do setor financeiro para a Era dos Agentes de IA, trazendo inovações que combinam o melhor da infraestrutura, modelos e dados. Trabalhamos para remover a complexidade técnica e focar na entrega de resultados reais, aplicando IA para criar jornadas que entendam a intenção do consumidor e gerem valor para o negócio."



Rafael d'Ávila · Líder para Setor Financeiro · Google Cloud Brasil

"O principal desafio para as instituições financeiras que buscam capitalizar o valor da IA reside na orquestração de uma vasta e complexa cadeia de fontes de dados diversas. A chave é estabelecer uma camada de contexto robusta e confiável, que conecte de forma centralizada e autorizada os modelos de IA aos dados, com governança de dados e IA em escala, rastreável, auditável e transparente."



Cláudio Cerqueira · Enterprise Sales Executive, Bancos e Instituições Financeiras · Siemens

Plataformas, cloud e modernização: a base invisível da escala

Se modernização tecnológica estava diretamente conectada à eficiência, esqueça. Hoje, ela representa uma condição necessária para inovação, integração de ecossistemas e crescimento sustentável de qualquer empresa.

A distância entre adoção e maturidade ajuda a explicar por que tecnologia, sozinha, já não diferencia: 91% das instituições financeiras já operam ao menos uma plataforma cloud, mas apenas 12% são consideradas verdadeiras inovadoras quando o assunto é nuvem, segundo o [World Cloud Report for Financial Services \(2025\)](#). Migrar ou modernizar já não basta: é preciso transformar a cloud em capacidade operacional para inovação, resiliência, dados, IA e novos modelos de negócio.

Torna-se obrigatória a criação de uma arquitetura capaz de suportar novas jornadas, parceiros, dados, modelos de negócio e ciclos de decisão mais rápidos. APIs, cloud, microserviços, eventos e observabilidade devem ser avaliados pela contribuição que oferecem à agilidade, à resiliência e à governança.

O mesmo levantamento aponta que apenas cerca de um terço dos executivos declarou alta satisfação com ganhos de escala, inovação e eficiência gerados pela nuvem — o que reforça que a modernização precisa alcançar modelo operacional, arquitetura de dados, governança, cultura de produto e métricas conectadas ao negócio.

No cenário bancário, a discussão envolve core, canais, pagamentos, dados, segurança, observabilidade e capacidade de integrar novos serviços em velocidade. Em Seguros, envolve modernizar plataformas de apólices, sinistros, subscrição e distribuição, criando condições para operar com corretores, ecossistemas digitais e modelos de dados mais integrados (*alô, Open Insurance!*).

Líderes atualmente precisam decidir quais fundações tecnológicas devem evoluir para sustentar novos ritmos competitivos, uma vez que plataformas não são apenas infraestrutura. Elas definem o quanto uma organização consegue inovar, integrar parceiros, escalar IA, governar dados e responder a mudanças de mercado com consistência.

91%

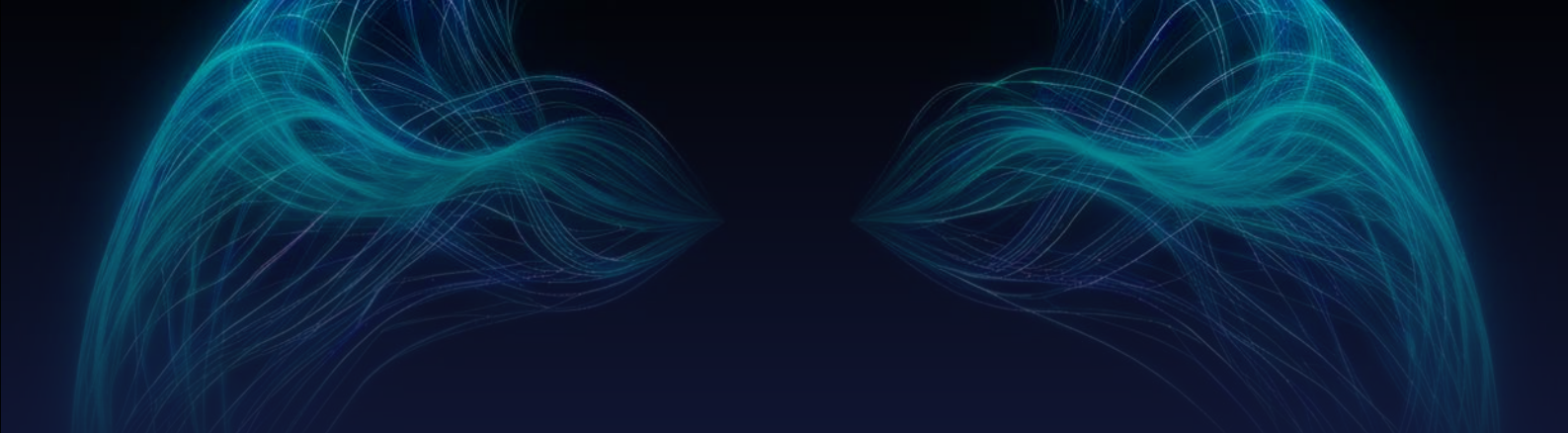
operam ao menos uma plataforma cloud

12%

são consideradas verdadeiras inovadoras em nuvem

1/3

dos executivos estão satisfeitos com ganhos da cloud



Plataformas são a **fundação** sobre a qual novos modelos de negócio são construídos.

“A IA reforça ainda mais a necessidade de modernizar o core banking. Seu maior potencial reside não apenas na automação de processos, mas também na viabilização de aconselhamento personalizado em larga escala, no aprimoramento da gestão de portfólio, no fortalecimento dos controles de risco e compliance e na oferta de maior transparência aos clientes. Para obter esses benefícios, as instituições precisam de uma infraestrutura moderna, aberta e preparada para IA, capaz de transformar dados em insights acionáveis e incorporar inteligência a cada interação e processo. Nesse contexto, as organizações que combinam dados unificados, IA e resiliência operacional estarão mais bem posicionadas para inovar, escalar seus serviços e responder à crescente complexidade da gestão de patrimônio.”



Victor Pego · Business Development Manager · Temenos

Palestras recomendadas

24/08 · 14h às 15h · Auditório Febraban Lilás

Do data center ao cluster de IA: infraestrutura, automação e o novo core bancário

24/08 · 15h10 às 15h40 · Auditório Febraban Cinza

Bancos AI-Native: autonomia de dados no core e a era da execução

25/08 · 16h40 às 17h10 · Auditório Inovação & Novos Negócios

Modernização do mainframe impulsionada por IA: um caso real de agilidade e escala

Pagamentos, ecossistemas e novos modelos de valor

Segundo o Capgemini Financial Services Top Trends 2026: Banking, a disputa em pagamentos está se deslocando para a experiência e para a posição na cadeia de valor: 80% dos merchants considerariam migrar para bancos caso recebessem a mesma experiência dos novos provedores, enquanto 77% dos executivos bancários esperam disrupção significativa causada por modelos account-to-account.

A mensagem para líderes financeiros é clara: a competição extrapolará a transação, unindo-se ao saber orquestrar conveniência, risco, dados e integração ao contexto do cliente.

PIX, Open Finance, embedded payments, stablecoins e jornadas mediadas por IA ampliam as possibilidades de criação de valor e exigem novas escolhas. À medida que o pagamento se torna invisível, a disputa competitiva se desloca para a coordenação da experiência, do risco, dos dados e da confiança.

Essa agenda também exige colaboração e atualização. O estudo de tendências deste ano para Banking aponta que 44% dos bancos já

colaboram com fintechs para pagamentos em tempo real e que 65% dos executivos da área reconhecem a necessidade de modernizar a infraestrutura de pagamentos instantâneos. Esses dados reforçam que pagamentos não podem ser tratados mais como função isolada, mas como parte (fundamental) do ecossistema.

Nem todas as instituições ocuparão a mesma posição na cadeia. Algumas buscarão protagonismo na experiência; outras atuarão como infraestrutura; muitas dependerão da capacidade de construir e coordenar ecossistemas. Para seguradoras, essa lógica abre espaço para seguros embarcados em jornadas de compra, mobilidade, crédito, saúde e serviços recorrentes, além de modelos em que pagamento, proteção, consentimento e dados precisam operar de forma integrada.

A atenção vai além do processamento mais eficiente de pagamentos e ressalta a necessidade de transformar essa disciplina em uma camada de valor conectada ao todo.

80%

dos merchants migrariam para bancos com a mesma experiência

77%

esperam disrupção por modelos account-to-account

44%

já colaboram com fintechs em pagamentos em tempo real

Em pagamentos, a disputa não é apenas por transações. É por **relevância, contexto e posição** na cadeia de valor.

"Os pagamentos tornam-se estratégicos quando deixam de apenas mover dinheiro e passam a gerar dados. Na Adyen, fazemos isso através da nossa plataforma proprietária unificada, sem intermediários (end-to-end), que funde as jornadas físicas e digitais dos consumidores. Ao absorvermos toda a complexidade regulatória do mercado, entregamos aos nossos clientes estabilidade, máxima conversão, segurança antifraude e dados unificados em tempo real para transformar cada transação em um motor de experiência, dados e geração de valor."

Daniel Tafelli · Vice-Presidente de Produtos e Parcerias LATAM · Adyen



"O Brasil já pode contar com ativos digitais que irão fortalecer a formação de preços, melhoria de alocação de capital, redução de fricções operacionais e expansão da distribuição global de ativos entre instituições financeiras. Tudo isto com a segurança de nível bancário."



Lamine Brahimi · Co-Fundador e CEO · Taurus SA

Palestras recomendadas

24/08 · 14h às 15h · Auditório Febraban Amarelo

Pagamentos invisíveis: quando o ato de pagar deixa de ser um momento

24/08 · 17h às 18h · Auditório Febraban Cinza

Open Finance, crédito e portabilidade: inteligência compartilhada, risco distribuído

26/08 · 15h50 às 16h50 · Auditório Febraban Lilás

BaaS na prática: o que funcionou, o que travou e o que foi redesenhado

Do relacionamento à relevância: experiência, contexto e confiança

A experiência financeira evolui de uma lógica centrada em canais para um modelo baseado em relacionamento contínuo. Chega de “conhecer o cliente”: é dever compreender seu contexto, sua intenção e descobrir seu momento de decisão.

O estudo [Reimagining Customer Experience: Human-led, AI-powered \(2026\)](#) mostra que, embora CX tenha se tornado uma prioridade declarada, ainda existe uma distância relevante entre ambição e percepção: 84% dos executivos colocam CX como principal motor de crescimento, enquanto apenas 14% dos clientes associam emoções positivas às experiências recebidas. Além disso, só 23% das organizações possuem estratégia integrada de CX, o que reforça a ideia de que personalização, automação e IA só geram relevância quando são percebidas pelo cliente como valor, simplicidade, controle e confiança.

As relações adaptativas emergem como um ativo estratégico. Instituições precisam aprender continuamente, ajustar interações e responder às mudanças de comportamento em tempo real. Em seguros, elas podem

transformar momentos historicamente transacionais, como sinistro ou renovação, em experiências mais simples, preventivas e contextualizadas.

Ao mesmo tempo, surgem novos desafios. Personalização excessiva pode comprometer a confiança. Automação exige transparência. IA agêntica (ainda) demanda supervisão adequada. O equilíbrio entre conveniência e autonomia torna-se essencial.

Essa tensão aparece também na prioridade atribuída à proteção de dados: 81% dos consumidores priorizam segurança dos dados. Relacionamento inteligente não se constrói apenas sobre personalização — combina contexto, consentimento, transparência, proteção e percepção clara de valor.

Então, a pergunta a ser feita é: como transformar dados e IA em relacionamento relevante sem comprometer confiança, privacidade e explicabilidade? Para líderes de FS, CX se torna uma disciplina de orquestração entre dados, operações, atendimento, segurança, regulação e modelo de negócio.

84%

dos executivos veem CX como principal motor de crescimento

14%

dos clientes associam emoções positivas à experiência recebida

81%

dos consumidores priorizam a segurança dos dados

60% dos consumidores dizem que CX é um driver mais forte de lealdade do que qualidade do produto ou serviço.

“O contact center deixou de ser um canal de resposta para se tornar o ponto de orquestração da experiência do cliente. Ao integrar dados, IA e contexto em tempo real, ele antecipa necessidades, apoia decisões de negócio e fortalece confiança. Por isso, cada interação passa a gerar valor para o cliente e para a organização.”



Gabriela Araujo · Senior Sales Director (Strategic Accounts) · Genesys

Palestras recomendadas

24/08 · 14h às 15h · Auditório Febraban Verde

Hiperpersonalização em tempo real, da intenção ao impacto

25/08 · 17h às 18h · Auditório Febraban Cinza

A infraestrutura invisível da hiperpersonalização

25/08 · 15h10 às 15h40 · Auditório Febraban Lilás

Título a definir

Confiança, segurança e resiliência operacional

À medida que os ecossistemas financeiros se tornam mais distribuídos, a confiança ganha notoriedade máxima nas estratégias de crescimento, deixando de ser atributo abstrato. Ela precisa ser demonstrada na forma como dados são protegidos, decisões são explicadas, riscos são mitigados e operações permanecem resilientes.

Neste tema, a segurança dos dados é top of mind. Embora a maior parte dos brasileiros demonstre inquietação com o uso de seus dados, a [pesquisa de CX da Capgemini \(2026\)](#) escancara um desalinhamento crítico: apenas 8% dos executivos veem data privacy e security como a maior preocupação nas interações com IA.

Além disso, segurança deixa de ser uma função exclusivamente defensiva e passa a atuar como infraestrutura essencial para a operação dos negócios. Cada nova conexão, integração ou parceiro amplia oportunidades de valor, mas também aumenta a complexidade da gestão de risco.

Essa complexidade aparece na agenda de cloud e modernização. No [World Cloud Report \(2025\)](#), segurança e governança estão entre os principais obstáculos para capturar valor em cloud: escalar tecnologia sem fortalecer mecanismos de controle, visibilidade e resiliência pode ampliar a exposição operacional e regulatória.

Em seguros, o desafio é ampliado por cadeias de valor que envolvem corretores, prestadores, redes de saúde, oficinas, assistências, parceiros digitais e bases de dados sensíveis. A confiança depende da capacidade de proteger o cliente, prevenir fraudes e manter resiliência operacional em momentos críticos.

Como incorporar proteção, governança, identidade e continuidade operacional à própria lógica de crescimento? À medida que IA, Open Finance, pagamentos digitais, cloud e ecossistemas ampliam a superfície de conexão, confiança passa a ser uma capacidade operacional que precisa ser desenhada, medida e sustentada continuamente.

"O ambiente digital hoje é uma malha distribuída entre nuvem híbrida, terceiros e sistemas legados que nunca saem do ar, onde cada ponto não mapeado é uma porta de entrada. Nesse cenário, segurança e continuidade de serviço são a mesma conversa, já que uma falha de segurança e uma indisponibilidade geram o mesmo dano reputacional e financeiro — e só quem enxerga o próprio ambiente em minutos consegue agir antes que o problema vire crise."



Jorge Lopez · Vice-Presidente de Vendas para América Latina · Tanium



Confiança não é um atributo abstrato. É uma **capacidade operacional** que precisa ser demonstrada e sustentada continuamente.

Palestras recomendadas

25/08 · 14h às 15h · Auditório Febraban Lilás

IA na linha de defesa: do monitoramento ao combate em tempo real

25/08 · 15h50 às 16h50 · Auditório Febraban Amarelo

Regulação da IA no Brasil e seus impactos globais

25/08 · 17h às 18h · Auditório Febraban Lilás

Identidade digital: a nova infraestrutura da confiança

Orquestrar é transformar complexidade em relevância

O Febraban Tech evidencia uma transformação estrutural dos serviços financeiros: para além de digitalizar suas operações, o setor tem redefinido a forma como valor é criado, distribuído, protegido e capturado.

A tese “quem orquestra, ganha” oferece uma forma consistente de interpretar essa mudança. IA, pagamentos, dados, plataformas, segurança, experiência e ecossistemas não devem ser analisados isoladamente. O desafio está em conectá-los em modelos operacionais capazes de gerar relevância contínua.

As pesquisas aqui citadas mostram que adoção não garante maturidade, investimento não garante valor e experiência declarada não garante relevância percebida. As instituições financeiras já avançam em cloud, IA, pagamentos digitais e CX, mas os maiores gaps

aparecem justamente na capacidade de transformar essas frentes em escala, governança, confiança e resultados consistentes.

Para seguradoras, essa integração redefine como risco é avaliado, proteção é distribuída, sinistros são geridos e confiança é sustentada ao longo da jornada. Para bancos, meios de pagamento e demais instituições, a questão central é entender quais capacidades precisam ser combinadas para crescer com eficiência, inovar com responsabilidade e preservar confiança em escala.

Na visão da Capgemini, o Febraban Tech é um ambiente privilegiado de escuta estratégica. As conversas mais relevantes são aquelas que aproximam ambição e execução, tecnologia e negócio, inovação e governança. Você está preparado para navegar esta onda?



Quem orquestra não é quem controla tudo. É quem **conecta as capacidades certas** para gerar valor com governança, confiança e escala.

Este guia foi produzido em parceria com:



Google Cloud

Microsoft
Partner



TAURUS

adyen

SIEMENS

temenos

Sobre a Capgemini

A Capgemini é uma parceira global de transformação de negócios e tecnologia impulsionada por Inteligência Artificial, que gera valor tangível no mercado. Imaginamos o futuro das organizações e o tornamos realidade por meio de IA, tecnologia e pessoas. Com nossa sólida trajetória de quase 60 anos, somos um grupo responsável e diverso com 420 mil profissionais, em mais de 50 países. Oferecemos serviços e soluções de ponta a ponta que contam com nossa profunda expertise setorial e um robusto ecossistema de parceiros, elevando nossas capacidades em estratégia, tecnologia, design, engenharia e operações de negócios. O Grupo reportou em 2025 receitas globais de 22,5 bilhões de euros.

