



## Esgotamento feminino

As mulheres estão deixando as organizações em um ritmo nunca antes visto, é o que aponta a edição de 2022 do relatório “Women in the Workplace”, desenvolvido pela consultoria McKinsey & Company. De acordo com a pesquisa, para cada mulher em cargo de direção que é promovida, outras duas mulheres em posição semelhante estão escolhendo sair das empresas.



Acesse o relatório em: <https://leanin.org/women-in-the-workplace>

## IA concentrando poder

A dependência da inteligência artificial generativa (IAG) pode levar a uma concentração de poder ainda maior nas mãos das grandes empresas de tecnologia, é o que afirma Melissa Heikkilä em matéria à MIT Technology Review, da qual é jornalista sênior. De acordo com ela, essa dependência pode resultar na criação de barreiras significativas para novas empresas que desejem competir. Segundo Heikkilä, desenvolver tecnologias *open source* (código aberto) e garantir a aplicação rigorosa das leis de proteção à concorrência são artifícios para se evitar esse cenário de concentração de poder.



<https://bit.ly/3GTUb2e>

## Metaverso em evolução

O relatório Technology Vision 2022, da Accenture, destacou três tendências relacionadas ao metaverso: 1) a ascensão do “Spatial Web”, que permitirá a criação de experiências imersivas em 3D no mundo digital; 2) o aumento da presença de empresas no metaverso, buscando criar novas formas de engajamento com clientes e colaboradores; 3) a evolução da infraestrutura tecnológica do metaverso, com a integração de tecnologias como *blockchain*, inteligência artificial e *edge computing* para permitir a escalabilidade e interoperabilidade das plataformas.



<https://accntu.re/3MT6gbN>

## Quatro visões para o varejo

A MIT Sloan School lista o que seriam as “Quatro visões para o futuro do varejo”, apresentando possíveis tendências para o setor nos próximos anos: “O mundo dos shows”, “A cidade como loja”, “A loja como casa” e “Uma plataforma para tudo”. Cada cenário apresenta uma visão diferente do futuro do varejo, desde a criação de experiências emocionais em lojas até a integração das lojas com a cidade e a criação de espaços de convivência que se assemelham a casas. O artigo ainda destaca como a tecnologia pode ser usada para melhorar a experiência do cliente, como a realidade aumentada e a personalização por meio de dados.

Por fim, o autor destaca que os varejistas precisarão se adaptar a essas tendências para sobreviver em um mercado cada vez mais competitivo e em constante evolução.



<https://bit.ly/3NbnvXR>

