

LGPD

PROTEÇÃO DE DADOS VIROU DIFERENCIAL COMPETITIVO, MAS MATURIDADE AINDA É BAIXA

Leia na página 8

O novo papel do atendimento humano em uma era dominada pela IA

Estudos mostram que interações humanizadas ganham valor conforme a tecnologia assume tarefas operacionais, criando um novo diferencial competitivo para as empresas

A expansão da inteligência artificial acelerou a automação de processos e reduziu o tempo de resposta em diversos setores, mas também aumentou a demanda por experiências humanizadas. Estudos da McKinsey mostram que 71% dos consumidores esperam personalização nas interações com marcas, enquanto 76% relatam frustração quando essa expectativa não é atendida. Outro levantamento da PwC indica que 82% dos clientes desejam mais contato humano à medida que o uso de tecnologia cresce, reforçando o reposicionamento do atendimento como um componente emocional e estratégico da jornada do consumidor.

No Brasil, essa percepção é analisada por Alexandre Slivnik, especialista em excelência de serviços, vice-presidente da Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento e professor convidado da FIA USP. Com mais de duas décadas de atuação em liderança e atendimento, ele afirma que a automação transformou o papel do profissional de atendimento, mas não eliminou a necessidade de conexão humana. Slivnik explica que a tecnologia trouxe eficiência, mas quem cria vínculo ainda é a pessoa. O cliente quer ser visto, não processado. Em um cenário em que tudo se automatiza, o atendimento humanizado passa a ser entendido como diferencial competitivo, afirma o especialista.



Alexandre Slivnik

“O atendimento humano evoluiu para três funções centrais: interpretar necessidades complexas, criar vínculo emocional e resolver situações sensíveis que a IA não contempla.”

Relatórios da Deloitte indicam que empresas que oferecem experiências altamente humanizadas registram aumento de até 20 por cento na satisfação

e fortalecem a fidelização. A Accenture, no estudo Human Experience, aponta que consumidores confiam duas vezes mais em marcas que combinam IA com

atendimento humano em etapas sensíveis da jornada. Para Slivnik, essa combinação é essencial para evitar interações frias e mecânicas. A tecnologia faz o caminho mais rápido, mas a sensibilidade humana é o que transforma a experiência e reduz atritos, observa.

Pesquisas da Gallup reforçam a importância dessa abordagem. Interações empáticas aumentam em até três vezes a probabilidade do cliente recomendar uma marca. Ao mesmo tempo, 57 por cento dos consumidores desistem de empresas após episódios de atendimento insatisfatório.

Slivnik afirma que marcas que dependem apenas de automação correm o risco de perder valor emocional. Não basta ser eficiente. É preciso ser humano. E isso depende de cultura, propósito e treinamento constante para que as equipes saibam entregar experiências genuínas, explica.

Segundo o especialista, o atendimento humano evoluiu para três funções centrais: interpretar necessidades complexas, criar vínculo emocional e resolver situações sensíveis que a IA não contempla. Ele acrescenta que, quando o colaborador está engajado e reconhecido, o impacto é direto na experiência do cliente. O encantamento externo é reflexo do encantamento interno. Culturas organizacionais fortes aumentam engajamento, reduzem rotatividade e criam equipes preparadas para oferecer uma experiência que a tecnologia sozinha não entrega.

Para Slivnik, o futuro não é uma disputa entre humanos e máquinas, mas uma composição que equilibra eficiência e emoção. A tecnologia escala. O humano conecta. O cliente do futuro vai exigir os dois. Essa integração define a nova lógica da experiência: processos automatizados, mas relações preservadas.

(Fonte: Alexandre Slivnik, especialista em excelência de serviços, vice-presidente da ABTD e professor convidado da FIA USP).

Quando o banco deixa de ser lugar

Abrir um aplicativo, escolher o meio de pagamento, confirmar dados, autorizar a transação. Por muitos anos, lidar com dinheiro significou passar por uma sequência quase automática de etapas. Em 2026, essa lógica começa a se inverter. O mercado financeiro entra em uma fase em que o dinheiro circula com menos esforço visível, menos interrupções e menor dependência de decisões conscientes a cada uso.

Para informações sobre o

MERCADO
FINANCEIRO

faça a leitura do
QR Code com seu celular



IA e Desenvolvimento de Lideranças foram as competências mais demandadas em 2025

Levantamento da Alura + FIAP Para Empresas apontou que habilidades tecnológicas e interpessoais são essenciais para a transformação digital e o futuro do trabalho.

Disparada da Bolsa: como identificar oportunidades e o que observar antes de entrar

Bolsa brasileira em alta desperta atenção e dúvidas de novos investidores; especialista diz que há espaço, mas com cautela.

Como transformar vendas sazonais em faturamento contínuo ao longo do ano

Especialista em negócios e expansão de alta performance, Ycaro Martins, explica como empresas podem ir além do pico de vendas e construir crescimento escalável e recorrente.

Negócios em Pauta

Imágenes_degustavo_quiroga_CANVA



Seminário abre comemorações de 25 anos do IEE

O Instituto Esporte e Educação (IEE) chega aos 25 anos agora em 2026. Para dar início às comemorações, será realizado, nesta terça-feira (3) e na quarta-feira (4), o "Seminário IEE 25 anos - Uma história escrita por milhares de mãos", no Sesc Avenida Paulista, em São Paulo (SP). Entre 10h e 17h30, nos dois dias, serão apresentados temas voltados à história do Instituto. A abertura, na terça, terá a primeira parte do vídeo de retrospectiva desses 25 anos, seguido de palavras da fundadora do IEE, Ana Moser, e da presidente do Instituto, Ana Marta Nogueira. Ao longo do Seminário, mesas com diferentes assuntos estarão na programação. Na terça-feira, falarão de "A história sou eu", "Alianças Globais" e "Educação Antirracista". Na quarta-feira, "Territórios Esporte e Educação" e "Vidas Transformadas". A programação de quarta terá, também, a segunda parte do vídeo de retrospectiva, a apresentação "Agente do Esporte - IA de Esporte Educacional", iniciativa lançada no ano passado pelo IEE, e a palestra "Vidas Transformadas", que encerra o evento -, seguida de um momento de fechamento e agradecimentos (www.esporteeducacao.org.br/).

Leia a coluna completa na página 3

News@TI

Reprodução: https://www.sympla.com.br/evento/hipartners-pos-nrf-2026/3240768



HiPartners realiza evento pós-NRF 2026 com líderes do varejo no Cubo Itaú

A HiPartners promove no dia 4 de fevereiro, das 8h às 13h, no Cubo Itaú, em São Paulo, um encontro exclusivo pós-NRF 2026 voltado a executivos e profissionais do varejo interessados em conhecer os principais insights do maior evento global do setor traduzidos para a realidade brasileira. A proposta do evento é ir além do resumo de tendências e discutir, com profundidade, o que de fato pode ser aplicado no curto e médio prazo pelas empresas que operam no país. A programação começa com credenciamento e welcome coffee, seguido pela abertura oficial da HiPartners. Na sequência, Eduardo Terra, sócio da gestora, apresenta uma leitura analítica dos principais aprendizados da NRF 2026, conectando temas como tecnologia, experiência do consumidor e novos modelos de negócio ao contexto do varejo nacional. O evento também reserva espaço para inovação aplicada, com o bloco Startup Hub & Innovation Lab, conduzido por Grasiela Tesser, sócia da NL (https://www.sympla.com.br/evento/hipartners-pos-nrf-2026/3240768).

Leia a coluna completa na página 2

Política

Eleitor não é bobo

Por Gaudêncio Torquato



Leia na página 2