



Alemedia_id_CANVA

ATÉ ONDE VAI?

IA NÃO PENSA SOZINHA: POR QUE EMPRESAS ESTÃO REVENDO O USO DA TECNOLOGIA

CEO da Everflow mostra como a empresa aproveitou os avanços em IA para melhorar o que ela tem de mais importante: o capital humano.

Quando o futuro do trabalho é discutido hoje, a conversa muitas vezes gira em torno de robôs substituindo humanos e de algoritmos “fazendo tudo sozinhos”. Em meio a promessas de eficiência extrema e manchetes sobre automação total, cresce também a ansiedade de profissionais e empresas que tentam entender até onde vai o papel da tecnologia e onde começa, de fato, o valor humano.

"Na nossa visão, o problema não é a IA em si, mas a forma como ela vem sendo apresentada ao mercado. Quando teve o boom da inteligência artificial, muita gente começou a achar que ela ia fazer tudo sozinha, que bastava perguntar e pronto. Na nossa visão, isso é um equívoco. A IA precisa ser muito bem guiada para entregar as respostas corretas, e é o humano quem faz isso", afirma Augusto Lyra, CEO da Everflow.

Para a empresa especializada em soluções tecnológicas de gestão empresarial, a resposta passa longe dos discursos simplistas. Inserida nessa transformação digital, a empresa defende uma abordagem mais pragmática, como usar inteligência artificial para ampliar capacidades humanas, não para eliminá-las.

"A gente enxerga a IA como um meio, nunca como um fim. O verdadeiro valor está em como ela libera tempo, reduz erros operacionais e permite que as pessoas foquem no que é estratégico, criativo e decisivo para o negócio".

Esse posicionamento nasce da própria realidade do mercado em que a empresa está inserida, como o setor de tecnologia para gestão empresarial e ERPs, que atende companhias pressionadas por ganhos de eficiência, margens cada vez mais apertadas e clientes mais exigentes. São operações que envolvem múltiplas frentes, do comercial ao suporte técnico, da implantação de sistemas ao desenvolvimento de software, e que exigem integração constante entre áreas.

"É um ambiente de alta complexidade em que as empresas precisam ser rápidas, eficientes e, ao mesmo tempo, manter qualidade no atendimento. Então, prometer uma automação total pode até soar sedutor, mas dificilmente é sustentável no longo prazo", destaca o CEO.

Os números mostram que a tecnologia substitui tarefas, mas também cria novas oportunidades. Um relatório do World Economic Forum (WEF, 2025) projeta que até 92 milhões de empregos podem ser substituídos por IA e automação até 2030, enquanto 170 milhões de novas funções devem ser criadas, resultando em um ganho líquido de 78 milhões de empregos globalmente.



Augusto Lyra, CEO da Everflow

O verdadeiro valor está em como ela libera tempo, reduz erros operacionais e permite que as pessoas foquem no que é estratégico, criativo e decisivo.

Nos Estados Unidos, a SHRM Automation/AI Survey 2025 indica que 7,8% dos empregos já têm metade das tarefas realizadas com apoio de IA generativa, evidenciando como a automação já se integra ao dia a dia profissional sem necessariamente gerar demissões imediatas. Ao mesmo tempo, cerca de 40% dos empregadores esperam reduzir partes da força de trabalho ao introduzir IA em funções automatizáveis, apontando para a substituição de tarefas mais repetitivas.

No campo do retorno financeiro, 74% das empresas que utilizam IA generativa relatam ROI positivo no primeiro ano, e 86% registram aumento de receita de pelo menos 6%, segundo levantamento do Google Cloud. Além disso, o mercado global de IA generativa está projetado para atingir US\$ 1,3 trilhão até 2032, abrangendo aplicações

que vão de atendimento ao cliente à análise de dados complexa, segundo estimativas da Bloomberg Intelligence.

Mas a simples presença de IA não garante impacto positivo; tudo depende de como ela é integrada ao fluxo de trabalho.

"No boom da IA, houve uma onda de otimismo exagerado", lembra Augusto Lyra. "Muita gente achou que nem precisava mais pensar, que a IA pensaria por nós." Essa expectativa irreal, segundo ele, ignora que a IA precisa de orientação humana para ser efetiva. Só com contexto e direcionamento é que ela gera respostas corretas e relevantes.

"Quando você usa IA do jeito certo, você não substitui gente, você eleva o nível das pessoas. Elas passam a gastar menos tempo executando e mais tempo pensando, analisando, criando soluções para o cliente. É aí que mora a verdadeira transformação", reforça.

Na prática, a Everflow estruturou sua estratégia de uso da tecnologia justamente para evitar esse ruído entre discurso e realidade. Dentro da companhia, a IA é aplicada em pilares bem definidos — vendas, customer success (sucesso do cliente) e desenvolvimento — com o objetivo de transformar profissionais em agentes mais preparados, analíticos e consultivos ao longo de toda a jornada do cliente.

No comercial, a tecnologia atua desde a qualificação de leads, por meio de modelos de lead scoring que identificam se o contato tem o perfil ideal (ICP), até a preparação dos consultores antes das reuniões, com análises sobre o setor em que o potencial cliente opera. "Após as conversas, a ferramenta consegue mapear os principais pontos de dor, como gargalos na gestão de estoque, e ajuda a personalizar as propostas comerciais de forma muito mais assertiva", afirma Lyra.

No Customer Success, onde a implantação de um ERP costuma ser um processo complexo e sensível, a empresa aposta no conceito de "consultoria escalável". A IA é usada para otimizar o tempo dos especialistas, gerar resumos automáticos, checklists e identificar lacunas de entendimento nas reuniões, além de analisar o tom das interações e possíveis sinais de tensão ou insegurança por parte do cliente. No suporte técnico, em vez de substituir o contato humano, a tecnologia atua como assistente do time, ajudando a estruturar respostas rápidas e claras, evitando que usuários com pouco conhecimento técnico se sintam perdidos em interações puramente automatizadas.

Já no desenvolvimento de software, especialmente para a equipe de engenharia, a IA se tornou uma alavanca direta de produtividade. Quando guiada por profissionais que dominam a lógica, os processos e a estrutura do negócio, a tecnologia acelera a escrita de código, automatiza testes e apoia análises internas, transformando tarefas operacionais em tempo liberado para decisões arquiteturais e estratégicas.

"Clientes são pessoas, não tickets de suporte. Quando você joga alguém sem preparo técnico para interagir só com robôs, a frustração vem rápido. A gente acredita em um modelo em que a IA trabalha nos bastidores, fortalecendo o time humano e não empurrando o cliente para uma experiência fria e confusa", afirma o CEO da Everflow.

Essa lógica se reflete na própria cultura interna da empresa. Em vez de enxergar a IA como uma ameaça às equipes, a Everflow a posiciona como um acelerador de produtividade e qualidade: uma ferramenta que organiza dados, resume reuniões, identifica padrões, sugere caminhos, enquanto a tomada de decisão, a leitura estratégica e a relação com o cliente continuam nas mãos dos profissionais.

"Quem entende o negócio do cliente são as pessoas. A IA entra para estruturar informações, cruzar dados e acelerar análises, não para decidir sozinha. A estratégia continua sendo humana", afirma Lyra.

"Estamos entrando numa fase em que o mercado deixa de se encantar com slogans e passa a exigir impacto real. A próxima onda da IA corporativa não será sobre substituir profissionais, mas sobre redefinir como eles trabalham, elevar o grau de especialização das equipes e construir empresas mais resilientes, produtivas e preparadas para crescer de forma sustentável", resume o executivo.



PhonlmaPhotos_Images_CANVA