

MUITA GENTE AINDA NÃO PERCEBEU

CINCO

▶▶▶ [Leia na página 8](#)

MUDANÇAS
RADICAIS
PELAS QUAIS
O MERCADO
DE TRABALHO
ESTÁ PASSANDO



A nova corrida das montadoras acontece na inteligência artificial

Casos recentes de Volkswagen, BMW e Stellantis mostram como a IA já está redesenhando a indústria global

Quem viu a Volkswagen recriar, com o auxílio da inteligência artificial, um encontro entre Elis Regina e Maria Rita durante as comemorações de seus 70 anos no Brasil certamente reagiu com um “uau”.

Após três anos, ações como essa se tornaram comuns.

Para Matheus Miranda, CIO da IRRAH Tech, o episódio ajuda a ilustrar uma mudança mais ampla. “O que para muitos parece apenas uma ação de marketing é, na verdade, um reflexo da forma como a inteligência artificial vem sendo incorporada às operações das empresas. Trata-se de uma transformação estrutural que já impacta diferentes setores da economia, incluindo o automotivo”, afirma.

Nos últimos meses, a própria Volkswagen anunciou o uso da tecnologia em áreas que vão desde assistentes virtuais embarcados até sistemas avançados de direção automatizada. Já a BMW anunciou o início de projetos para utilização de robôs humanoides apoiados por inteligência artificial em suas linhas de produção na Europa, e a Stellantis (dona de marcas como Jeep, Fiat, Peugeot e Citroën) firmou uma parceria estratégica de cinco anos com a Microsoft para desenvolver mais de uma centena de iniciativas baseadas em inteligência artificial.

No Brasil, a inteligência artificial já começa a ser vista menos como uma ferramenta e mais como uma camada essencial da infraestrutura que sustenta os negócios.

Uma pesquisa conduzida pela Meta em parceria com a Fundação Dom Cabral (FDC) mostrou que 82,5% dos CEOs e executivos entrevistados classificam a IA como relevante para seus negócios. Desse total, 34,2% a consideram importante, 30% muito importante e 18,3% extremamente importante.

A “Pesquisa Inteligência Artificial Aplicada à Estratégia”, realizada com mais de 100 líderes de empresas brasileiras e multinacionais distribuídas em 20 setores da economia, revela, porém, um paradoxo. Embora a maioria das or-



Divulgação

Cristiano Buss

“Muitas [empresas] reconhecem o valor da inteligência artificial, mas ainda não possuem estrutura, equipe ou orçamento para desenvolver soluções proprietárias.

ganizações reconheça a importância estratégica da tecnologia, 43,3% destinam menos de 1% de seus orçamentos para iniciativas de inteligência artificial. Além disso, 42,7% apontam a falta de conhecimento especializado como principal barreira para avançar na adoção da tecnologia. Integração com sistemas legados, custos de implementação, segurança e conformidade também aparecem entre os principais desafios.

“Esse cenário ajuda a explicar uma característica cada vez mais presente nas empresas brasileiras: muitas reconhecem o valor da inteligência artificial, mas ainda não possuem estrutura, equipe ou orçamento para desenvolver soluções proprietárias. A adoção, portanto, tende a acontecer por meio de plataformas já prontas, capazes de conectar IA aos processos de negócio sem exigir grandes estruturas internas de desenvolvimento”, diz Miranda.

Segundo o especialista da IRRAH, em vez de investir anos no desenvolvimento de modelos próprios ou na formação de equipes altamente especializadas, muitas empresas têm optado por soluções já disponíveis no mercado, capazes de acelerar a adoção da inteligência artificial e reduzir as barreiras de entrada. A estratégia permite transformar rapidamente recursos antes restritos às grandes corporações em ferramentas acessíveis para operações de diferentes portes e segmentos.

Ele cita como exemplo o GPT Maker, desenvolvido pela empresa, uma plataforma que permite criar agentes de inteligência artificial treinados com informações específicas de cada negócio. Na prática, as empresas podem alimentar o sistema com documentos, manuais, políticas internas, catálogos de produtos, perguntas frequentes e bases de conhecimento próprias para que a IA responda de forma contextualizada e alinhada à realidade da organização. A solução também se integra a canais como WhatsApp, Instagram, TikTok, sites, CRMs e APIs corporativas, permitindo que os agentes atuem em diferentes etapas da jornada do cliente, desde o atendimento inicial até o suporte e acompanhamento pós-venda.

“Em vez de aplicações isoladas, como chatbots básicos ou automações restritas a tarefas repetitivas, a inteligência artificial passa a ser incorporada diretamente ao núcleo das operações. Isso significa atuar sobre fluxos inteiros, cruzar dados de diferentes áreas e influenciar decisões com base em contexto, histórico e comportamento, sem rupturas na jornada”, afirma o executivo.

O impacto dessa transição é visível, sobretudo, nas áreas de atendimento e relacionamento com o cliente, tradicionalmente marcadas por processos fragmentados, múltiplos canais e alta dependência de interações humanas.

“O GPT Maker, por exemplo, possibilita a criação de agentes de IA personalizados conforme as necessidades de cada negócio. Eles são capazes de aprender com as interações, adaptar a comunicação e tomar decisões alinhadas aos objetivos da empresa”, destaca o CIO. “Nesse estágio de maturidade, compreender a IA apenas como uma ferramenta é insuficiente. Agora, será preciso enxergá-la como um elemento fundamental da arquitetura digital, capaz de reconfigurar não apenas processos, mas a própria lógica de funcionamento do mercado”, conclui o executivo.

O papel humano na qualidade digital é insubstituível e ignorar é um risco

A automação avançou, os dados se multiplicaram e a inteligência artificial passou a fazer parte da rotina de quem trabalha com produtos digitais. ▶▶▶

Do hackathon ao esquecimento: por que inovação não escala em muitas empresas?

O Brasil investe hoje 1,19% do Produto Interno Bruto (PIB) em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), segundo dados recentes do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação. ▶▶▶

Empreender sem IA será como correr uma maratona de chinelo, dizem especialistas

Dizem que no Brasil o ano só começa depois do Carnaval. E o cenário para quem deseja abrir o próprio negócio no país, em 2026, é marcado por um paradoxo: ao mesmo tempo em que as barreiras tecnológicas diminuíram e estão mais acessíveis, a exigência por profissionalismo nunca foi tão alta. ▶▶▶

Por que tantas empresas avançam em tecnologia, mas não em maturidade digital

Empresas brasileiras nunca investiram tanto em tecnologia quanto nos últimos anos. A modernização ganhou status de prioridade estratégica e hoje, conselhos, diretorias e lideranças de negócio discutem temas como cloud, inteligência artificial, automação, dados e cibersegurança como fatores que estão ligados à competitividade e ao crescimento das organizações. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO
FINANCEIRO

faça a leitura do
QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

ipuwwadl_CANVA

Venture builder lança programa de gestão para lideranças executivas e empresários

Para debater mais sobre o tema, acontece em São Paulo, entre os dias 22 de agosto e 10 de outubro, a imersão Ambidestria Executiva, programa que reunirá 30 empresários e executivos para uma jornada de aproximadamente 50 horas de conteúdo, combinando encontros presenciais e online. Ao final da formação, cada participante deverá sair com um plano estruturado de transformação para aplicar em sua organização. O programa é organizado pela Lions Startups, venture builder com foco na incubação e aceleração de startups em diferentes segmentos da economia, e pretende mostrar como inteligência artificial, dados e ferramentas digitais podem apoiar a tomada de decisão e fortalecer uma visão sistêmica da empresa, permitindo que gestores preservem os resultados operacionais atuais enquanto estruturam um crescimento consistente para os próximos anos (<https://unilions.com.br/aplicacao>). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)



AutomationEdge User Conference 2026

@ A discussão sobre inteligência artificial nas empresas está entrando em uma nova etapa, em que depois de um primeiro ciclo marcado pela experimentação com ferramentas generativas, a atenção começa a se voltar para sistemas capazes não apenas de produzir respostas, mas de executar tarefas, conectar diferentes sistemas e conduzir etapas inteiras de um processo. É esse movimento que estará no centro da AutomationEdge User Conference 2026 – Brazil Edition, que acontece na próxima quarta-feira, dia 19, em São Paulo. Promovido pela AutomationEdge, fornecedora de soluções de Hyperautomação, o encontro reunirá executivos, especialistas, clientes e parceiros para discutir como a combinação entre RPA, inteligência artificial generativa e agentes inteligentes pode alterar a forma como as empresas operam (<https://www.sympla.com.br/evento/automationedge-user-conference-2026/3439405>). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Automóveis

Via
Digital
Motors

Por Lucia Camargo Nunes

▶▶▶ [Leia na página 4](#)