



geralt_de_Pixabay_CANVA

DESAFIO

IA FICOU MAIS ACESSÍVEL MAS EMPRESAS AINDA ESBARRAM NO DESPREPARO DAS PESSOAS

Adoção da inteligência artificial cresce no Brasil, mas capacitação, liderança e cultura organizacional passam a determinar se a tecnologia realmente aumenta a produtividade

A inteligência artificial está chegando a mais empresas brasileiras, mas contratar a tecnologia se mostrou apenas uma parte do desafio. A pesquisa TIC Empresas, divulgada pelo Cetic.br em junho de 2026, aponta que a proporção de companhias que utilizam IA no país passou de 13% em 2024 para 17% em 2025. Entre as grandes organizações, o índice chegou a 50%. Com ferramentas mais disponíveis, a discussão começa a mudar: o retorno do investimento depende cada vez mais de como funcionários e gestores aprendem a incorporar esses recursos à rotina.

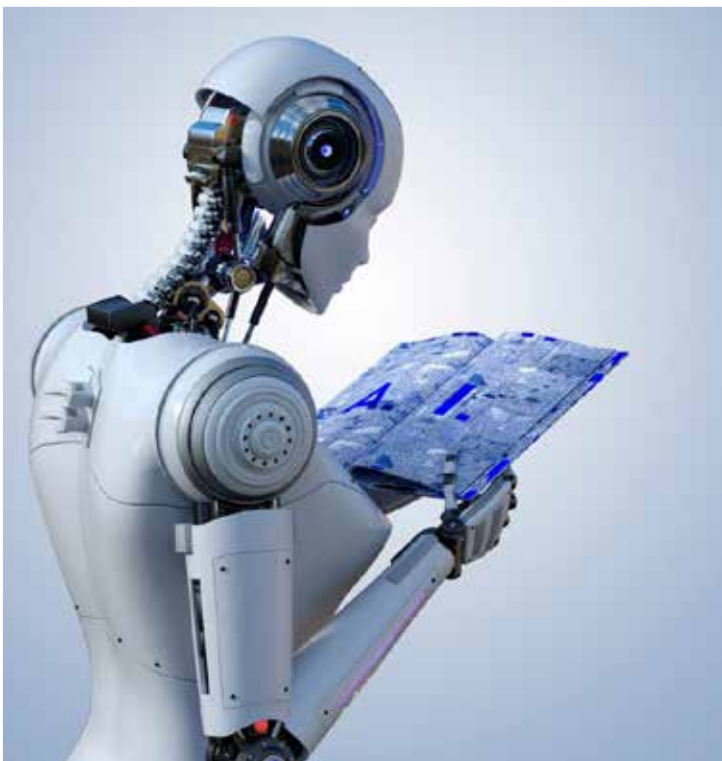
Para Bruno Omeltech, administrador, contador e especialista em gestão de pessoas, fundador e CEO da Omeltech, hub de educação corporativa especializado no desenvolvimento de jornadas de aprendizagem e capacitação para médias e grandes empresas, muitas companhias avançaram na aquisição de inteligência artificial antes de preparar as equipes para utilizá-la. “A inteligência artificial ficou mais acessível. O desafio agora é fazer com que as pessoas saibam onde ela realmente gera valor. Comprar a ferramenta é rápido. Mudar hábitos, preparar lideranças e desenvolver novas competências exige um processo muito mais profundo”, afirma.

Inteligência artificial acessível não significa produtividade imediata

A disseminação da tecnologia já alcança negócios menores. De acordo com o Cetic.br, entre as empresas com 10 a 49 pessoas ocupadas, o uso de inteligência artificial aumentou de 10% para 15% entre 2024 e 2025.

Ter acesso, porém, não significa necessariamente produzir mais ou melhor. O Work Trend Index 2026, da Microsoft, ouviu 20 mil profissionais que utilizam IA em dez países, incluindo o Brasil, e identificou que fatores organizacionais, como cultura, apoio dos gestores e desenvolvimento de talentos, têm duas vezes mais peso no impacto relatado da tecnologia do que o esforço individual isolado.

O levantamento mostra ainda que somente 26% dos entrevistados consideram que a liderança de suas organizações está clara e consistentemente alinhada em relação à inteligência artificial.



ankarb_CANVA

A diferença ajuda a explicar uma situação que começa a aparecer dentro das empresas: funcionários recebem acesso às mesmas ferramentas, mas utilizam a tecnologia de formas muito diferentes. Alguns incorporam a IA à análise de dados, elaboração de documentos, atendimento ou planejamento. Outros permanecem restritos a tarefas pontuais porque não sabem quais processos podem ser modificados ou quais limites precisam ser respeitados. “Entregar uma ferramenta sem mudar a forma de trabalhar pode simplesmente acrescentar mais uma plataforma à rotina. Para gerar produtividade, a empresa precisa mostrar onde a IA entra no processo, quais problemas pode resolver, como os resultados serão avaliados e onde a decisão continua sendo humana”, diz Bruno.

Cultura organizacional virou parte da estratégia de IA

O desafio também coloca as lideranças no centro da adoção

da inteligência artificial. Se gestores não compreendem como a tecnologia pode modificar processos, dificilmente conseguem orientar as equipes sobre quando utilizá-la ou identificar atividades que poderiam ser redesenhadas.

É por isso que a transformação não se limita às áreas de tecnologia. Comercial, financeiro, atendimento, recursos humanos, comunicação e gestão já utilizam sistemas capazes de pesquisar informações, produzir documentos, organizar dados e automatizar etapas do trabalho.

Na avaliação do CEO da Omeltech, o erro está em tratar a implantação da IA como uma decisão exclusivamente tecnológica. “Quando a inteligência artificial entra na empresa, ela muda processos, responsabilidades e até a maneira como algumas decisões são tomadas. Por isso, não é um projeto apenas de tecnologia. É também um projeto de pessoas e liderança”, afirma.

Há mais de 12 anos atuando com educação corporativa e desenvolvimento de pessoas, Bruno participou de projetos que já impactaram mais de 300 mil profissionais no Brasil, Estados Unidos, América Latina e Europa. Sua atuação acompanha justamente a mudança na forma como empresas estruturam aprendizagem, reskilling e upskilling diante da transformação do trabalho.

Aprendizagem contínua entra na conta da produtividade

A necessidade de capacitação tende a crescer conforme a inteligência artificial assume novas funções. Em março de 2026, a McKinsey apontou que aprendizagem e desenvolvimento precisam deixar de funcionar como atividades separadas do trabalho para se tornar parte permanente da rotina profissional.

A consultoria cita estimativa do Fórum Econômico Mundial de que 59% da força de trabalho mundial precisará de treinamento até 2030.

Isso significa que ensinar funcionários a utilizar inteligência artificial não se resume a apresentar ferramentas ou comandos. A formação passa também por aprender a formular problemas, conferir informações, identificar erros, avaliar riscos e decidir quando uma tarefa deve ou não ser delegada à tecnologia.

“Treinamento em inteligência artificial não pode ser uma aula isolada sobre como escrever comandos. As ferramentas mudam muito rápido. O que precisa permanecer é a capacidade das pessoas de aprender, questionar, testar e aplicar a tecnologia aos problemas reais da empresa”, afirma Bruno.

Esse processo também exige acompanhamento. Se novas ferramentas são incorporadas continuamente, treinamentos realizados uma vez por ano tendem a perder eficiência diante da velocidade das mudanças.

O custo que não aparece na assinatura da ferramenta

A popularização da inteligência artificial reduz uma das antigas barreiras de entrada para empresas: o acesso à tecnologia. Em contrapartida, torna mais evidente um investimento menos imediato, relacionado à preparação das pessoas que vão utilizá-la.

Para Bruno, é justamente nessa etapa que estará parte importante da diferença entre simplesmente adotar IA e conseguir retorno sobre ela. “A tecnologia pode ser contratada em poucos minutos. Construir uma cultura em que as pessoas saibam usar inteligência artificial com propósito leva mais tempo. O custo que muitas empresas ainda não colocaram na conta é o da preparação humana”, afirma.

Com a expansão da IA nos negócios, a produtividade passa, portanto, a depender de uma combinação que vai além do software: tecnologia disponível, liderança preparada, processos redesenhados e profissionais capazes de aprender continuamente. A ferramenta ficou mais fácil de comprar. Transformá-la em resultado ainda depende de quem está do outro lado da tela.



ARTIST_CANVA