



SEGURANÇA DIGITAL

CIBERSEGURANÇA SAI DA SALA DE TI E VIRA O RISCO NÚMERO UM NA AGENDA DOS CEOS

Leia na página 8

Inteligência artificial sem empatia pode fazer sua empresa perder clientes

Empresas aceleram a automação do atendimento, mas especialistas alertam que reduzir o contato humano pode comprometer a experiência e a fidelização

Divulgação

A inteligência artificial no atendimento ao cliente já facilita a experiência para metade dos consumidores, mas 87% consideram essencial ter acesso a uma pessoa quando a tecnologia é usada no suporte, segundo pesquisa da Gartner divulgada em agosto de 2026, com 3.566 clientes. O avanço da automação coloca as empresas diante de um desafio que vai além da produtividade: ganhar velocidade na operação sem tornar a relação com o consumidor impessoal e comprometer a fidelização.

Alexandre Slivnik, especialista em experiência do cliente e liderança, diretor executivo do IBEX, instituto sediado em Orlando voltado ao desenvolvimento de líderes e à excelência empresarial, avalia que o problema não está no uso da tecnologia, mas na forma como ela é incorporada à jornada de consumo. “A inteligência artificial deve servir para potencializar o humano, não para eliminar as pessoas. Quando a IA libera tempo, organiza processos e ajuda as equipes a se conectarem melhor com os clientes, ela deixa de ser apenas eficiência e passa a fazer parte do encantamento”, afirma.

A adoção da tecnologia pelas empresas já avançou. Levantamento da Five9 publicado em junho de 2026 aponta que 92% das organizações pesquisadas implementaram ou testaram aplicações de IA no atendimento ao cliente. Embora 80% dos consumidores aceitem utilizar serviços apoiados pela tecnologia, dois terços ainda preferem conversar com uma pessoa.

Para o especialista, os números mostram que a resistência não está necessariamente na inteligência artificial. O problema surge quando a automação deixa de simplificar a jornada e passa a dificultar a solução de situações que exigem contexto, interpretação ou autonomia. “Tecnologia é meio, não fim. Modelos automatizados podem trazer rapidez, mas o relacionamento continua sendo determinante para construir confiança e lealdade”, ressalta.

Quando automatizar deixa de ser eficiência

Agendamentos, consultas sobre pedidos,



Alexandre Slivnik

“A inteligência artificial deve servir para potencializar o humano, não para eliminar as pessoas.

confirmações e dúvidas recorrentes podem ser resolvidos rapidamente pela inteligência artificial. Reclamações sensíveis, negociações, exceções e problemas fora do fluxo previsto, porém, exigem escuta, empatia e capacidade de decisão.

A diferença aparece no estudo The State of Customer Experience 2026, da Verint, realizado com 5 mil consumidores nos Estados Unidos. O levantamento mostrou que 61% preferem conversar com uma pessoa, mas 69% aceitariam trocar o atendimento humano por um serviço automatizado se ele resolvesse completamente o problema. A qualidade da experiência também pesa sobre a retenção: 79% afirmaram que poderiam migrar para um concorrente após uma única interação negativa.

Na avaliação de Slivnik, a discussão não deve ficar restrita à disputa entre pessoas e máquinas. “Tenho muito mais medo de humanos robôti-

zados do que de robôs humanizados. Muitas empresas se preocupam com o avanço da tecnologia, mas também transformam pessoas em atendentes presos a roteiros, sem empatia e sem presença. Automação facilita processos, mas relacionamento constrói vínculo”, destaca.

Quanto mais tarefas operacionais forem absorvidas pela IA, maior tende a ser a importância da inteligência emocional das equipes. Os profissionais passam a concentrar justamente os casos que exigem negociação, leitura de contexto e compreensão do que está por trás da solicitação feita pelo consumidor.

Atendimento humanizado ganha valor com o avanço da IA

A transformação também passa pela cultura organizacional. Automatizar um atendimento burocrático não corrige as falhas da jornada e pode apenas ampliar sua escala. Para Slivnik, a tecnologia precisa refletir os princípios que orientam a relação da empresa com consumidores e colaboradores.

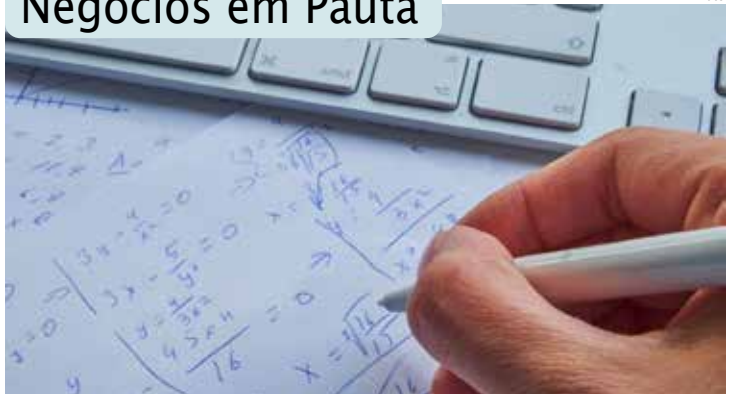
“A experiência do consumidor é consequência direta da cultura. São as crenças, as atitudes e os comportamentos internos que determinam como o cliente será tratado. Sem uma cultura clara e viva, qualquer investimento em tecnologia corre o risco de virar apenas ferramenta”, explica o especialista.

A inteligência artificial também muda a função de quem trabalha diretamente com o público. Quando sistemas assumem atividades repetitivas, as equipes podem dedicar mais tempo às interações nas quais o atendimento humanizado agrega valor. A mudança exige treinamento, autonomia e lideranças capazes de equilibrar indicadores de produtividade com qualidade de relacionamento.

Para Alexandre, empresas que tratam a IA apenas como ferramenta para reduzir tempo ou custos podem perder uma oportunidade de melhorar a experiência do cliente. “Eficiência é importante, mas não pode ser o único critério. O cliente precisa resolver o problema e perceber que existe uma empresa disposta a ouvir quando a situação exige. Inteligência artificial, atendimento humanizado e cultura organizacional precisam funcionar juntos. É esse equilíbrio que protege o relacionamento e a fidelização”, conclui.

Negócios em Pauta

Envato



IV Workshop Online do PROFMAT terá três dias de programação científica

A quarta edição do Workshop Online do Programa de Mestrado em Matemática em Rede Nacional – PROFMAT será realizada entre os dias 17 e 19 de setembro de 2026. Promovido integralmente de forma virtual, o evento reúne pesquisadores, docentes, estudantes e egressos do programa em uma programação voltada à troca de experiências, à divulgação de pesquisas e à discussão de temas relacionados à Matemática e ao seu ensino na Educação Básica. Ao longo dos três dias, o workshop contará com palestras, minicursos e sessões destinadas à apresentação de trabalhos concluídos ou em desenvolvimento. Entre os temas contemplados nas sessões de trabalhos estão conteúdos curriculares de Matemática em diferentes níveis educacionais, abordagens etnomatemáticas e inclusivas, formação de professores, interdisciplinaridade no ensino, recursos didáticos e aplicação de tecnologias em sala de aula (<https://sites.google.com/view/ivworkshopdoprofmat/home?authuser=0&pli=1>). [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Divulgação



Blusoft abre inscrições para 8ª edição do OktoberTech em Blumenau

Blumenau se prepara para mais uma edição do OktoberTech, evento que conecta tecnologia, negócios e inovação ao clima descontraído da Oktoberfest. Organizado pela Blusoft-ACATE, o encontro chega à 8ª edição com uma programação gratuita voltada à troca de experiências, ao networking e à discussão de temas que impactam o mercado e o futuro da tecnologia. A expectativa é reunir mais de 2 mil participantes ao longo dos quatro dias de atividades. A abertura oficial será realizada no dia 7 de outubro, no Centro de Inovação Blumenau (CIB), e terá como convidado Claudio Marinho, engenheiro urbanista e cofundador do Porto Digital, considerado um dos principais ambientes de inovação do Brasil e referência internacional em desenvolvimento de ecossistemas de tecnologia. Durante sua participação, Marinho vai compartilhar a experiência de criação e expansão do espaço localizado em Recife (PE), abordando os caminhos para construir um ambiente de inovação com crescimento sustentável e capacidade de gerar impacto econômico e social (<https://www.sympla.com.br/producao/oktobertech2026>). [Leia a coluna completa na página 2](#)

Em um mercado de US\$ 4 trilhões, a geopolítica decide para onde vai o dinheiro do M&A

Tarifas, sanções, conflitos armados e a disputa por tecnologia entram na conta do valuation e estão redesenhando a lógica de comprar e vender empresas. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Respostas no WhatsApp Business: especialista dá dicas de como diminuir o impacto financeiro

Mais de 5 milhões de empresas serão afetadas pela nova cobrança da Meta. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Black Friday e Natal se aproximam e varejo entra na corrida para evitar que filas custem vendas

Depois de uma Black Friday com forte crescimento no volume de pedidos e de um Natal que movimentou mais de R\$ 72 bilhões em 2025, preparação para os picos de consumo passa também pela capacidade de atendimento. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Brasil registra mais de 6 mil empresas em recuperação judicial no 1º semestre

Mais de 6,3 mil empresas brasileiras estavam em recuperação judicial no primeiro semestre de 2026, de acordo com o Monitor RGF-BizDoc. Para bancos, credores, escritórios de advocacia e grandes empresas, esse número é um alerta de que identificar riscos apenas quando o processo chega à Justiça pode significar agir tarde demais. [Leia a coluna completa na página 2](#)

Para informações sobre o

MERCADO
FINANCEIRO

faça a leitura do
QR Code com seu celular



A Mente do Cliente

Quanto custa ensinar o cérebro do seu cliente a não confiar em você?



Neiva Mendes

[Leia na página 5](#)

A Outra Sala

Quem inventou o jeito certo de parecer competente?



Ana Luisa Winckler

[Leia na página 4](#)