



A pressa para adotar IA expõe um problema anterior à tecnologia

Empresas avançam em automação e inteligência artificial enquanto ainda enfrentam desafios de processos, dados e alinhamento sobre os resultados esperados

Adoção acelerada da inteligência artificial por empresas no Brasil e no mundo tem colocado em evidência um desafio que antecede a escolha de ferramentas. Em meio à busca por eficiência, automação e novos recursos, organizações de diferentes setores têm incorporado IA às operações sem revisar fluxos, organizar dados e definir com clareza quais resultados esperam alcançar.

Esse descompasso aparece no debate entre os próprios responsáveis pelo desenvolvimento da tecnologia. Dario Amodei, CEO da Anthropic, publicou um artigo divulgado no último sábado (12) pelas redes sociais defendendo mais cautela no ritmo de desenvolvimento da IA. Segundo ele, sem mecanismos de controle compatíveis com essa evolução, a tecnologia pode avançar além da capacidade humana de compreendê-la e supervisioná-la. O alerta recebeu o apoio de nomes como Sam Altman, da OpenAI, Elon Musk, da xAI, e Demis Hassabis, da Google DeepMind, concorrentes da Anthropic que convergiram nesse ponto.

Dentro das empresas, em uma escala diferente, a questão passa por uma lógica semelhante. A velocidade de adoção pode superar a capacidade da organização de preparar processos, dados e objetivos para acompanhar a tecnologia. Quando isso acontece, a IA passa a operar sobre estruturas que ainda carregam problemas anteriores à sua implementação.

A adoção avança, mas a estrutura ainda acompanha

Em meio à corrida por eficiência e automação, empresas de diferentes setores têm incorporado IA às operações sem revisar fluxos, definir objetivos claros ou alinhar expectativas sobre os resultados. A sequência das etapas interfere diretamente no que a tecnologia consegue entregar. Quando um processo apresenta falhas e recebe uma nova ferramenta sem passar por uma revisão, essas falhas podem ganhar escala e se repetir com maior velocidade.



“O que acontece muitas vezes é que a empresa compra a tecnologia pensando que ela vai resolver um problema que, na verdade, ainda precisa ser organizado

Uma pesquisa do Procurement Club com CPOs e CSCOs, publicada este ano, mostra que 47% das empresas ainda precisam resolver gaps de processos e dados antes de avançar com IA em suas cadeias de suprimento, enquanto 56% classificam como baixo o nível de interconexão entre IA, sistemas e processos, com aplicações ainda isoladas e dependentes de intervenção humana.

O Global Tech Report 2026, da KPMG, apresenta um cenário semelhante em outras áreas das empresas. Praticamente todas as companhias brasileiras entrevistadas afirmam já ter implementado automação e IA, mas 45% dos executivos dizem ter múltiplos projetos de IA funcionando de forma desconectada entre si.

Os números ajudam a explicar por que a discussão sobre tecnologia também passa pela forma como as empresas estruturam seus projetos. Ter diferentes soluções em funcionamento não significa, necessariamente, que elas estejam integradas aos processos ou respondendo aos mesmos objetivos.

Quando cliente e fornecedor entendem resultados diferentes

Esse descompasso também aparece na relação entre empresas e fornecedores de tecnologia. Em projetos desse tipo, cliente e fornecedor podem chegar ao fim de uma mesma iniciativa com percepções diferentes sobre o resultado alcançado. Segundo Marcus Garcia, diretor comercial da Konia Tecnologia e especialista em inovação, essa diferença muitas vezes começa antes da execução, quando as duas partes estabelecem expectativas diferentes sobre o que será entregue.

"O cliente parte daquilo que precisa resolver no dia a dia. O fornecedor parte daquilo que foi definido no projeto. Quando essas duas visões não estão alinhadas, pode existir uma diferença grande entre entregar o que foi contratado e resolver o problema que motivou a contratação. Por isso, o alinhamento precisa acontecer antes da tecnologia entrar em cena", explica.

Na avaliação de Garcia, esse tipo de situação ajuda a entender um problema que também aparece na adoção de IA. A tecnologia pode cumprir aquilo para o qual foi configurada, mas o resultado depende de como a empresa definiu o problema, estruturou o processo e estabeleceu o que espera alcançar. Quando essas etapas não estão claras, a ferramenta pode até funcionar conforme o planejado e ainda assim não produzir o efeito esperado pelo negócio.

"Se o processo está mal definido, a tecnologia vai seguir aquele processo. Ela pode até deixar tudo mais rápido, mas não vai decidir sozinha o que a empresa deveria estar fazendo", afirma.

Para o especialista, essa questão ganha importância à medida que as empresas ampliam o uso de IA. Com mais ferramentas entrando nas operações, aumenta também a necessidade de entender onde elas serão aplicadas, quais sistemas precisam conversar entre si e quais resultados devem ser acompanhados.

Essa perspectiva ajuda a conectar os desafios apontados pelas pesquisas com o cotidiano dos projetos de tecnologia. As dificuldades de integração entre IA, sistemas e processos aparecem, na prática, quando diferentes soluções são implementadas sem que exista uma definição comum sobre o problema que cada uma deve resolver ou sobre como seus resultados serão avaliados.

Negócios em Pauta

Reprodução/Cisco



Inscrições para 5 mil bolsas profissionalizantes do programa CiberEducação

Continuam até o dia 4 de outubro as inscrições para o programa CiberEducação Cisco Brasil, iniciativa líder na formação em cibersegurança do país. Qualquer pessoa pode participar e o interessado começa por um curso online gratuito de seis horas, sem necessidade de conhecimento técnico prévio. Depois dessa etapa, os estudantes concluintes concorrem a uma das 5 mil bolsas de estudo profissionalizante gratuitas. As inscrições para a primeira fase, a Maratona CiberEducação, podem ser feitas no site oficial do programa CiberEducação Cisco Brasil. Nesta edição, os participantes terão acesso ao curso introdutório de seis horas "Sensibilização para a Segurança Digital", que aborda, de forma prática e acessível, temas como prevenção contragolpes, criação de senhas seguras e protocolos essenciais de segurança digital (https://www.cisco.com/c/pt_br/brasil-digital-e-inclusivo/cibereducacao.html?utm_source=chatgpt.com). ➡➡➡ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Gabriel Pinheiro / SENAI



Inova Talentos oferece bolsas de até R\$ 12 mil em 304 vagas para pesquisadores

@Bolsas de até R\$ 12 mil estão entre os atrativos das 304 oportunidades abertas pelo programa Inova Talentos, do Instituto Euvaldo Lodi (IEL), para profissionais interessados em atuar em projetos de pesquisa, desenvolvimento e inovação (PD&I). As vagas aproximam pesquisadores de empresas e indústrias nacionais e multinacionais em diferentes áreas do conhecimento e níveis de formação, da graduação ao doutorado. "Com o Inova Talentos, conectamos profissionais qualificados aos desafios reais da indústria", afirma Sarah Saldanha, superintendente do IEL Nacional. Os projetos têm duração de até 12 meses, com possibilidade de prorrogação por igual período e incluem modelos de trabalho presencial, híbrido e remoto. Os interessados devem procurar o IEL de seu estado para consultar as oportunidades disponíveis, os requisitos de cada função e as etapas dos processos seletivos (<https://iel.pandape.infojobs.com.br/>). ➡➡➡ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Falta de estratégia no PDV, o erro mais comum das lojas físicas que ninguém fala

Na busca desenfreada para aumentar a rentabilidade e conquistar consumidores mais exigentes, muitos varejistas ainda concentram seus esforços em promoções, campanhas e novos produtos. ➡➡➡

O erro que pode comprometer a sucessão de uma empresa familiar

Centralização das decisões, falta de indicadores e resistência a mudanças podem transformar a preservação do legado em obstáculo para a continuidade do negócio. ➡➡➡

Algoritmos e emoções: o que está por trás da compra de flores no varejo?

Comprar flores é, muitas vezes, uma decisão que começa antes da escolha do produto. Há uma ocasião, uma relação, uma intenção e, em muitos casos, uma emoção que antecede a compra. ➡➡➡

A IA conversacional é o novo UX de venda

Durante mais de duas décadas, a evolução do comércio eletrônico foi guiada por uma mesma obsessão: reduzir atritos na jornada de compra. Empresas investiram bilhões de reais para tornar sites mais rápidos, aplicativos mais intuitivos, buscas mais eficientes e processos de checkout mais simples. ➡➡➡

Para informações sobre o

MERCADO
FINANCEIRO

faça a leitura do
QR Code com seu celular



Política

Toga jogada na bancada

Heródoto Barbeiro



➡➡➡ [Leia na página 2](#)

Economia da Criatividade

O Professor como Co-Influenciador da Escolha Profissional: Uma Oportunidade Ainda Pouco Explorada pelo Marketing Educacional
Carol Olival



➡➡➡ [Leia na página 6](#)