www.netjen.com.br
ISSN 2595-8410

Quarta-feira,
18 de novembro de 2026

Ano XXII - Nº 5.711

# Empresas & Negócios




Warchi_CANVA



EXPERIÊNCIA ACUMULADA

## COMO A CONTABILIDADE BRASILEIRA SE TORNOU UMA RIQUEZA NACIONAL E PODE SER EXPORTADA

Leia na página 8

## A IA não substitui pessoas; ela redefine o que fazemos no trabalho

O avanço da inteligência artificial reacendeu uma preocupação antiga: a de que novas tecnologias tornem o trabalho humano dispensável.

Mas essa discussão costuma partir de uma premissa equivocada, a de que automatizar tarefas significa eliminar profissões. Na prática, as grandes transformações tecnológicas mostram outro caminho: quando uma ferramenta assume atividades repetitivas e operacionais, abre espaço para que as pessoas direcionem seu tempo e suas habilidades a funções mais complexas, estratégicas e criativas.

A história oferece bons exemplos disso. Durante a Revolução Industrial, a mecanização substituiu parte do trabalho manual realizado por artesãos, mas também impulsionou a criação de novas ocupações e setores inteiros que sequer existiam até então. Décadas depois, a popularização dos softwares de escritório provocou receios semelhantes. Com ferramentas como o Excel, muitas atividades administrativas passaram a ser automatizadas, especialmente os cálculos e processos de organização de dados. Em vez de tornar esses profissionais obsoletos, porém, a tecnologia contribuiu para ampliar suas possibilidades de atuação e consolidar áreas como análise financeira, controladoria e planejamento estratégico.

Agora, a IA está se expandindo com uma força descomunal nos ambientes de trabalho porque, pela primeira vez, temos tecnologia capaz de assumir o trabalho repetitivo. É natural que a primeira reação de uma organização diante da ferramenta seja o medo. Mas justamente, o desafio dos líderes atuais é orientar suas equipes na transição do temor para o hábito por meio do aprendizado contínuo e da prática diária.

Para que a tecnologia deixe de ser vista como uma ameaça, os colaboradores precisam experimentá-la e cometer erros com ela. O hábito se constrói quando o trabalhador entende que a tecnologia não é um auditor externo que vem avaliar seu desempenho, mas um instrumento que ele tem à sua disposição para resolver tarefas em segundos.

Divulgação



Gerónimo Maspero

> "Se os processos de uma organização forem caóticos, a tecnologia apenas gerará um caos automatizado. O líder deve ser capaz de estruturar mentalmente a solução.

O primeiro critério para saber o que delegar à máquina é avaliar o que é repetitivo. Se um funcionário responde à mesma pergunta três vezes por dia com as mesmas palavras, por exemplo, ele está desperdiçando seu potencial. Essa é uma tarefa que a IA resolve com grande velocidade e precisão. Atualmente, as empresas que adotam agentes de IA conseguem liberar, em média, três horas de trabalho por semana por funcionário. Isso significa devolver ao colaborador o tempo necessário para pensar, inovar e resolver problemas complexos.

Existe, no entanto, um equívoco conceitual que consiste em acreditar que a IA é uma varinha mágica capaz de resolver desequilíbrios ou dificuldades que a empresa não compreende. Se um problema não puder ser resolvido por uma liderança, mesmo que ele tenha todo o tempo do mundo, a IA também não será capaz de resolvê-lo.

Ou seja, para delegar uma tarefa à inteligência artificial, primeiro é preciso compreender a fundo o problema e sua causa. Se os processos de uma organização forem caóticos, a tecnologia apenas gerará um caos automatizado. O líder deve ser capaz de estruturar mentalmente a solução. Uma vez validada essa lógica pelo conhecimento humano, a máquina pode assumir a execução do trabalho pesado.

Se a tecnologia consegue programar e classificar melhor e mais rápido do que nós, qual é, então, o valor do ser humano na empresa do futuro? A resposta se resume a três pilares: a intenção, o critério e o aspecto relacional. Em primeiro lugar, a intenção é exclusivamente nossa. A IA é um motor reativo; ela não deseja nada, não tem vontade própria, não se propõe a conquistar um mercado nem a melhorar a cultura de uma equipe. É o ser humano quem traz o propósito, o "porquê" fazemos as coisas.

Da mesma forma, surge o critério. Diante de um problema, a tecnologia pode nos oferecer dez soluções diferentes com base em padrões estatísticos. No entanto, é o olhar humano, treinado no contexto, na cultura e na sensibilidade da empresa, que tem o discernimento e o julgamento para escolher a opção que melhor se encaixa à identidade da companhia. Dessa forma, os talentos que assumirem papéis de liderança terão uma ferramenta que poderá auxiliá-los nesse processo de formação de seu julgamento.

Estamos deixando para trás uma era em que o valor de um profissional era medido por sua capacidade de executar tarefas mecânicas com resistência física ou mental. Antes, fazíamos muitas coisas que hoje, simplesmente, é inaceitável continuarmos fazendo manualmente. Perder horas com a burocracia dos dados ou com a repetição de textos é um anacronismo. A inteligência artificial não vem para destruir o emprego, mas para elevá-lo. O verdadeiro risco de exclusão profissional não reside na tecnologia em si, mas na teimosia de ignorá-la. Aqueles que compreenderem que o software deve ser um copiloto diário para liberar tempo e potencializar seu discernimento liderarão as empresas do futuro.

**(Fonte: Gerónimo Maspero é CTO e cofundador da Humand.**

## Preparar-se para uma crise também é uma forma de evitá-la

Em setembro de 2025, um ataque cibernético obrigou a Jaguar Land Rover a interromper a produção de veículos no Reino Unido. As consequências ultrapassaram os limites da montadora e atingiram fornecedores, concessionárias e milhares de empresas que dependiam de suas operações.

## Atendimento humano pode se tornar diferencial competitivo com avanço da IA

Pesquisa mostra que 53% dos clientes confiam mais em recomendação de pessoas, enquanto 48% preferem atendentes humanos a agentes com inteligência artificial.

## Quatro tendências de marketing para 2027

Conteúdos mais espontâneos, estratégias de longo prazo e decisões orientadas por dados estão entre os movimentos que devem influenciar o marketing no próximo ano, segundo especialistas.

## O que o ROI não revela sobre o marketing das empresas de tecnologia

No contexto das vendas complexas de cibersegurança, infraestrutura e cloud, vários profissionais tomam decisões com base em seus próprios critérios. Portanto, mais do que apenas o volume de leads, o marketing deve monitorar o engajamento das contas-chave, a participação de diversos membros do grupo de compra e o progresso das oportunidades no CRM.

Para informações sobre o
MERCADO FINANCEIRO
faça a leitura do
QR Code com seu celular

## Negócios em Pauta

AI/Ibmec e Instituto YDUQS



### Formação em Google IA para meninas em situação de vulnerabilidade

A Associação Ser Mulher em Tech (SMT) uniu forças com a Leega Consultoria -, empresa brasileira com mais de 20 anos de atuação em transformação digital, inteligência artificial, Data Analytics, Cloud e desenvolvimento de aplicações -, com soluções Google e com a ONG Pró-Morato em um projeto focado em liderança e autonomia digital. A iniciativa reúne 42 adolescentes de 16 anos em situação de vulnerabilidade social para uma jornada de seis semanas dedicada ao aprendizado e à aplicação prática da inteligência artificial generativa. A formação, realizada no formato online com encerramento presencial, é estruturada para unir teoria e impacto comunitário (https://sermulheremtech.org.br/).

Leia a coluna completa na página 3

## News@TI

AI/ACISA

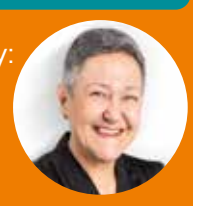



### IA e tecnologia aplicada à empresa é tema de palestra gratuita na ACISA

@A inteligência artificial está cada vez mais presente na vida das pessoas e nos negócios. Para expor aos empreendedores e gestores como a inteligência artificial pode ser incorporada à realidade das empresas de forma prática e estratégica, gerando ganhos reais de produtividade, qualidade no atendimento e eficiência na gestão, a Associação Comercial e Industrial de Santo André – ACISA promoverá uma palestra gratuita sobre o tema. O evento acontecerá na terça-feira (24 de novembro), às 19h, no Centro de Capacitação & Negócios e será conduzido pelo executivo Benício Filho, que promete proporcionar uma noite de muito aprendizado aos participantes (bit.ly/CCN-24Nov26).

Leia a coluna completa na página 2

## A Mente do Cliente



Black Friday: o estresse que sua operação não pode comprar

Neiva Mendes

Leia na página 5

## A Outra Sala



Quem Programou a Impostora?

Ana Luisa Winckler

Leia na página 4