

PESQUISA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NAS EMPRESAS BRASILEIRAS



Introdução

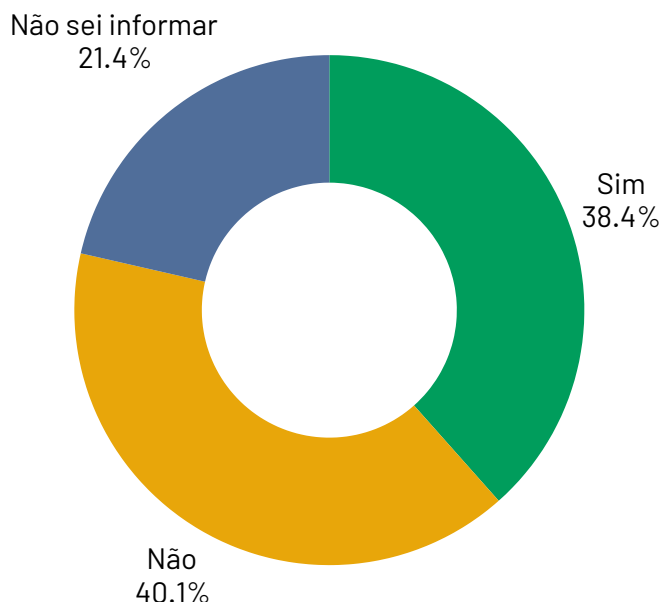
A Associação Brasileira de Inteligência Artificial e Ecommerce, ABIACOM, em parceria com a empresa de marketing e pesquisa Brazil Panels e a escola de negócios Lideres.ai fizeram o presente estudo para investigar a adoção e impacto da Inteligência Artificial nas empresas brasileiras.

Foram realizadas 200 entrevistas em todo o Brasil com pequenas, médias e grandes empresas, entre os dias 27/10/2025 à 19/11/2025.

Objetivos da pesquisa:

- Mapear a Adoção e o Uso da IA nas empresas
- Identificar Desafios e Estratégias de Implementação

Sua empresa usa ferramentas de IA de forma oficial?



Fonte: abiacom, Brazil Panels, Lideres.ai

A maioria das empresas brasileiras ainda não utiliza IA de forma oficial. Além disso, uma parcela significativa (21.4%) demonstra incerteza, o que pode refletir tanto a falta de conhecimento sobre o tema quanto a ausência de uma estratégia clara de IA dentro de suas organizações.

Cargos de liderança (Presidente/Diretor, Supervisor/Chefia, Gerente, Empresário) e profissionais com papel de análise e consultoria apresentam uma taxa significativamente maior de "Sim". Isso sugere que a decisão e o conhecimento sobre a implementação oficial de IA estão concentrados no topo da hierarquia e entre aqueles que lidam diretamente com estratégia e inovação.

O Desbravador e o Estrategista tendem a ocupar essas posições, impulsionando a adoção de novas tecnologias e buscando vantagem competitiva. A alta porcentagem de "Sim" entre Analistas/Assistentes também pode indicar que a IA já está sendo implementada em níveis operacionais, onde esses profissionais atuam.

Grupos sem vínculo empregatício formal ou em início de carreira mostram maior propensão a responder "Não". Isso pode ser explicado pela falta de exposição a ambientes corporativos que já adotam IA ou pela percepção de que a IA ainda não é uma realidade em suas experiências profissionais.

Como esperado, entre pequenos produtores rurais, há menor familiaridade com IA. Funcionários públicos também demonstram incerteza, possivelmente devido à burocracia e à lenta adoção tecnológica no setor público. O alto percentual de "Não sei informar" em alguns grupos destaca a necessidade de maior clareza e comunicação sobre o papel da IA, pois a falta de informação pode gerar um viés de conservadorismo ou efeito avestruz, ignorando a novidade por falta de dados claros.

Conclusão: A análise da Pergunta 1 revela que a adoção oficial de IA nas empresas brasileiras ainda está em um estágio inicial, com leve predominância do "Não" e uma parcela significativa de indecisão. No entanto, essa tendência é fortemente modulada por fatores como cargo, área de atuação, porte da empresa e, crucialmente, pelo perfil comportamental dos indivíduos.

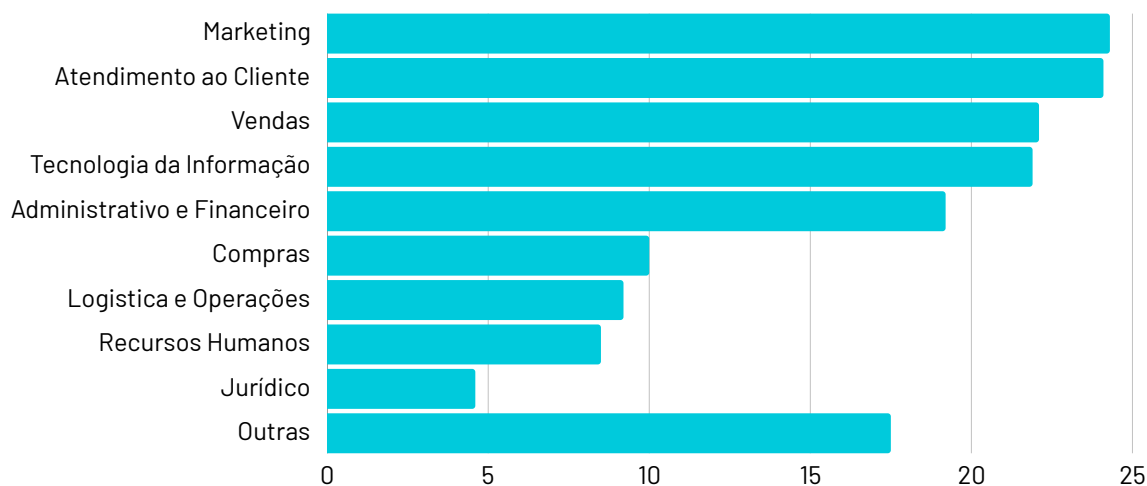
Lideranças e Inovadores: Profissionais em posições de liderança e aqueles com perfis Desbravador e Executor estão na vanguarda da adoção, impulsionando a inovação e buscando resultados tangíveis.

Cautela e Necessidade de Clareza: Perfis Adaptáveis e Estrategistas, bem como empresas menores e setores mais tradicionais, demonstram maior cautela ou incerteza. Para esses grupos, a comunicação clara sobre os benefícios, a segurança e a aplicabilidade da IA, com planos detalhados e consenso, será fundamental para impulsionar a adoção.

Oportunidade de Conscientização: O alto percentual de "Não sei informar" em diversos grupos aponta para uma grande carência de educação e conscientização sobre a IA, desmistificando a tecnologia e apresentando soluções adaptadas às suas realidades.



Em quais áreas sua empresa usa IA?



Fonte: abiacom, Brazil Panels, Lideres.ai

Áreas de Maior Relevância e Foco

- Marketing (24.3) e Atendimento ao Cliente (24.1):
 - A liderança dessas duas áreas é um indicativo de que as empresas estão priorizando a IA para impulsionar o engajamento do cliente e a geração de valor. Ferramentas de IA Generativa e Retrieval-Augmented Generation estão sendo usadas para inovar na forma de se conectar com o público e otimizar a experiência.
- Vendas (22.1) e Tecnologia da Informação (21.9):
 - Vendas, diretamente ligada à receita, e TI, como espinha dorsal tecnológica, também apresentam alta relevância. A IA em Vendas pode otimizar funis, prever tendências e personalizar ofertas. Já em TI, a IA é usada para criação de códigos e otimização de processos.



Áreas de Menor Representatividade

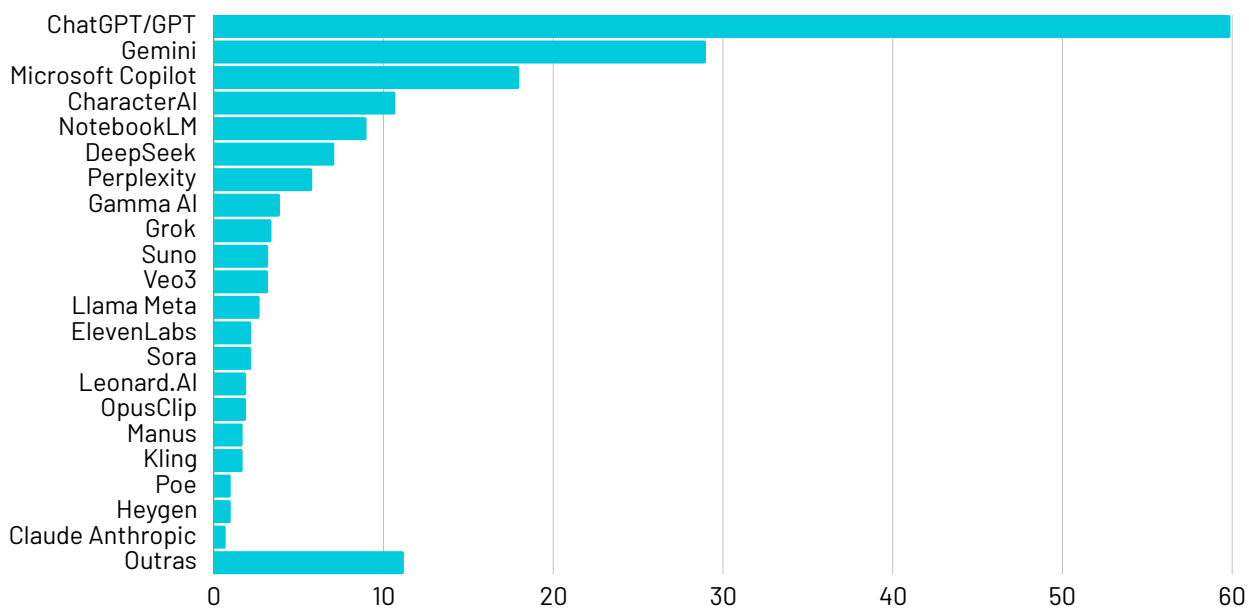
- **Compras (10), Logística e Operações (9.2):** Embora a IA tenha grande potencial nessas áreas (otimização da cadeia de suprimentos, recrutamento inteligente, etc.), a menor adoção pode indicar que as empresas ainda estão focadas em aplicações mais diretas ao cliente ou à tecnologia. Deve haver resistência da equipe ou falta de conhecimento técnico (desafios da Pergunta 9) que impede a penetração. Para o Executor, que busca o mais prático e controle da execução, a IA pode ainda não ter demonstrado um ROI claro ou uma integração "plug and play" nessas funções. O viés de conservadorismo também é maior nessas áreas, mantendo métodos tradicionais até que a eficácia da IA seja inquestionável.
- **Jurídico (4.6):** Com o menor valor, pode refletir a complexidade regulatória, a necessidade de regras claras e a cautela inerente à área. A tolerância à ambiguidade pode ser mais baixa aqui, exigindo soluções de IA muito bem validadas e com riscos mitigados.

Conclusão

- A IA está sendo priorizada em funções que impactam diretamente o mercado, o cliente e a infraestrutura tecnológica. As áreas de Marketing, Atendimento ao Cliente, Vendas e TI lideram, demonstrando que a IA é vista como um motor para melhorar a experiência do cliente, aumentar vendas e otimizar processos.
- No entanto, as áreas de menor representatividade (Compras, Logística, RH, Jurídico) representam um vasto potencial inexplorado para a IA. É preciso mostrar exemplos práticos de redução de custos e otimização de processos para ganhar a confiança dessas áreas.
- Educar e capacitar: para superar a falta de conhecimento técnico e a resistência da equipe, mostrando como a IA pode ser uma oportunidade e não uma ameaça.



Quais ferramentas de IA sua empresa utiliza?



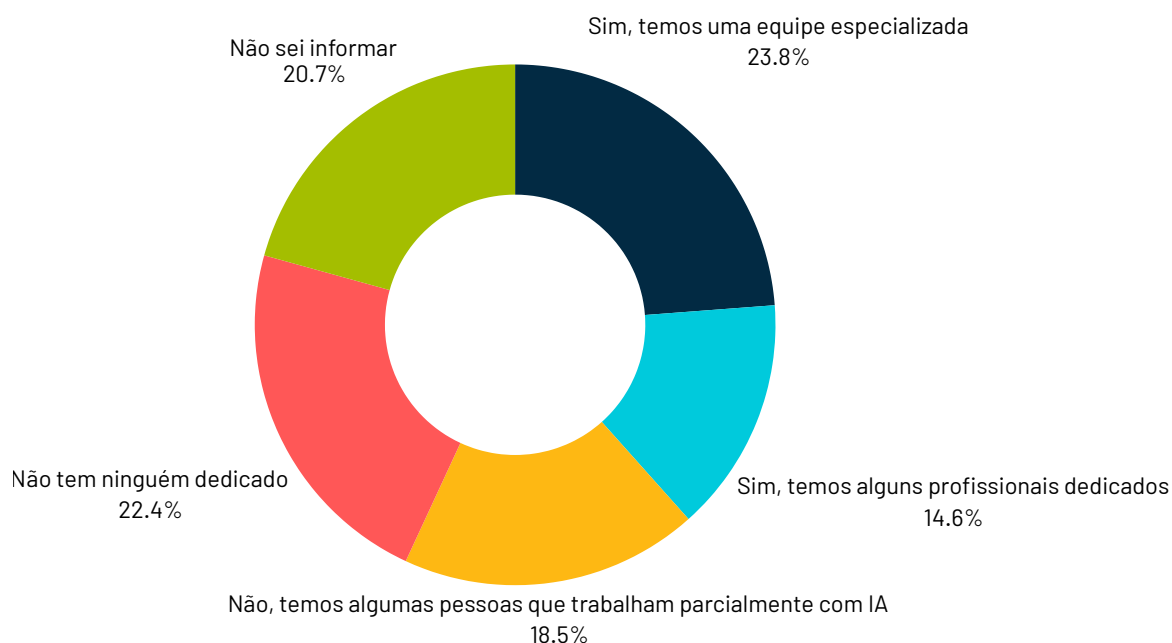
Fonte: abiacom, Brazil Panels, Lideres.ai

A dominância do ChatGPT/GPT é um exemplo clássico de como a fluência cognitiva e o viés de disponibilidade operam. Sendo uma das primeiras e mais amplamente divulgadas IAs generativas, ela se tornou a "âncora" na mente dos usuários para o que uma IA pode fazer.

Sua interface intuitiva e a capacidade de gerar texto, ideias e códigos rapidamente oferecem um baixo atrito e um alto valor percebido para uma vasta gama de tarefas, apelando diretamente ao perfil Executor, que busca praticidade e resultados imediatos, e ao Desbravador, que explora novas possibilidades. O efeito Bandwagon (viés de manada) também pode estar em jogo, onde a popularidade da ferramenta impulsiona ainda mais sua adoção.



Sua empresa tem profissionais dedicados exclusivamente a projetos de IA?



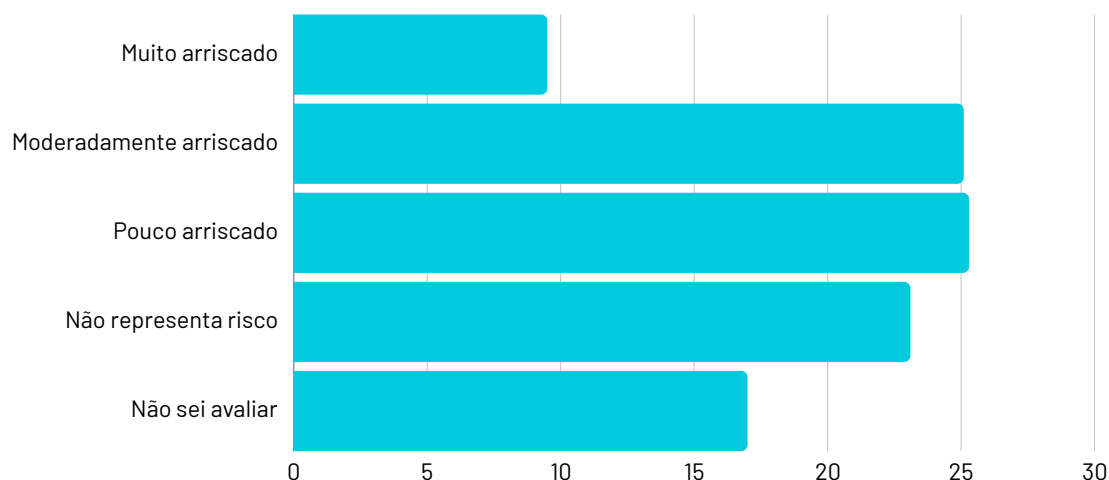
Fonte: abiacom, Brazil Panels, Lideres.ai

A análise da Pergunta 4 revela um cenário fragmentado e com oportunidades claras de intervenção:

- **Liderança e Inovação:** Cerca de 38% das empresas estão ativamente investindo em talentos de IA, com equipes ou profissionais dedicados.
- **Adoção Tímida e Informal:** Outros 18.5% utilizam a IA de forma mais orgânica e informal, o que, embora seja um passo, pode limitar o potencial e a governança da tecnologia.
- **Lacunas Significativas:** Mais de 40% das empresas não têm ninguém dedicado ou não sabem informar. Este é o maior desafio e a maior preocupação.



Você considera o uso de IA na empresa como um risco para a segurança de dados?



Fonte: abiacom, Brazil Panels, Lideres.ai

Presidentes/Diretores e Consultores mostram menor incerteza e maior confiança (ou otimismo) de que a IA não representa risco. Funcionários públicos e Analistas/Assistentes têm uma proporção maior de "Não sei informar". Isso reforça que a Tolerância à Ambiguidade e o acesso à informação variam significativamente por cargo, com líderes e consultores.

Corte por Porte da Empresa:

- Pequeno Produtor Rural: 57.1% "Não sei informar".
- Empresa de Grande Porte: 18.2% "Não sei informar", 10.6% "Muito arriscado", 25.8% "Não representa risco".
- Microempreendedor Individual: 17.5% "Não sei informar", 12.4% "Muito arriscado", 24.3% "Não representa risco".



Você considera o uso de IA na empresa como um risco para a segurança de dados?

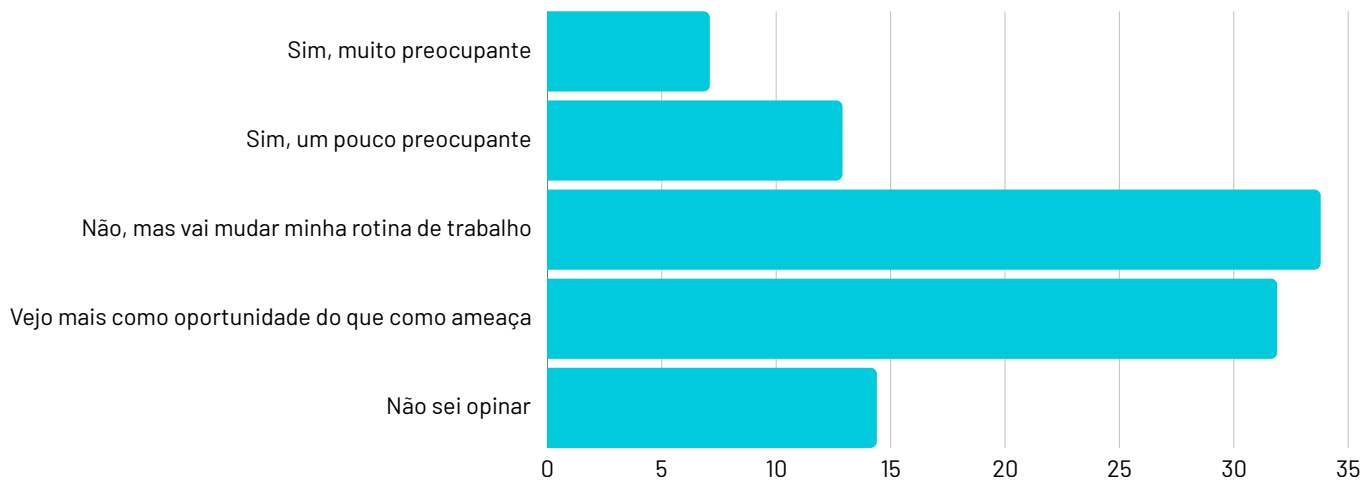
A percepção de risco da IA para a segurança de dados é um fator complexo, influenciado por vieses cognitivos, nível de informação e perfil comportamental.

- **Risco como Barreira:** A maioria dos profissionais percebe algum nível de risco, o que pode atuar como uma barreira significativa para a adoção da IA. A percepção de risco pode atrasar a ação se as soluções não forem claras.
- **Oportunidade de Educação e Clareza:** O alto percentual de "Não sei avaliar" e "Não representa risco" aponta para a necessidade de programas de conscientização e educação para:
 - Desmistificar Riscos: Fornecer informações claras e baseadas em dados sobre os riscos reais da IA e as melhores práticas de segurança.
 - Oferecer Soluções: Apresentar soluções e frameworks de segurança para IA, transformando a percepção de risco em um desafio gerenciável.
 - Nudge para Boas Práticas: Criar "empurrões" comportamentais que incentivem a adoção de políticas de segurança robustas, especialmente para empresas que atualmente não veem risco ou não sabem avaliar.

Em resumo, a Pergunta 5 destaca que a segurança de dados é uma preocupação central e um ponto de atrito na jornada da IA. Abordar essa percepção de forma estratégica, com base em insights comportamentais, é fundamental para impulsionar a confiança e a adoção responsável da Inteligência Artificial nas empresas brasileiras.



Você considera a IA uma ameaça ao seu emprego?



Fonte: abiacom, Brazil Panels, Lideres.ai

- **Preocupação (Total 20%):** um quinto dos profissionais se sente ameaçado pela IA. Isso pode estar ligado ao medo (emoção de baixa dominância, conforme o EMOCODE), aumentando a ansiedade e incerteza nas empresas.
- **Adaptação (33.8%):** Um terço dos respondentes não vê a IA como uma ameaça direta ao emprego, mas reconhece que ela mudará sua rotina de trabalho, ou seja, mantém uma postura de adaptação.
- **Oportunidade (31.9%):** um terço vê a IA como oportunidade. Esta é a visão mais otimista e proativa, alinhada com o viés de pró-inovação e a busca por novas chances diante do incerto.
- **Incerteza (14.4%):** Uma parcela significativa ainda não sabe opinar, o que sugere falta de clareza ou informação sobre o impacto real da IA em suas funções.



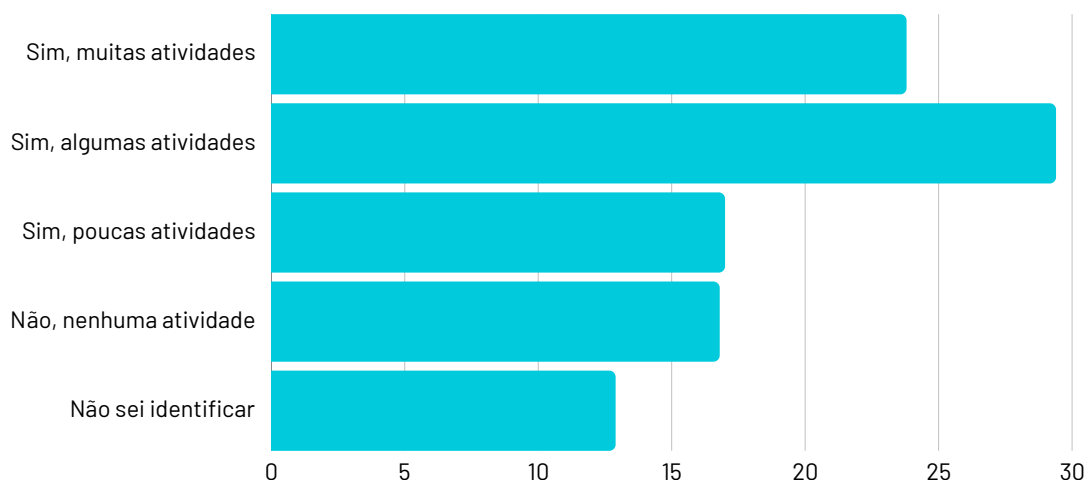
Você considera a IA uma ameaça ao seu emprego?

Lideranças e profissionais autônomos/liberais veem a IA como oportunidade. Isso é esperado, pois esses perfis (muitas vezes Desbravadores e Executores) buscam vantagem competitiva e têm maior controle sobre como a IA pode ser integrada em suas estratégias. Eles estão mais propensos a criar suas próprias regras e focar na solução.

- **Abordar o Medo e a Incerteza:** Para o 20% preocupado e o 14.4% incerto, a empresa precisa focar em:
 - Educação e Requalificação: Oferecer treinamentos que demonstrem como a IA pode ser uma ferramenta de aumento de produtividade e não de substituição.
 - Casos de Sucesso: Apresentar exemplos reais de como a IA cria novos empregos e aprimora funções existentes.
 - Clareza e Transparência: Para os que "não sabem opinar", fornecer informações claras sobre o futuro do trabalho com IA.
- **Alavancar o Otimismo e a Adaptação:** Para os 31.9% que veem oportunidade e os 33.8% que aceitam a mudança de rotina:
 - Ferramentas e Melhores Práticas: Oferecer recursos que ajudem a integrar a IA de forma eficaz em suas rotinas, transformando a "mudança" em "melhoria".
 - Comunidades de Prática: Criar espaços para que compartilhem suas experiências e inspirem outros, reforçando o efeito Bandwagon positivo.
 - Foco em Habilidades Humanas: Enfatizar que a IA libera os profissionais para tarefas mais estratégicas e criativas, valorizando as habilidades humanas que a IA não pode replicar.



Há atividades no seu dia a dia profissional que você considera que poderiam ser automatizadas por IA?



Fonte: abiacom, Brazil Panels, Lideres.ai

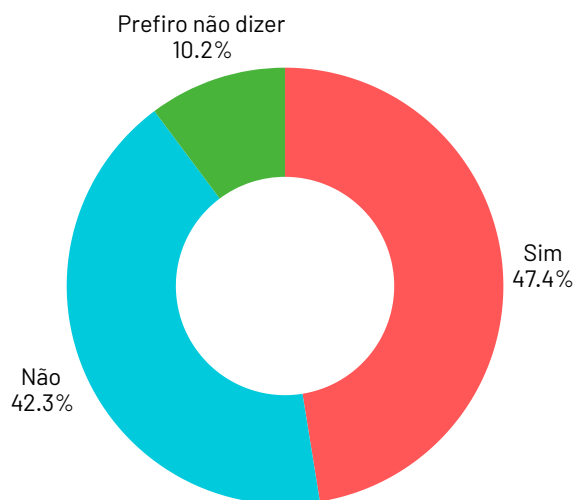
A vasta maioria dos respondentes (70.2%) acredita que há atividades em seu dia a dia profissional que poderiam ser automatizadas por IA.

A Pergunta 7 revela um amplo reconhecimento do potencial da IA para automatizar tarefas, mas também destaca áreas de resistência e desconhecimento.

- **Oportunidade de Otimização:** A maioria dos profissionais está aberta à automação, o que é um sinal positivo para a eficiência e a produtividade. A empresa pode focar em demonstrar o Valor da Automação: Apresentar casos de uso específicos e tangíveis de como a IA pode reduzir custos operacionais e otimizar processos internos (objetivos da Pergunta 12).
- **Abordar a Resistência e o Desconhecimento:** Para os grupos que respondem "Não, nenhuma atividade" ou "Não sei identificar", a empresa deve desmistificar a IA, mostrando sua amplitude e aplicabilidade em diversas funções, combatendo o viés de conservadorismo e a falta de conhecimento técnico. Enfatizar que a automação libera o potencial humano para tarefas mais estratégicas, transformando a percepção de ameaça em oportunidade (conforme Pergunta 6)



Você usa “extraoficialmente” alguma ferramenta de Inteligência Artificial para ajudar em sua rotina de trabalho?”



Fonte: abiacom, Brazil Panels, Lideres.ai

A alta porcentagem do "Sim" (47.4%) é um reflexo direto da ação dos perfis desbravadores e executores. A adoção extraoficial conhecida como "Shadow AI", ocorre por conta da lacuna de políticas oficiais, sejam elas inexistentes ou muito restritivas.



Shadow AI é risco para as empresas



Você usa “extraoficialmente” alguma ferramenta de Inteligência Artificial para ajudar em sua rotina de trabalho?”

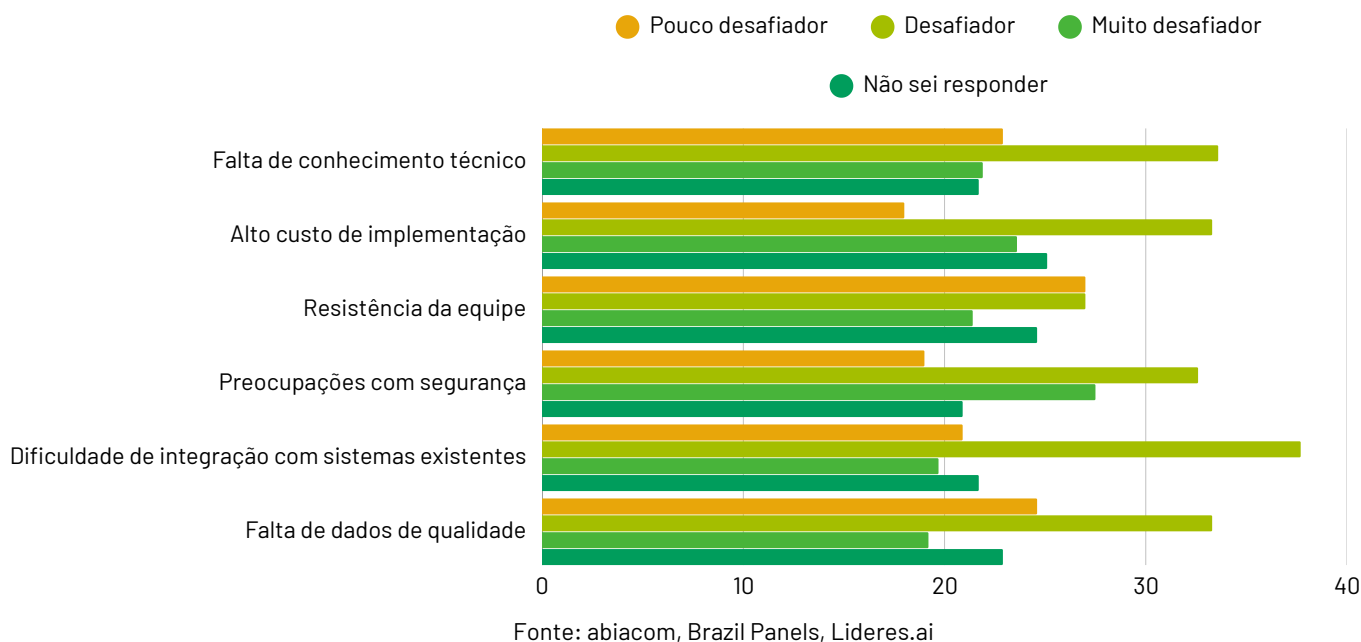
- A percepção de que a IA pode ser um risco para a segurança de dados (Pergunta 5) pode ser um fator determinante. O viés de risco zero pode levar o profissional a evitar o uso de ferramentas não aprovadas para não comprometer dados da empresa ou sua própria posição.
- Falta de Conhecimento ou Necessidade: Para alguns, pode ser simplesmente uma questão de não conhecer ferramentas úteis ou não sentir a necessidade de usá-las em suas rotinas atuais. A falta de conhecimento técnico (desafio da Pergunta 9) pode ser uma barreira.
- Adesão a Políticas: Em empresas com políticas claras sobre o uso de software, a adesão a essas regras pode ser o principal motivador.

A Zona Cinzenta: "Prefiro não dizer" (10.2%)

- Medo de Repercussões: Esta resposta é um indicativo de que os profissionais temem as consequências de admitir o uso extraoficial. O medo (conforme EMOCODE) de sanções ou de comprometer a segurança de dados (Pergunta 5) é um fator poderoso.



Quais os principais desafios para implementar IA na sua empresa?

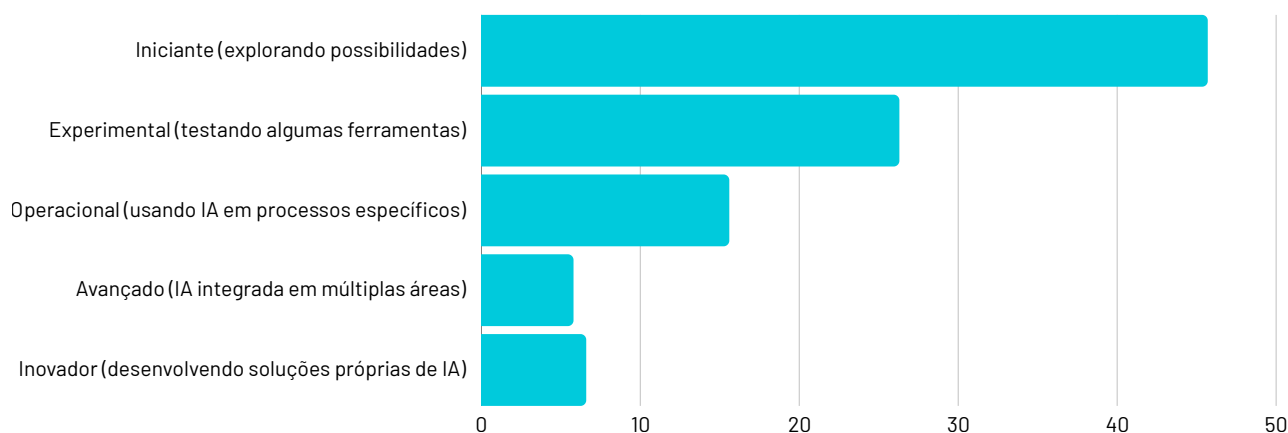


Os desafios para implementar IA são multifacetados, mas claramente dominados por questões de conhecimento, custo e pessoas.

- Educação e Capacitação:
 - Desenvolver programas de treinamento e workshops práticos que desmistifiquem a IA, focando em casos de uso e benefícios tangíveis.
 - Ancorar a IA como uma ferramenta de empoderamento profissional, e não de substituição, para mitigar o medo do desconhecido.
 - Oferecer trilhas de aprendizado claras e flexíveis, com foco em como a IA pode ser integrada em suas rotinas e estratégias.
- Demonstração de ROI e Acessibilidade:
 - Criar estudos de caso e calculadoras de ROI que demonstrem o valor da IA em termos de redução de custos e aumento de receita, mesmo para soluções de menor investimento.
 - Apresentar soluções de IA com implementação gradual e resultados rápidos, minimizando o viés de aversão à perda.
 - Mostrar como pequenas implementações de IA podem gerar grandes resultados, tornando a tecnologia mais acessível.



Em que nível de maturidade em IA você considera que sua empresa esteja?



Fonte: abiacom, Brazil Panels, Lideres.ai

A Grande Maioria (72%) está nos Estágios Iniciais de maturidade em IA.

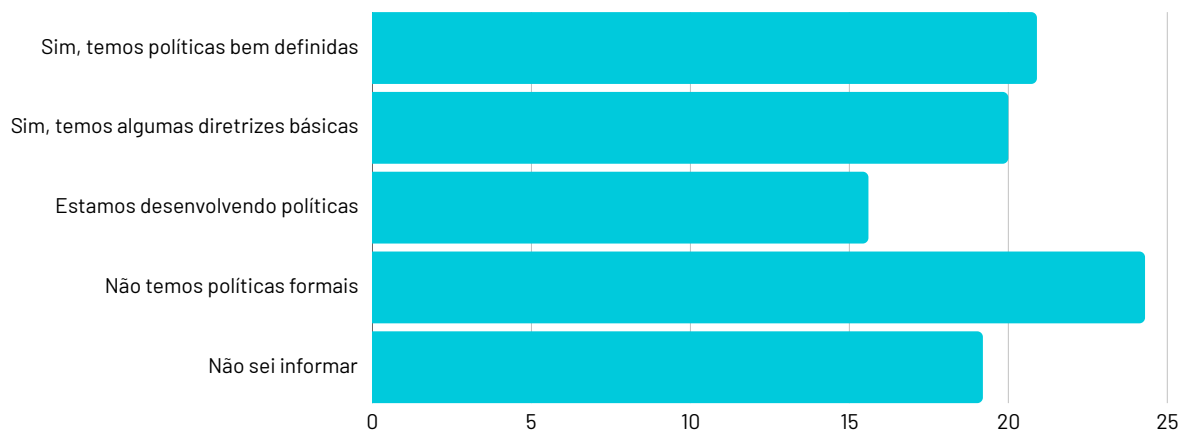
Iniciante (45.7%): quase metade das empresas está apenas começando a jornada da IA. Elas estão na fase de reconhecimento do potencial, mas ainda sem ações concretas ou estratégias definidas. As empresas estão expostas a informações sobre IA, mas ainda não internalizaram como aplicá-la. Podemos incluir no estágio iniciante, as empresas que responderam "Não" ou "Não sei informar" na Pergunta 1 e que citam "Falta de conhecimento técnico" e "Alto custo de implementação" como desafios (Pergunta 9).

Experimental (26.3%): esse grupo já está testando ferramentas e buscando aplicações práticas. Há uma disposição para a ação, mas ainda de forma contida e não sistêmica. Estão aplicando a IA em "algumas atividades" (conforme Pergunta 7) e podem estar usando ferramentas "extraoficialmente" (Pergunta 8) para validar o potencial. Este grupo tem "alguns profissionais dedicados" (Pergunta 4) e está buscando "otimizar processos internos" ou "melhorar a experiência do cliente" (Pergunta 12) através de testes.

Estágios Avançados (28%): estas empresas já integraram a IA em processos de negócios. A IA não é novidade, mas uma ferramenta de trabalho. Buscam otimizar processos internos e ganhar vantagem competitiva. Superam desafios como "Falta de conhecimento técnico" e "Dificuldade de integração" (Pergunta 9), transformando-os em soluções. Este grupo provavelmente respondeu "Sim" na Pergunta 1 (uso oficial de IA) e tem "equipes especializadas" ou "profissionais dedicados" (Pergunta 4).



Sua empresa tem políticas oficiais para uso de IA?



Fonte: abiacom, Brazil Panels, Lideres.ai

Mais da metade das empresas brasileiras (59.1%) não tem Políticas Definidas em IA

Sim, temos políticas bem definidas (20.9%): ter regras claras e um plano detalhado para gerenciar a IA de forma segura e eficaz reduz desafios como "Preocupações com segurança" (Pergunta 9).

Sim, temos algumas diretrizes básicas (20.0%): reconhecem a necessidade de regras, mas preferem simplificar ao invés de um documento complexo e exaustivo.

Estamos desenvolvendo políticas (15.6%): tem sido impulsionadas pela crescente "Preocupações com segurança" (Pergunta 5 e 9) ou pela necessidade de gerenciar o "uso extraoficial" da IA (Pergunta 8).

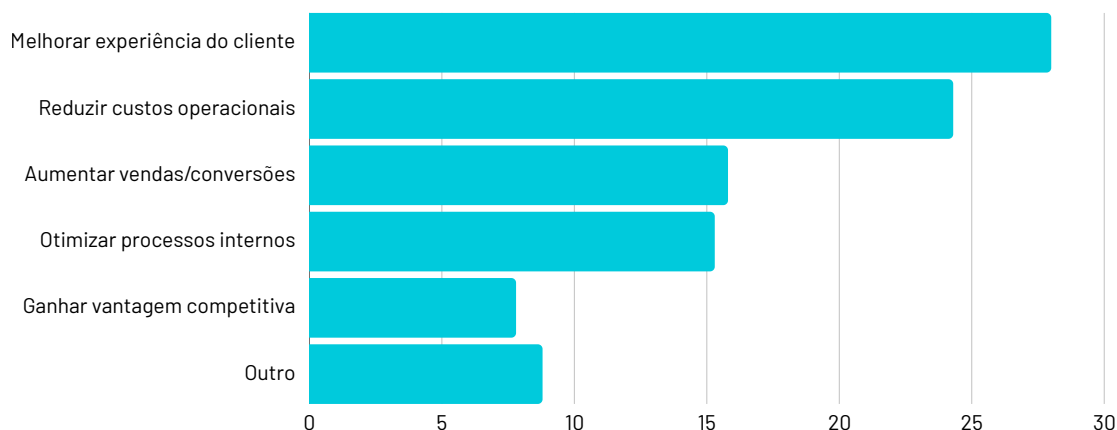
Não temos políticas formais (24.3%): é preocupante que quase um quarto das empresas opera sem regras formais para a IA. São empresas no estágio "Iniciante" ou "Experimental" (Pergunta 10) e "Falta de conhecimento técnico" (Pergunta 9), que leva à crença de que os riscos são baixos ou gerenciáveis de forma informal.

Não sei informar (19.2%): quase um quinto dos respondentes não sabe se sua empresa tem políticas de IA. Este é um dado crítico que aponta para uma falha na comunicação interna e falta de clareza organizacional.

A ausência de políticas formais é um dos principais fatores que impulsionam a "Shadow AI", trazendo riscos não gerenciados para dentro da empresa.



Qual o principal objetivo da sua empresa ao usar IA?



Fonte: abiacom, Brazil Panels, Lideres.ai

As prioridades no uso da IA (52.3%): Foco no Cliente e Eficiência Operacional

Melhorar experiência do cliente (28%): empresas estão usando IA para criar conexões mais profundas com seus clientes. Atendimentos mais rápidos, efetivos e personalizados trazem lealdade e recomendação.

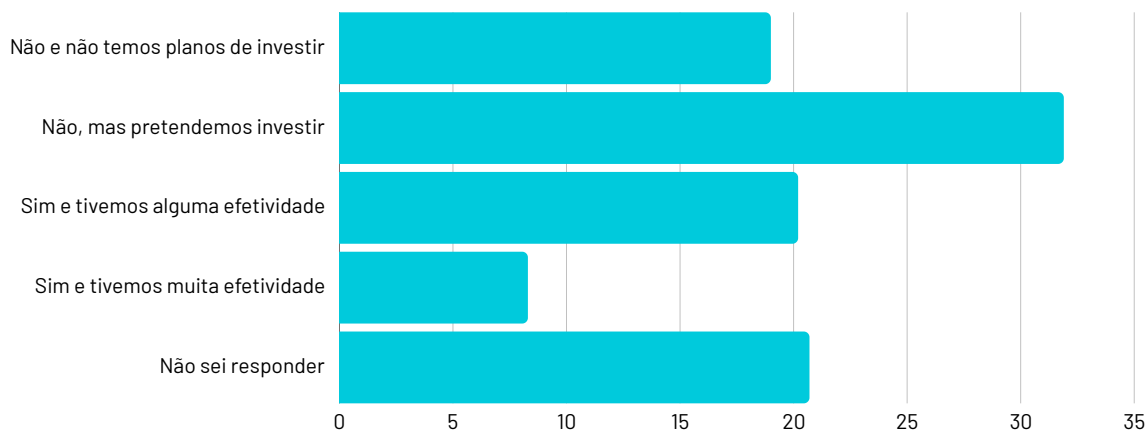
Reduzir custos operacionais (24.3%): é questão de sobrevivência. A IA é vista como uma ferramenta para reduzir custos e aumentar a eficiência.

Aumentar vendas/conversões (15.8%): a IA é percebida como multiplicador de resultados, capaz de identificar oportunidades e personalizar ofertas.

Otimizar processos internos (15.3%): similar à redução de custos, mas com foco mais amplo na melhoria do fluxo de trabalho e da produtividade.

Ganhar vantagem competitiva (7.8%): impulsionada pela motivação social de se destacar no mercado. Acaba sendo consequência de outros objetivos (melhor experiência, custos menores, mais vendas).

Sua empresa já investiu em treinamentos sobre I.A?



Fonte: abiacom, Brazil Panels, Líderes.ai

A grande maioria (71.6%) das empresas não investiu em treinamento, não tem planos, ou está incerta sobre o tema.

Não e não temos planos de investir (19.0%): tem forte viés de conservadorismo e "efeito avestruz". A falta de planos pode ser resultado de uma baixa percepção de valor da IA, ou percepção de "Alto custo de implementação" (Pergunta 9) para o treinamento.

Não, mas pretendemos investir (31.9%): intenção positiva, mas sem ação concreta. Isso é um exemplo clássico do gap entre intenção e comportamento. As empresas reconhecem a necessidade, mas podem estar paralisadas por desafios como "Alto custo de implementação" ou "Falta de conhecimento técnico" (Pergunta 9) sobre como treinar.

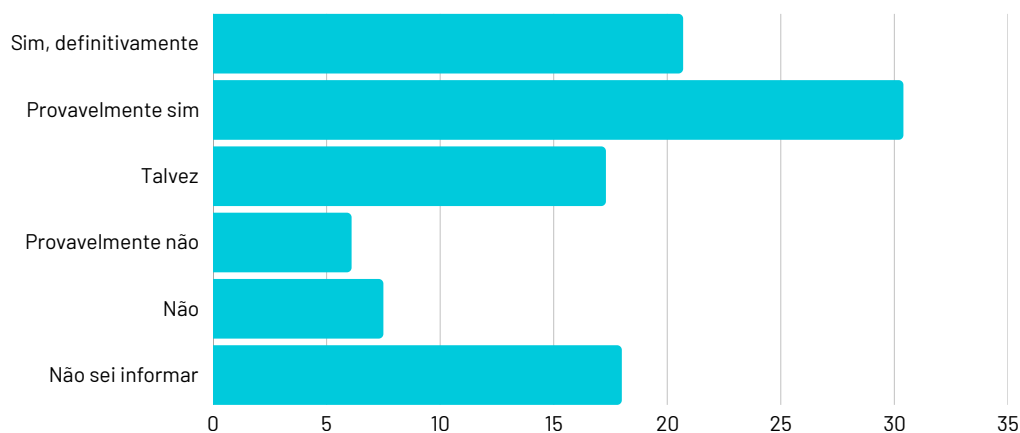
Sim e tivemos alguma efetividade (20.2%): este grupo demonstra que o investimento em treinamento, mesmo que com "alguma" efetividade, já gera resultados. Isso reforça o viés de confirmação, validando a decisão de investir.

Sim e tivemos muita efetividade (8.3%): indica alinhamento entre a necessidade, o conteúdo do treinamento e a aplicação prática. A recompensa da "muita efetividade" é um forte reforço positivo.

[Conheça aqui alguns Treinamentos Corporativos em Inteligência Artificial](#)



Sua empresa planeja investir em IA nos próximos 12 meses?



Fonte: abiacom, Brazil Panels, Lideres.ai

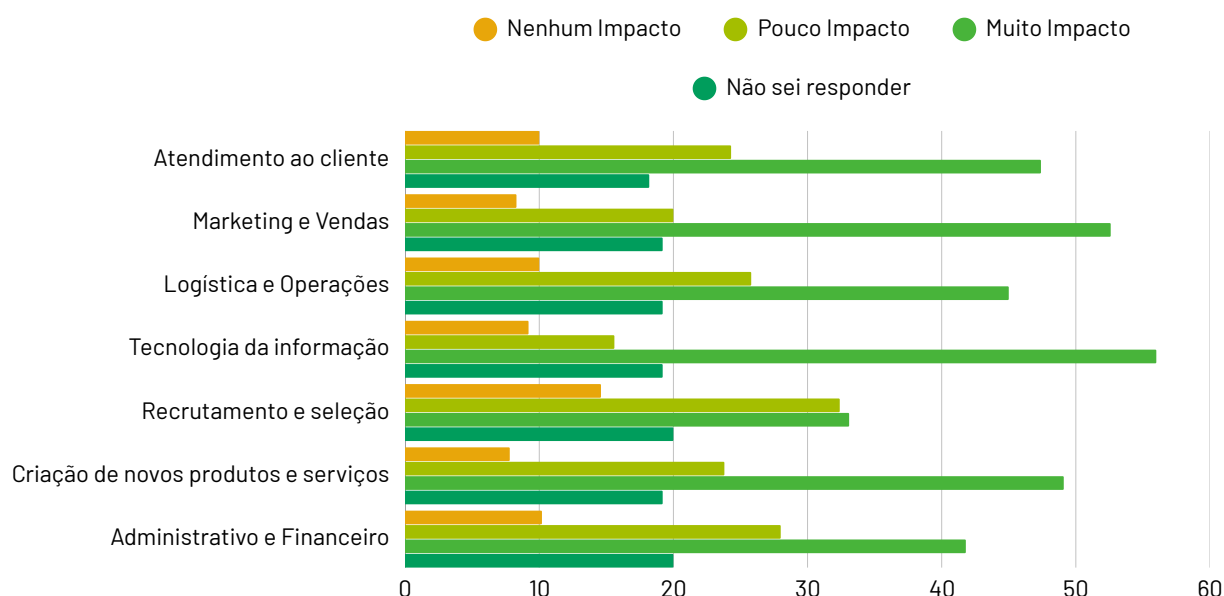
A maioria das empresas (51.1%) pretende investir em IA nos próximos meses

Ao somar as categorias "Sim, definitivamente" e "Provavelmente sim", percebemos que mais da metade (51.1%) das empresas brasileiras planeja investir em IA nos próximos 12 meses. Este é um sinal de reconhecimento do valor da IA.

A Zona da Incerteza e a Necessidade de Direcionamento (35.3%): ainda assim, é preocupante que mais de um terço (35.3%) das empresas entrevistadas, está incerto ou não sabe informar sobre seus planos de investimento.



Em qual área você acredita que a IA trará maior impacto na sua empresa nos próximos 12 meses?



Fonte: abiacom, Brazil Panels, Lideres.ai

Visão Geral: Onde a IA é Vista como Mais Impactante

Observando a coluna "Muito Impacto", podemos identificar as áreas onde a IA é percebida como mais transformadora:

1. Tecnologia da Informação (56.0%): É a área com a maior percepção de "Muito Impacto".
2. Marketing e Vendas (52.6%): Segunda área com maior expectativa de alto impacto.
3. Criação de novos produtos e serviços (49.1%): Forte percepção de impacto na inovação.
4. Atendimento ao cliente (47.4%): Alta expectativa de transformação na interação com o cliente.
5. Logística e Operações (45.0%): Impacto significativo na eficiência operacional.
6. Administrativo e Financeiro (41.8%): Percepção de impacto relevante na gestão interna.
7. Recrutamento e seleção (33.1%): Menor percentual de "Muito Impacto" entre as áreas.



Conclusões da Pesquisa

- Há o **reconhecimento do potencial da IA** para otimizar atividades
- As áreas mais avançadas no uso da IA: Marketing, Tecnologia e Produtos.
- Apesar do otimismo, a maioria das empresas (72%) ainda está nos **estágios iniciais de maturidade**.
- O uso oficial é pequeno (38.4%). Quase metade dos profissionais (47.4%) usa extraoficialmente (Shadow AI), **aumentando os riscos de segurança**.
- A **falta de políticas** cria dissonância cognitiva entre o que as empresas acreditam que a IA pode fazer e o que elas estão efetivamente fazendo.
- O principal desafio para a implementação da IA é a "**Falta de conhecimento técnico**" (22%), indicando uma lacuna na compreensão e na estratégia.
- A incerteza gerada por essa falta de conhecimento impede a tomada de decisões, mantendo muitas **empresas paralisadas** quanto ao tema.
- A "**Resistência da equipe**" (15%) e a percepção da IA como "**Ameaça ao emprego**" (30.7%) são fortes inibidores à implementação.
- O **investimento baixo em treinamentos**, agrava a "Falta de conhecimento técnico" e a "Resistência da equipe".
- As **empresas sabem porque querem** IA (aumentar vendas, melhorar experiência dos clientes, reduzir custos) e onde esperam o maior impacto (TI, Marketing/Vendas, Produtos). No entanto, o como implementar a IA de forma eficaz e segura ainda é um desafio, com o "Alto custo de implementação", "Dificuldade de integração" e "Falta de dados de qualidade" atuando como barreiras significativas.



Somos a ABIACOM – Associação Brasileira de Inteligência Artificial e E-commerce. Uma organização sem fins lucrativos, estabelecida em 2012 com o nome de ABComm, inicialmente dedicada à defesa dos direitos e interesses do e-commerce brasileiro. Alteramos nosso posicionamento diante do rápido crescimento da Inteligência Artificial e sua influência direta sobre o futuro dos negócios digitais. Com a mudança, a ABIACOM seguirá atuando como espaço de integração, capacitação e representação do e-commerce, mas agora com uma agenda ampliada para IA:

- Fomentar a aplicação prática da IA nas empresas.
- Promover debates e pesquisas sobre ética, regulação e impacto da IA nos negócios.
- Oferecer suporte a empresas e profissionais que desejam implementar soluções inteligentes em suas operações.
- Auxiliar na criação de políticas públicas para o setor

www.abiacom.org
contato@abiacom.org



BrazilPanels

A mais completa empresa de pesquisa de mercado do Brasil. Nosso time está sempre aproximando, conectando e interagindo com os consumidores em seus diversos momentos da vida, onde as decisões realmente acontecem. Utilizamos de todas as potencialidades e abrangência do universo para nos conectarmos e nos aproximarmos das pessoas.

Nossa missão é ajudar nossos clientes a alcançar o sucesso através da Maestria.

www.brazilpanels.com

claudio.vasques@brazilpanels.com.br

(11) 97482-1761

Lideres.ai

escola de líderes

A Lideres.ai surgiu da necessidade do mercado em formar talentos com habilidades em Inteligência Artificial e Ferramentas Digitais. Oferecemos treinamentos corporativos de IA, Ecommerce e Marketing Digital para líderes e equipes que querem ser protagonistas.

A fórmula de sucesso em formar profissionais foi testada e validada na trajetória dos sócios da Lideres.ai, que já treinaram mais de 300.000 alunos. Trazemos as inovações do mercado de trabalho para dentro de sala de aula. Somos a única com o AI, de Artificial Intelligence, no sobrenome.

www.lideres.ai

contato@lideres.ai

[Clique aqui para falar por WhatsApp](#)