NTT DATA

Designed with the power of **GenAI**

2025

Inteligência Artificial na América Latina

A onda da IA Generativa como catalisadora de negócios

MIT Technology Review
Publicado por Opinno

Índice

1. Introdução 3

2. Metodologia 4

3. Resumo executivo 7

4. Principais conclusões 15

4.1. O caminho para a maturidade da IA e a ascensão da IA Generativa: da exploração à implementação inicial

4.2. A corrida pela IA se acelera: cresce a adoção da IA Tradicional e da IA Generativa enquanto as empresas buscam capitalizar seu valor

4.3. TI, dados e marketing: as áreas pioneiras no uso da IA Generativa na América Latina

4.4. Eficiência operacional e produtividade: os benefícios mais procurados da IA

4.5. A IA como um pilar estratégico: uma ferramenta essencial para a transformação

4.6. Investimento em IA Generativa: da exploração à expansão

4.7. Organização para a gestão da IA: da liderança em IA à inovação em IA Generativa

4.8. Ecossistema da IA Generativa: novos modelos além da OpenAI

4.9. IA Generativa para desenvolvimento de software

4.10. Talentos em IA: da consultoria ao treinamento interno

4.11. Talento, dados e estratégia: Principais desafios na adoção da IA

4.12. Transformação responsável: o valor da ética na adoção da IA

4.13. IA Tradicional vs. IA Generativa: Casos de uso e implementação

5. O que esperar do futuro 53

1. Introdução

A inteligência artificial não é apenas uma tecnologia, é o motor que está redefinindo a forma como as organizações da América Latina operam, inovam e concorrem. Nos últimos anos, a IA evoluiu de uma ferramenta emergente para um eixo estratégico para transformar setores, otimizar operações e criar experiências de usuário mais personalizadas.

O relatório "Inteligência Artificial na América Latina 2025: A onda da IA Generativa como catalisadora de negócios", realizado pelo MIT Technology Review en español, em parceria com a NTT DATA, oferece uma **visão abrangente sobre o estado da adoção da inteligência artificial na região**, abordando tanto a consolidação da IA Tradicional quanto a crescente proeminência da IA Generativa. O estudo mostra como essas tecnologias estão sendo integradas em vários setores, como bancos e finanças, energia e petróleo, saúde, varejo, entre outros.

Por meio de uma metodologia criteriosa que combinou pesquisas de empresas da região e entrevistas com tomadores de decisão e líderes de tecnologia, foi realizada uma **análise que reflete os resultados dos investimentos e os avanços tecnológicos, mas também registra as percepções e os desafios enfrentados pelas organizações na jornada rumo à transformação digital**. Essa abordagem quantitativa e qualitativa destacou tanto as oportunidades quanto os desafios, fornecendo um panorama detalhado e prático, de grande valia para o leitor.

Entre as principais descobertas, foram reveladas tendências como o aumento do investimento em IA Generativa, a função transformadora dos assistentes virtuais e a aplicação estratégica da IA para melhorar a eficiência operacional e a experiência do cliente. No entanto, o relatório também destaca desafios recorrentes, como a escassez de talentos especializados, dificuldades na integração de dados, falta de transparência estratégica e preocupações éticas associadas à segurança e ao uso dessas tecnologias.

Um relatório que vai além de fornecer dados, **este estudo apresenta um roteiro para os líderes empresariais, com descobertas valiosas para planejar a adoção de tecnologia com uma visão de futuro** – é um convite para transformar as limitações em oportunidades e liderar a revolução digital na América Latina.

 © Copyright NTT DATA, Inc.

2. Metodologia

 © Copyright NTT DATA, Inc.

Países participantes do estudo

 © Copyright NTT DATA, Inc.

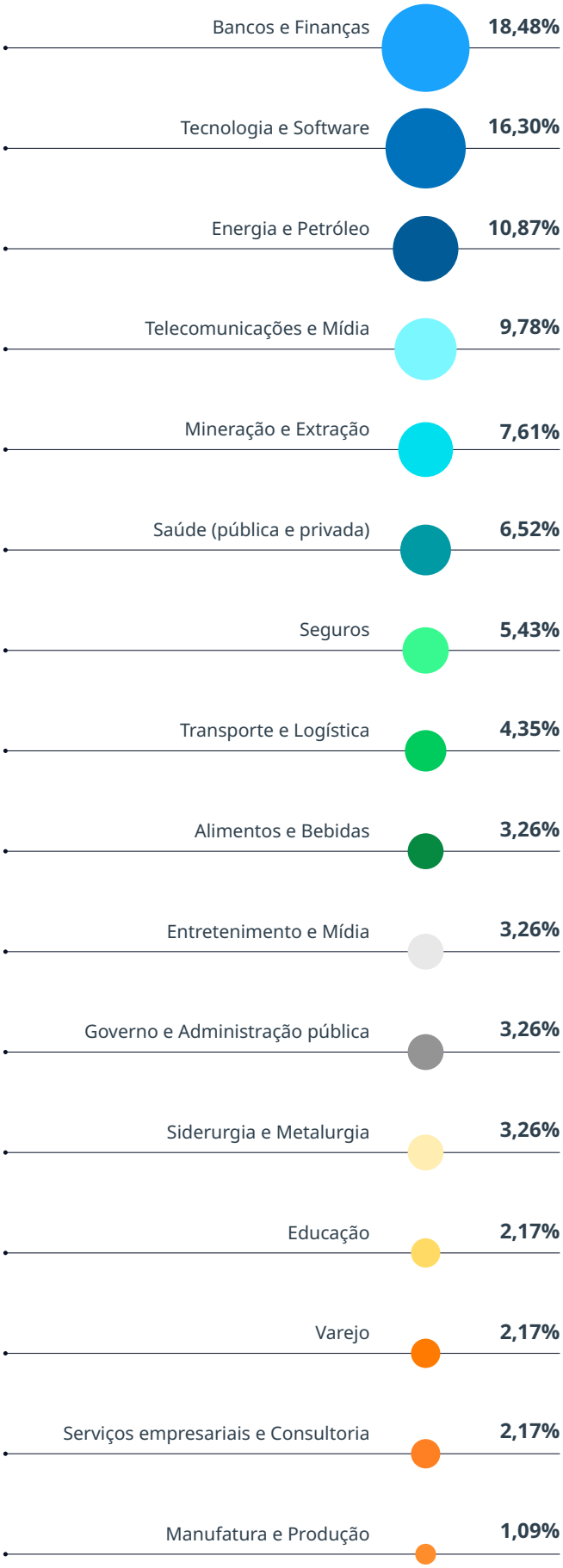
2. Metodologia

Para analisar o estado de maturidade e adoção da inteligência artificial e da inteligência artificial generativa nas empresas da América Latina, foram realizadas **92 pesquisas com líderes empresariais da Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México e Peru**. Do total de participantes, 63,04% lideram áreas relacionadas a tecnologia e segurança, enquanto 36,96% lideram áreas de negócios.

A amostra incluiu diversos setores, sendo os mais representativos os de **bancos e finanças** (18,48%), **tecnologia e software** (16,30%)**, energia e petróleo** (10,87%) e **telecomunicações e mídia** (9.78%). Outros setores, como **seguros, saúde** e outros, também estavam presentes, mas em menor escala, representando os 44,57% restantes.

Para complementar o estudo, essa metodologia quantitativa foi acompanhada por uma abordagem qualitativa baseada na realização de **16 entrevistas on-line com líderes proeminentes do setor de tecnologia**, incluindo CTOs, CDOs, CIOs, CTOs e CTOs das áreas de transformação digital, inteligência artificial e análise, assim como diretores e gerentes de inovação digital, a fim de validar as descobertas e as hipóteses que surgiram da pesquisa. Essa abordagem dupla forneceu uma **perspectiva ampla sobre o estado atual e as tendências futuras** no campo da inteligência artificial e da inteligência artificial generativa na região.

Setores participantes do estudo



3. Resumo executivo

 © Copyright NTT DATA, Inc.

3. Resumo executivo

A NTT DATA e o MIT Technology Review en español publicaram a quarta edição do estudo **"Inteligência Artificial na América Latina 2025: A onda da IA Generativa como catalisadora de negócios"**, que revela como essa tecnologia, em suas formas tradicionais e generativas, está se consolidando como uma ferramenta estratégica para as organizações. O relatório, por meio de entrevistas e pesquisas com líderes empresariais da região, analisa o progresso na adoção da IA, assim como os desafios que permanecem em termos de talento, infraestrutura e retorno sobre o investimento.

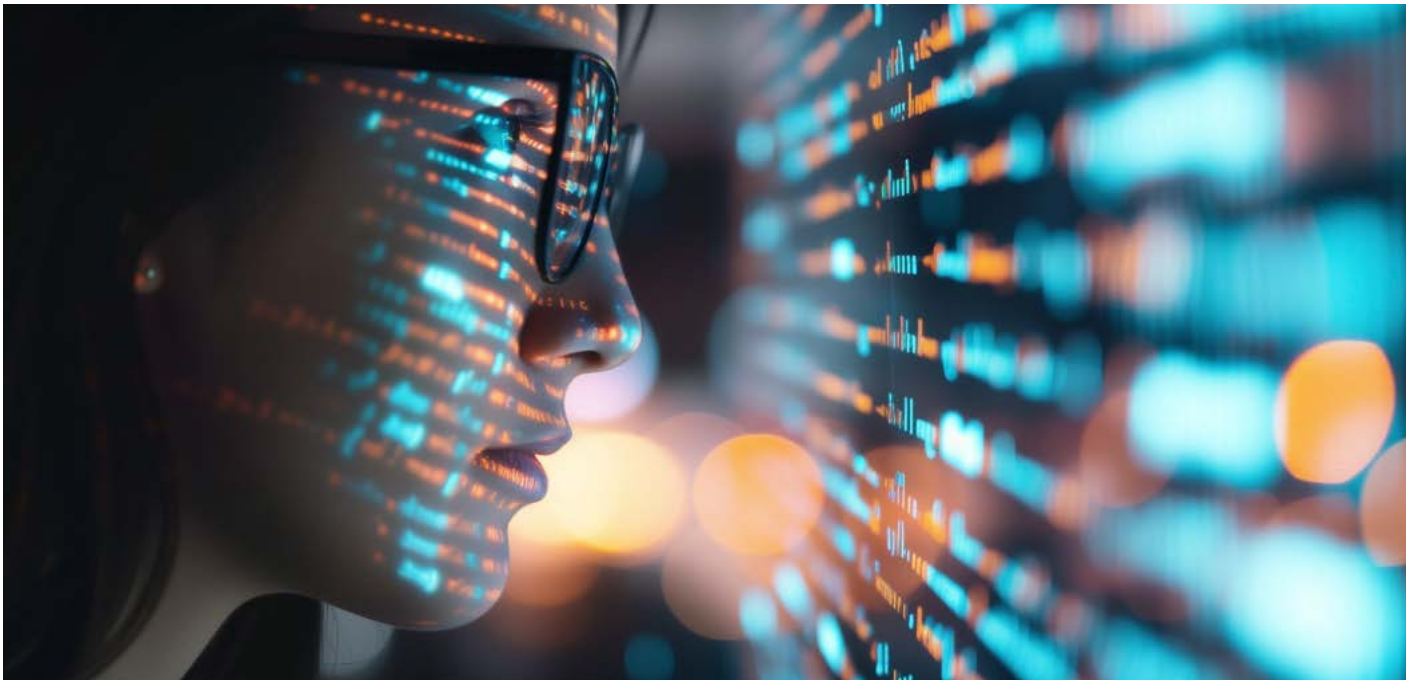
Este relatório abrange descobertas que ilustram como as empresas estão explorando a IA, destacando benefícios, histórias de sucesso, novos modelos funcionais, projeções de investimento e oportunidades futuras. As diferenças entre a IA Tradicional e a IA Generativa se tornam evidentes: A IA Tradicional se concentra em permitir que as máquinas aprendam, raciocinem e tomem decisões de forma autônoma, destacando-se em tarefas específicas; por outro lado, a IA Generativa vai um passo além, gerando novos conteúdos, como texto, imagens e música, simulando a criatividade humana e adquirindo recentemente a capacidade de "raciocinar".

Maturidade da IA Tradicional e a ascensão da IA Generativa

Em 2024, a IA Tradicional atingiu um marco importante na América Latina, com 46,74% das organizações na fase inicial de implementação. Além disso, **a porcentagem de empresas na fase inicial diminuiu drasticamente, para apenas 3,26% este ano**, refletindo o crescente reconhecimento estratégico da IA. A transição da fase de exploração para a fase de implementação foi marcada por um aumento no número de empresas que estabeleceram projetos-piloto (46,74%), passando para iniciativas estruturadas com geração de valor real. Já 23,91% das organizações estão em estágios mais avançados, mas apenas 10,87% lideram o mercado com implementações em larga escala.

Quanto à IA Generativa, 42,39% das empresas estão nos estágios iniciais de adoção. É surpreendente o grande avanço dessa tecnologia, que, em praticamente um ano e meio, atingiu o mesmo nível de implementação inicial que a **IA Tradicional (43,48%)**, embora, logicamente, em estágios mais avançados, esse número seja reduzido. Apenas 8,70% das organizações estão em um nível significativo de implementação. Os resultados refletem um ecossistema empresarial na região que avançou rapidamente na adoção da IA, consolidando seu papel como ferramenta estratégica nas operações das empresas.

 © Copyright NTT DATA, Inc.



A adoção da IA cresce com o tempo

A adoção da IA cresceu rapidamente nos últimos anos. **Em 2024, 25% das empresas já utilizavam a IA Tradicional,** refletindo um aumento significativo em relação a 2023 (8,33%). Além disso, **a IA Generativa ganhou terreno, com 22,83% de adoção**, destacada por sua acessibilidade por meio de interfaces amigáveis. Esses dados mostram uma aceleração na integração da IA, com mais organizações iniciando projetos em vez de adiá-los. Por outro lado, **a IA Tradicional continua sendo mais comum, com 30,43% das empresas utilizando IA com um a três anos de experiência.** Finalmente, o relatório mostra uma diminuição na porcentagem de **empresas que planejam adotar a IA no futuro. Apenas 6,52% das empresas planejam iniciar a implementação em 2025.**

TI, dados e marketing: áreas pioneiras em IA Generativa

As áreas de TI/Desenvolvimento de Software e Dados lideram a adoção de ambas as tecnologias de IA na América Latina, com 50% e 43,48% de implementação, respectivamente. Essa adoção é impulsionada por sua relevância estratégica. **Marketing, design e publicidade também se destacam por uma rápida adoção da IA Generativa, com 34,69%** das empresas utilizando essa tecnologia para criar conteúdo personalizado e campanhas inovadoras. Em contraste, as áreas de risco (21,74%), cadeia de suprimentos (16,30%) e logística (15,22%), bem como finanças, são áreas vitais que apresentaram níveis mais baixos de adoção da IA Generativa.

Principais benefícios da IA: eficiência operacional e produtividade

Entre as organizações pesquisadas, 54,35% citam a eficiência operacional como o principal benefício da IA, com aplicações tradicionais e generativas de IA sendo altamente valorizadas. **Enquanto a IA Tradicional é reconhecida por sua capacidade de reduzir custos (18,48%), a IA Generativa ganha terreno como catalisadora da inovação,** especialmente no desenvolvimento de produtos e serviços (6,52%), na otimização operacional e na redução de custos (6,52%) e no alinhamento com os objetivos estratégicos de negócios (6,52%).

O aumento da produtividade é outro benefício importante, identificado por 51,09% das empresas que combinam as duas formas de inteligência artificial. A IA disponibiliza recursos para tarefas estratégicas em países como a Colômbia e o Chile. Além disso, **48,91% das organizações reconhecem sua capacidade de analisar grandes volumes de dados**, um benefício que facilita a tomada de decisões mais informadas, com relevância especial na Colômbia, na Argentina e no Peru.

© Copyright NTT DATA, Inc.

A IA como uma ferramenta estratégica para a transformação

A confiança no potencial da IA, tanto tradicional quanto Generativa, aumentou consideravelmente nas empresas, que a veem como uma ferramenta essencial para o crescimento e a competitividade. **De acordo com 73,91% das organizações, a IA Tradicional tem um alto potencial para revolucionar suas operações,** enquanto apenas 26,09% a veem como uma ferramenta de impacto moderado.

Por outro lado, **a IA Generativa também foi recebida de forma positiva, com mais de 90% das empresas registrando algum impacto benéfico.** Para 61,96% das organizações, a IA Generativa pode transformar suas operações, enquanto 31,52% preveem um impacto moderado. Apesar disso, 6,52% das empresas ainda não acreditam que a adoção trará valor imediato.

Variações no investimento em IA Generativa

O investimento em IA Generativa está em um estágio exploratório em muitas organizações. Embora algumas das empresas não tenham conhecimento das porcentagens alocadas para essa tecnologia, há um interesse crescente, especialmente em áreas-chave como negócios e segurança. **Em 2024, 21,74% das organizações alocaram entre 1% e 2% de seu orçamento para IA Generativa, 10,87% investiram entre 3% e 5% e quase metade das empresas pesquisadas não tinha certeza sobre a alocação de seu orçamento.**

O panorama do investimento difere entre setores, indústrias e países. Na área de segurança, 16,67% já alocaram mais de 15% de seu orçamento para IA Generativa, enquanto nos negócios, 26,47% alocaram entre 3% e 5%. Setores como energia e petróleo e mineração e extração têm aumentos menores em seus investimentos. Em termos de países, o Brasil e o México se destacam com aumentos significativos projetados em seus orçamentos, a Argentina e a Colômbia mostram uma abordagem mais moderada, enquanto o Chile e o Peru mostram maior variabilidade, com uma proporção considerável de empresas que ainda não investem em IA Generativa.

Gestão e implementação da IA

As empresas estão formalizando suas estruturas e liderança para a gestão de iniciativas de IA, embora não haja um modelo organizacional predominante. **Em 2024, 50% das organizações têm um líder centralizado para projetos tradicionais de IA, enquanto para a IA Generativa esse número é de 46,75%. No entanto, 17,39% das organizações em IA Tradicional e 25% em IA Generativa ainda não têm liderança,** refletindo a falta de maturidade organizacional e de estratégia nessa área emergente. Setores como bancos e finanças, energia e petróleo e TI/Desenvolvimento de software mostram níveis variados de progresso na designação de líderes de IA. Enquanto alguns têm equipes e comitês formais liderados pelo *C-Level*, outros delegam essas iniciativas a equipes de inovação ou *champions ad hoc*.

Novos modelos funcionais além do OpenAI

A adoção de modelos funcionais de IA Generativa na América Latina é liderada pela OpenAI-GPT, utilizado por 42,16% das empresas devido à sua capacidade de solucionar problemas complexos e se adaptar a vários setores. No entanto, **outros participantes, como o Google Gemini (16,67%) e o Meta Llama (12,75%), estão ganhando terreno**, refletindo um ecossistema cada vez mais competitivo e diversificado. Por outro lado, existem barreiras técnicas e de recursos para uma adoção mais ampla por parte das empresas. **Apenas 6,86% desenvolvem seus próprios modelos e outros 6,86% não utilizam nenhum modelo funcional.** Além disso, ferramentas como Copilot, Microsoft AWS e modelos baseados em algoritmos proprietários têm baixa adoção (0,98%), associada à falta de informações ou ao acesso limitado na região.

IA Generativa para desenvolvimento de software

A IA Generativa vem consolidando sua posição como uma ferramenta essencial no ciclo de vida do desenvolvimento de software, com 48,07% das empresas explorando sua implementação para otimizar processos e cerca de 5,77% aplicando outras soluções. No entanto, 46,15% das organizações ainda não implementam IA Generativa no desenvolvimento de software e 5,77% não sabem informar se a empresa utiliza alguma dessas tecnologias. **O GitHub Copilot lidera como a ferramenta mais utilizada, com 42,30% de preferência** entre as organizações que integraram a IA Generativa**.**

Talento e consultoria em IA

O foco dos talentos de IA está mudando à medida que as organizações se tornam mais maduras tecnologicamente. **Nos estágios iniciais, 53,49% das empresas dependem de consultores externos para obter conhecimento técnico.** Em contrapartida, as empresas mais avançadas priorizam o treinamento de seus colaboradores: **Em 2024, 61,96% utilizaram programas internos para treinar suas equipes em IA.**

Embora **os serviços de empresas de consultoria ou organizações especializadas continuem sendo uma prática comum, utilizada por 52,17% das organizações para ambos os tipos de IA,** a contratação de talentos especializados também cresceu, passando de 27% em 2023 para 44,57% em 2024. Esse cenário reflete o interesse das empresas em integrar as habilidades tradicionais e generativas da inteligência artificial: **100% das empresas líderes demonstraram preferência pelo treinamento interno.**

Principais desafios na adoção da IA

A adoção da IA enfrenta barreiras importantes que afetam sua implementação nas organizações. **A falta de talentos especializados se destaca como o maior desafio, identificado por 44,57% das empresas, especialmente em IA Generativa (15,22%).** Além disso, **a qualidade e a quantidade de dados são um grande desafio, identificado por 43,48% das organizações. A falta de clareza estratégica também é uma barreira identificada pelas empresas, especialmente no caso da IA Generativa (10,87%). Outros desafios relevantes** que se destacam são **o retorno sobre o investimento (35,87%) e os custos de implementação e manutenção (36,96%).** A IA Generativa enfrenta um nível mais alto de incerteza devido ao seu estágio inicial de adoção, enquanto as aplicações mais estabelecidas da IA Tradicional mostraram um progresso mais sólido na percepção da relação custo-benefício. Por fim, **os desafios culturais, técnicos e éticos, como a resistência à mudança (10,77%), a efeito "caixa-preta" e a alucinação, comprometem a confiança na IA**, destacando-se como outros desafios relevantes.

© Copyright NTT DATA, Inc.

Ética na adoção da IA

A ética evoluiu e passou a ocupar um lugar central nas estratégias de adoção da IA. Essa mudança responde à **necessidade de alinhar o uso da IA com princípios responsáveis que priorizam a privacidade, a cibersegurança e o tratamento adequado dos dados. Até 2024, 38,04% das organizações reconhecem a importância de boas práticas éticas em IA,** embora muitas ainda não tenham políticas formalizadas. No entanto, **7,61% não veem isso como uma prioridade**, refletindo a maturidade tecnológica limitada ou o conhecimento limitado de IA. **O progresso na implementação de políticas éticas está relacionado à maturidade tecnológica das organizações** As empresas em estágio inicial tendem a não priorizar essas práticas, enquanto aquelas com mais experiência as integram como parte fundamental de suas operações.

Casos de uso e implementação de IA

A IA transformou vários setores com suas duas vertentes principais: **A IA Tradicional,** consolidada nos principais processos de negócios, destaca-se em setores como bancos e finanças, saúde e varejo, onde **promove melhorias na eficiência, personalização e qualidade; e a IA Generativa, que promete revolucionar áreas como marketing, vendas e desenvolvimento de produtos por meio da hiperpersonalização, geração e extração de conteúdo de texto, análise de emoções e criatividade assistida, com foco inicial em benefícios tangíveis e escaláveis**. Setores como o de telecomunicações e mídia aproveitam os recursos da IA Generativa para a criação de conteúdo, enquanto os setores bancário e financeiro empregam assistentes virtuais para oferecer experiências personalizadas. No entanto, as organizações estão priorizando aplicações que maximizam a eficiência operacional, como a extração de informações de documentos ou a análise automatizada de dados, relegando os usos criativos para um estágio futuro.

© Copyright NTT DATA, Inc.

Uma visão do futuro

O futuro da inteligência artificial é marcado pela necessidade de dimensionar sua adoção de forma estratégica. As empresas enfrentam o desafio de avançar das implementações iniciais para as integrações avançadas, o que requer uma governança transparente, treinamento de talentos e metodologias ágeis. **A IA Generativa será fundamental para essa evolução, com casos de uso prioritários,** como personalização de conteúdo, automação de marketing criativo e diagnósticos avançados de saúde.

Além da escalabilidade, **a infraestrutura de dados representa outro desafio crítico.** A implementação eficaz da IA Generativa depende da disponibilidade de dados confiáveis e acessíveis, o que leva as empresas a estruturar melhor suas informações e adotar ferramentas intuitivas para sua gestão. **À medida que as organizações fortalecem sua infraestrutura, espera-se que a IA se integre mais perfeitamente aos processos empresariais,** permitindo um uso mais estratégico e eficiente.

Por fim, **a evolução dos assistentes virtuais, a combinação de IA Tradicional e IA Generativa e, especialmente, a segunda fase baseada na implementação de agentes inteligentes autônomos, redefinirão a forma como as empresas interagem com a tecnologia.** Esses sistemas serão capazes de personalizar as interações, otimizar a produtividade e fornecer soluções mais inteligentes. Além disso, **os agentes inteligentes surgem como uma inovação importante, possibilitando a automação de tarefas complexas de forma flexível, permitindo que casos de uso adaptativos sejam resolvidos em contextos variáveis.** Nos próximos anos, a IA Generativa não será apenas uma ferramenta complementar, mas uma **parte essencial das operações empresariais**, transformando os setores e redefinindo a experiência do usuário.

Reflexão do estudo

A evolução da inteligência artificial na América Latina: entre a consolidação e a revolução

A inteligência artificial na América Latina deixou de ser uma promessa tecnológica para se tornar uma realidade estratégica em diversos setores. Este estudo, baseado em pesquisas e entrevistas com as maiores empresas da região, evidencia que a adoção da IA avança rapidamente. No entanto, estamos testemunhando uma mudança de paradigma: enquanto a IA Tradicional se consolidou em processos críticos de negócios, a IA Generativa surgiu com força em áreas mais periféricas, embora seu potencial transformador ainda esteja em fase inicial de exploração.

A IA Tradicional atingiu um alto nível de maturidade na região. A tecnologia se tornou um motor essencial para setores como bancos, varejo e manufatura, otimizando a eficiência operacional, aprimorando a tomada de decisões baseada em dados e reduzindo custos. Não surpreende que quase metade das empresas entrevistadas já tenha implementações estruturadas dessa tecnologia, consolidando-a como um recurso indispensável para seus negócios.

Esse crescimento reflete não apenas a confiança na tecnologia, mas também a capacidade das organizações de expandir seu uso para além de provas de conceito. Embora a adoção plena ainda enfrente desafios, como a escassez de talento especializado e a necessidade de uma infraestrutura de dados robusta, a IA Tradicional já não é mais um experimento, mas sim uma vantagem competitiva concreta.

Por outro lado, **a IA Generativa emergiu como um fenômeno altamente disruptivo**. Seu crescimento tem sido vertiginoso: em apenas um ano e meio, os níveis de implementação inicial já se equiparam aos da IA Tradicional. No entanto, sua adoção ainda está concentrada principalmente em áreas como marketing, atendimento ao cliente e geração de conteúdo, onde sua capacidade de personalização de experiências e automação de tarefas criativas já demonstrou grande valor.

Apesar desse progresso, sua presença nos principais processos de negócios ainda é limitada. O motivo? Desafios persistentes, como incertezas sobre o retorno do investimento, dificuldades na integração com sistemas empresariais existentes e preocupações com qualidade e segurança dos dados. Muitas organizações veem a **IA Generativa como uma tecnologia promissora e estão dispostas a continuar investindo nela, mas ainda enfrentam barreiras** antes de confiar a essa tecnologia operações críticas.

O ano de 2024 marca um ponto de inflexão, com a chegada dos agentes autônomos, impulsionando o conceito de ***Agentic AI*** — modelos capazes de executar casos de negócio de forma flexível e adaptável, sem necessidade de estarem programados para determinada função. À medida que a confiança nessas tecnologias crescer e as organizações superarem os desafios de adoção, veremos a IA Generativa migrar progressivamente para funções mais estratégicas e operacionais.

As empresas que desejam liderar essa transformação precisarão ir além da experimentação e focar em escalabilidade, investindo em plataformas tecnológicas, talentos especializados e estruturas de governança robustas.

A IA na América Latina não é uma tendência passageira, mas sim uma força que está redefinindo o panorama empresarial. Enquanto a IA Tradicional já é um pilar sólido para muitas empresas, a IA Generativa chegou para desafiar as regras do jogo. Sua adoção massiva em processos críticos ainda está em construção, mas com a evolução para agentes mais autônomos e o aumento dos investimentos nessa tecnologia, estamos no limiar de uma nova era. A inteligência artificial deixará de ser apenas uma ferramenta de suporte para se tornar um verdadeiro motor de transformação. As empresas que souberem **antecipar** essa mudança e superar as barreiras de adoção terão uma **vantagem competitiva** significativa. A revolução da IA na região mal começou. Você está pronto para fazer parte dela?

Pablo Sáez Núñez
Head Data & Analytics
Iberia & LATAM

4. Principais conclusões

 © Copyright NTT DATA, Inc.

4. Principais conclusões

4.1. O caminho para a maturidade da IA e a ascensão da IA Generativa: da exploração à implementação inicial

A IA Tradicional continuou avançando na América Latina e, em 2024, **consolidou-se na fase de implementação inicial das organizações**, com quase metade das empresas já contando com integrações práticas e estruturadas. Esse progresso abriu caminho para a IA Generativa, que começa a apresentar níveis de implementação comparáveis aos de sua predecessora.

Nos últimos três anos, as organizações evoluíram em relação à adoção da IA Tradicional e ao nível de maturidade dessa tecnologia dentro das empresas. Em 2022, 19% das companhias declararam estar na fase sem experiência, pois ainda não consideravam o uso e a adoção dessa tecnologia. Esse percentual caiu para 10% em 2023 e reduziu-se significativamente para 3,26% em 2024. Essa evolução demonstra que **a maioria das organizações passou a reconhecer a importância estratégica da IA** e a tomar medidas concretas para sua integração, avançando da inércia para a ação e exploração.

> Ampliamos significativamente nossos recursos, projetos e foco. Em nosso banco, a adoção de IA foi incluída em 2024 como um resultado estratégico dentro da nossa pirâmide estratégica, que conta com nove resultados-chave. Isso representou um salto quântico nos recursos disponíveis e no direcionamento da organização.

CDO de uma empresa do setor bancário. Peru.

 © Copyright NTT DATA, Inc.

No estudo realizado pela MIT Technology Review en español em parceria com a NTT DATA, apenas 15,22% das empresas afirmaram permanecer em uma fase inicial de exploração em 2024, investigando os benefícios potenciais da IA Tradicional. Esse número contrasta com os percentuais mais elevados registrados nos anos anteriores: 39% em 2023 e 21% em 2022. A diminuição na fase de exploração sugere uma mudança positiva: **muitas organizações avançaram para estágios mais maduros, avançando de provas de conceito para implementações práticas.** Esse avanço indica que, embora algumas iniciativas não tenham atendido às expectativas e tenham sido descontinuadas, **as empresas conseguiram transformar seus experimentos em aplicações concretas** que geram valor real para os negócios.

Por outro lado, os resultados também indicam um crescimento na adoção da IA em termos de implementação inicial. Em 2022, 16% das empresas relataram ter alguns projetos-piloto de IA Tradicional (apenas 13% contavam com uma estratégia definida para sua implementação). Já em 2023, o percentual de empresas na fase de "implementação inicial" subiu para 30%, chegando a 46,74% em 2024. Esse crescimento refletiu uma **transição significativa de iniciativas isoladas de exploração para projetos-piloto e implementações estruturadas**, permitindo às organizações desenvolver soluções operacionais que começam a gerar valor tangível. No entanto, essas iniciativas ainda não obtiveram escalabilidade na maioria das empresas.

Já no que se refere ao percentual de organizações que afirmaram estar na fase de implementação avançada, 23,91% atingiram esse estágio em 2024, em comparação com 15% em 2023. Esse avanço refletiu a **crescente capacidade das empresas de implantar soluções de IA Tradicional** que geram resultados concretos e sustentáveis em grande escala.

> Em relação ao uso de IA na organização, eu diria que estamos em um nível intermediário. Atualmente, temos casos de uso como nosso *pipeline* de desenvolvimento e a construção de código de engenharia.

Diretor de produtos digitais de uma empresa de varejo. Brasil.

Por fim, 10,87% das organizações afirmaram estar na fase de liderança no mercado, um aumento de 4,87 pontos percentuais em relação ao registrado em 2023 (6%). Esse crescimento indicou que um número cada vez maior de empresas conquistou vantagens competitivas significativas por meio de suas implementações avançadas de IA Tradicional.

© Copyright NTT DATA, Inc.

IA Generativa: rápida ascensão nas primeiras implementações

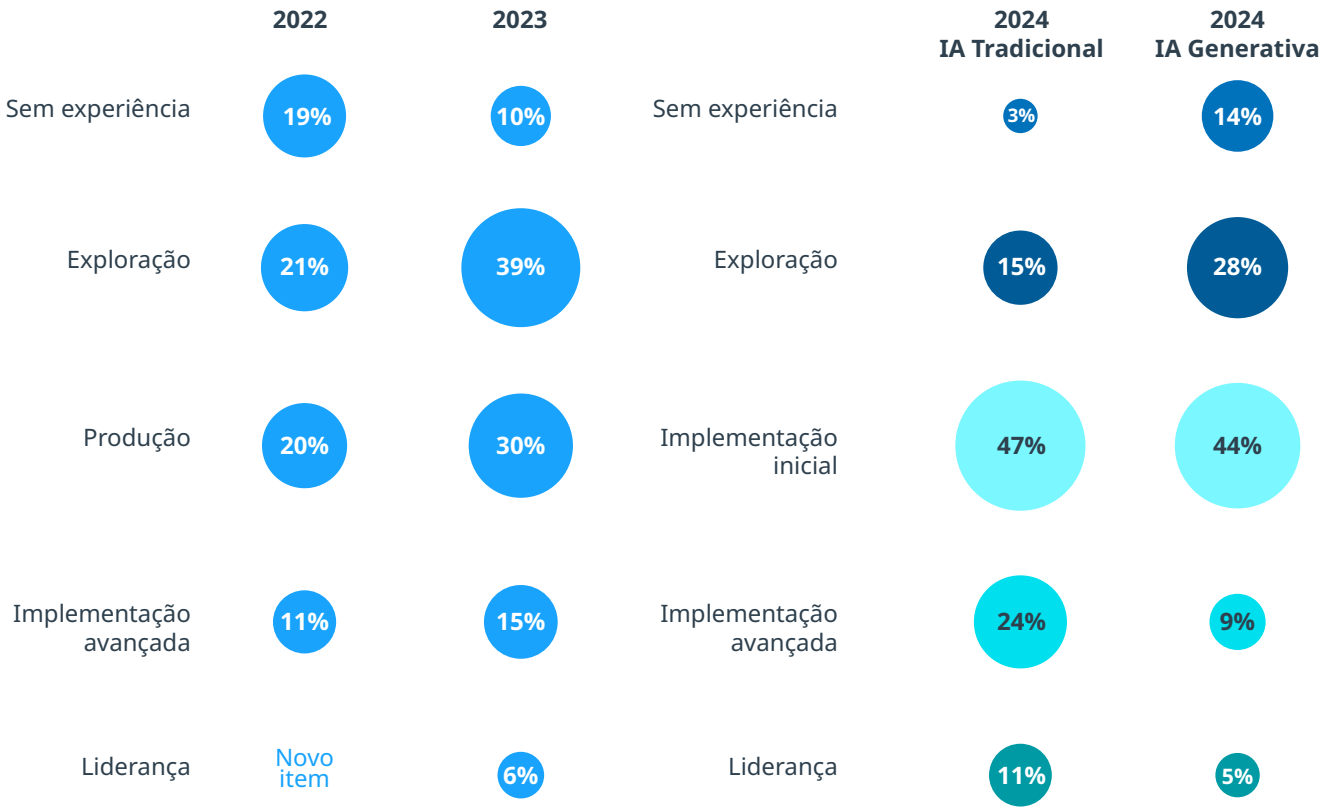
A IA Generativa surgiu rapidamente, marcando uma mudança significativa na forma como as organizações utilizam essas tecnologias. Embora a IA Tradicional continue liderando em áreas-chave, como automação de processos, análise de dados e otimização de operações, **a IA Generativa vem ganhando espaço com aplicações mais acessíveis e personalizáveis.**

Em 2024, 42,39% das empresas encontravam-se nas primeiras fases de adoção da IA Generativa, divididas entre a fase sem experiência (14,13%) e a fase de exploração (28,26%), o que indicava que muitas empresas ainda estavam avaliando o potencial da tecnologia antes de expandirem sua aplicação.

Os níveis de adoção da IA foram similares na fase de implementação inicial, com 46,74% na IA Tradicional e 43,48% na IA Generativa, refletindo um interesse significativo das empresas em ambas as tecnologias. No entanto, apenas 8,70% das empresas atingiram um nível de implementação avançada em IA Generativa e somente 5,43% afirmaram estar na fase de liderança no mercado, demonstrando que a maturidade dessa tecnologia ainda está em desenvolvimento.

Os resultados do relatório de 2024 evidenciaram que o ecossistema empresarial na América Latina avançou rapidamente na adoção de IA, consolidando-a como uma ferramenta estratégica nas operações das organizações. Cada vez mais empresas têm **superado as fases exploratórias e incorporado a IA em seus processos produtivos**, alcançando níveis avançados de implementação e se posicionando como líderes no mercado.

Estado de maturidade das empresas em relação ao uso e à adoção da IA



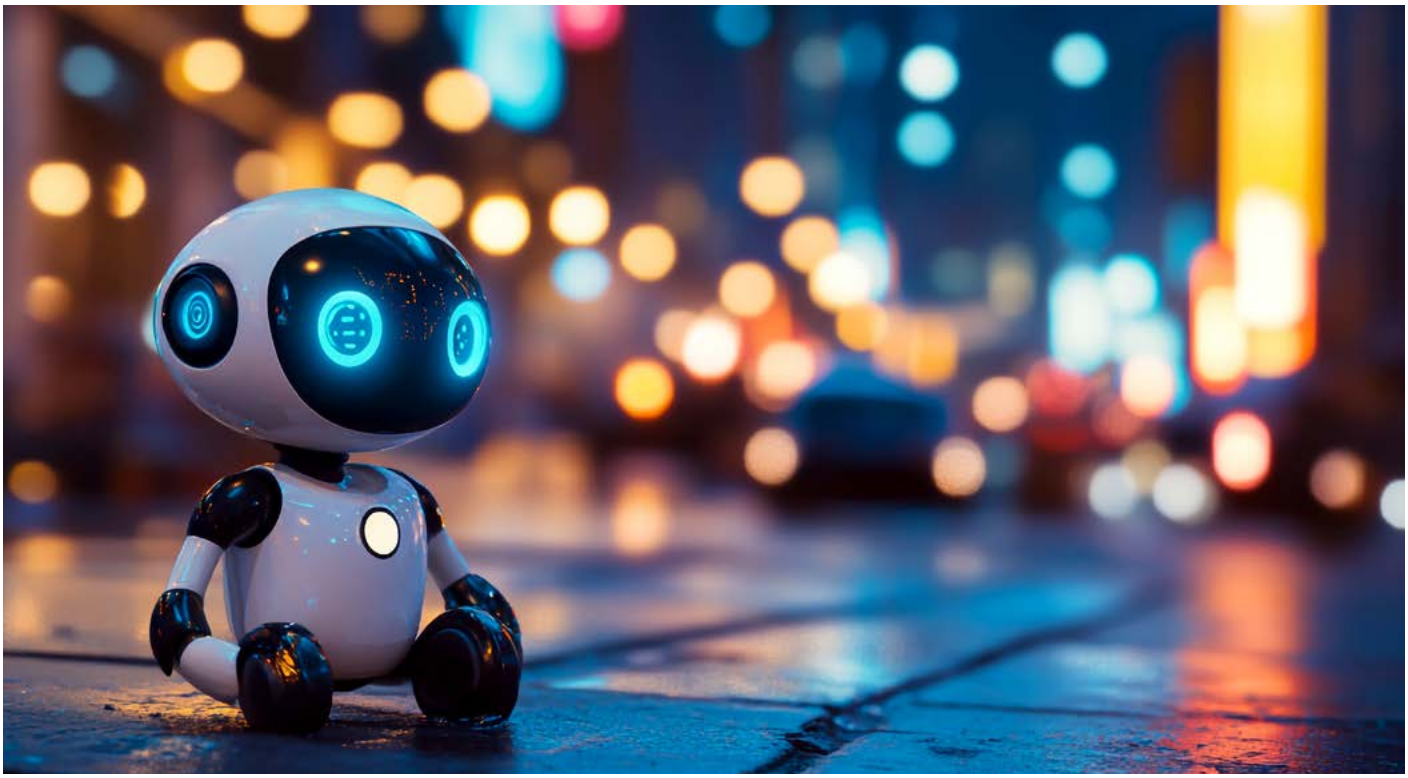
4.2. A corrida pela IA se acelera: cresce a adoção da IA Tradicional e da IA Generativa enquanto as empresas buscam capitalizar seu valor

A adoção da IA registrou um crescimento notável em 2023 e 2024. A IA Tradicional apresentou maior utilização, com algumas empresas acumulando mais de cinco anos de experiência, enquanto a IA Generativa ganhou tração rapidamente, impulsionada por interfaces intuitivas que facilitam a experimentação com soluções em linguagem natural. Esta seção analisa a **adoção da IA com base no tempo de uso**, diferenciando-se da análise anterior, que abordava o nível de maturidade da tecnologia.

A IA Tradicional tem se consolidado como a tecnologia mais utilizada, com organizações que a implementaram de forma ativa nos últimos três a cinco anos. Em 2024, a adoção dessa tecnologia cresceu para 25%, superando significativamente os 8,33% registrados em 2023 e os 14% em 2022. Apenas 18,48% das empresas possuem mais de cinco anos de experiência com IA Tradicional, posicionando-se como pioneiras nessa tecnologia.

Esse avanço reflete uma **aceleração na adoção da IA**, com cada vez mais organizações iniciando projetos em vez de adiá-los. Embora a IA Generativa seja mais recente, 22,83% das empresas adotaram essa tecnologia em 2024, demonstrando um crescimento rápido na experimentação para explorar seu potencial. Esse aumento pode ser atribuído à **acessibilidade da IA Generativa, facilitada por ferramentas como *chatbots***, que simplificam sua integração em diversas áreas. No entanto, desafios críticos persistem, como preocupações com cibersegurança, o que destaca a importância de estratégias eficazes para mitigar esses riscos durante a implementação da tecnologia.

As organizações entrevistadas pela MIT Technology Review en español indicaram que 30,43% possuem entre um e três anos de experiência com IA Tradicional, um dado consistente com os 40% reportados em 2022. Isso sugere que **muitas empresas continuam em processo de amadurecimento de suas iniciativas**. Além disso, alguns modelos de IA Tradicional estão em uso há mais de 20 anos, especialmente nos setores de bancos e finanças. Por outro lado, a maioria das empresas começou a utilizar IA Generativa entre 2023 e 2024, sendo que 26,09% iniciaram sua implementação no primeiro semestre de 2023 e 22,83% em 2024, indicando um crescimento acelerado.



© Copyright NTT DATA, Inc.

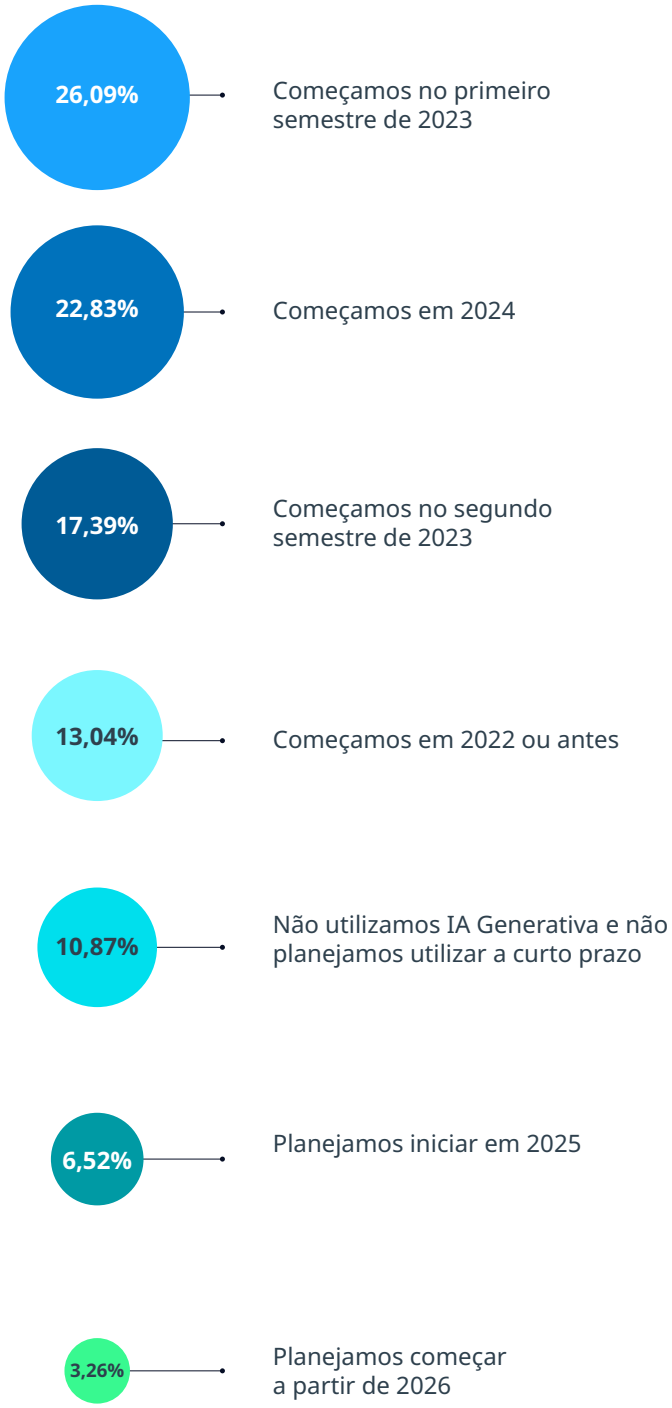
> Temos modelos com mais de 30 anos de existência. O primeiro modelo de detecção de fraude foi desenvolvido em 1993. Hoje, estamos em um nível avançado, com um ambiente interno robusto, estruturas sólidas, processos de governança e implantação bem definidos. Agora, estamos levando essa experiência ao mercado de forma geral.

Diretor de dados e IA de uma empresa de serviços financeiros.
Brasil.

O estudo também revelou que **algumas organizações** ainda não adotaram inteligência artificial e não têm planos para fazê-lo. Em 2024, 14,13% das empresas não utilizam IA Generativa e nem pretendem implementá-la a curto prazo, enquanto apenas 3,26% afirmaram o mesmo para a IA Tradicional. Esse cenário sugere que a IA Tradicional **é percebida como uma tecnologia mais consolidada, com um interesse crescente na exploração de seu potencial**. No entanto, a IA Generativa ainda enfrenta barreiras significativas para sua adoção.

Por fim, 6,52% das empresas declararam que planejam adotar IA Tradicional ou IA Generativa em 2025, enquanto 3,26% consideram iniciar o uso de IA Generativa em 2026 ou em um momento futuro. Em comparação com os anos anteriores, houve uma redução na proporção de organizações que planejam implementações futuras. Em 2022, 16% das empresas tinham planos de adotar IA em 2023, enquanto em 2023, 50% projetavam o início da implementação para 2024. Isso indica que **muitas empresas já deram os primeiros passos no uso da IA** e estão ajustando seus processos de adoção, priorizando projetos para capitalizar o valor dessas tecnologias de forma mais imediata.

Há quanto tempo as empresas da LATAM trabalham com IA Generativa



4.3. TI, dados e marketing: as áreas pioneiras no uso da IA Generativa na América Latina

As áreas de TI e Dados consolidaram-se como líderes na implementação da inteligência artificial, aproveitando sua relevância estratégica nos processos de automação e análise avançada. Por outro lado, marketing, design e publicidade destacaram-se pela rápida adoção da IA Generativa, demonstrando o potencial dessa tecnologia para transformar a criação de conteúdo e desenvolver campanhas inovadoras. Em contrapartida, as principais áreas de negócios, como finanças, logística e cadeia de suprimentos, avançaram em um ritmo mais lento, em parte porque a IA Tradicional já atende a muitas de suas necessidades, mas também porque as empresas estão buscando mais experiência com IA Generativa para atribuir a essa tecnologia seus principais processos de negócios.

As áreas de TI/Desenvolvimento de Software e Dados são as mais maduras na aplicação de ambos os tipos de inteligência artificial, com 43,48% e 50% de adoção, respectivamente. Em 2023, TI/Desenvolvimento de Software já liderava no uso da IA, com 15,96% de adoção da IA Tradicional, mantendo sua posição de destaque. Em 2024, a área incorporou também a IA Generativa, um avanço atribuído à sua familiaridade com tecnologia e à relevância estratégica para processos essenciais.

Por outro lado, **as áreas de marketing, design e publicidade apresentaram um crescimento expressivo na adoção da IA Generativa em 2024.** Em 34,69% das empresas, a IA é utilizada exclusivamente nessas áreas, superando o desempenho de outros setores. Esse comportamento reflete como essas **indústrias aproveitam a tecnologia para gerar conteúdo personalizado e criar campanhas publicitárias inovadoras**. Em 2023, a adoção da IA Tradicional em marketing foi de 10,24%, porém um ano depois, o interesse cresceu significativamente devido à sua capacidade de criar textos, imagens e conteúdo criativo. É importante ressaltar que todas as empresas entrevistadas implementaram algum tipo de inteligência artificial nessa área.

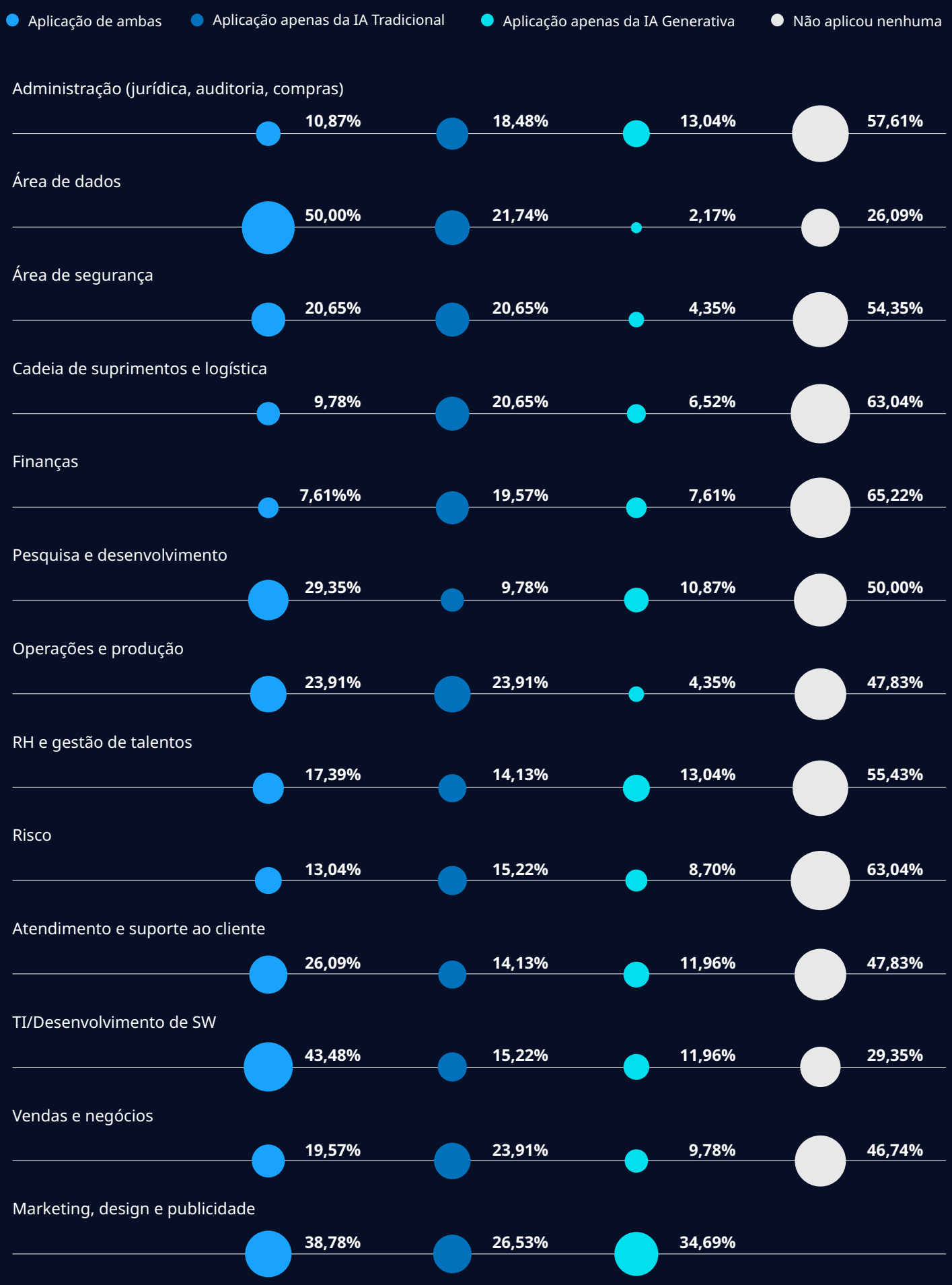
> Na área de design e marketing, temos o conceito de que a página inicial da aplicação pode ser personalizada para cada cliente, adaptando-se às suas preferências e ao que uma inteligência artificial generativa pode gerenciar para o cliente.

Diretor de produtos digitais de uma empresa de varejo. Brasil.

Por fim, **riscos** (21,74%)**, cadeia de suprimentos e logística** (16,30%)**, e finanças** (15,22%) **são as áreas com menores níveis de implementação de IA Generativa**. Esses resultados sugerem que a IA Tradicional já atende a muitas das necessidades desses setores, incluindo modelos financeiros, otimização de rotas logísticas, avaliação de riscos e eficiência no carregamento de contêineres. Além disso, em muitas áreas de negócios, a adoção de IA e IA Generativa ainda é limitada, possivelmente devido à falta de confiança na capacidade dessas tecnologias de oferecer resultados concretos e alinhados aos objetivos estratégicos das organizações.

 © Copyright NTT DATA, Inc.

Tradicional e/ou IA Generativa



4.4. Eficiência operacional e produtividade: os benefícios mais procurados da IA

A inteligência artificial continua se destacando como uma ferramenta essencial para otimizar fluxos de trabalho, automatizar processos e melhorar a produtividade das equipes, permitindo que os profissionais dediquem mais tempo a tarefas de maior valor estratégico. Enquanto a IA Tradicional se sobressai na melhoria da eficiência operacional, a IA Generativa é vista como uma solução inovadora para impulsionar a diferenciação competitiva e o desenvolvimento de novos produtos e serviços.

Eficiência operacional: o principal motor da adoção

A melhoria da eficiência operacional é o benefício mais destacado na aplicação da IA, com 54,35% das organizações utilizando tanto a IA Tradicional quanto a IA Generativa para esse propósito. **A capacidade dessas tecnologias de otimizar fluxos de trabalho e automatizar processos** consolida sua relevância em diversas indústrias, tanto para tarefas operacionais quanto para funções criativas e adaptativas. No entanto, 20,65% das empresas entrevistadas associam esse benefício exclusivamente à IA Tradicional.

Os resultados de anos anteriores reforçam essa tendência. Em 2022, 68,6% das empresas apontavam o aumento da produtividade como um dos principais benefícios da IA. Em 2023, 64% das organizações viam a tecnologia como uma ferramenta essencial para otimizar suas operações. No entanto, em 2024, essa percepção diminuiu para 56,52%, sugerindo uma diversificação no uso da IA. Atualmente, **as empresas estão ampliando o foco para além da eficiência operacional, explorando o desenvolvimento de produtos e serviços inovadores**.

> Posso destacar três áreas principais em que utilizamos esses modelos: detecção e prevenção de fraudes, cibersegurança e engajamento do cliente com ferramentas jurídicas. Embora também sejam úteis nas áreas de gestão de risco e crédito, nosso foco inicial sempre foi segurança e cibersegurança, com um ênfase especial na prevenção de fraudes e no relacionamento com os clientes.

Diretor de Dados e IA de uma empresa de serviços financeiros Brasil.

A adoção da IA Tradicional tem se destacado em áreas como eficiência operacional e redução de custos (18,48%). Por outro lado, **a IA Generativa vem se consolidando como uma ferramenta estratégica para inovação**, com aplicações relevantes no desenvolvimento de novos produtos e serviços (6,52%), na otimização operacional e redução de custos (6,52%) e no alinhamento com objetivos estratégicos do negócio (6,52%). Embora sua implementação em larga escala ainda esteja em estágio inicial, esses números indicam um **crescente interesse pelo potencial da IA Generativa, especialmente para personalização em massa** e criação de conteúdo diferenciado.

Este panorama revela uma evolução no uso da IA pelas organizações, que agora ampliam sua aplicação para além da eficiência operacional, explorando novas oportunidades estratégicas. Esse movimento destaca o papel da IA não apenas como uma ferramenta de otimização, mas também como um motor de diferenciação competitiva e inovação.

© Copyright NTT DATA, Inc.

Produtividade e análise de dados: impulsionadores estratégicos

O aumento da produtividade foi apontado como um dos principais benefícios da IA por 51,09% das organizações que utilizam tanto IA Tradicional quanto IA Generativa. Esse dado reflete a **capacidade da tecnologia de liberar tempo e recursos para atividades de maior impacto estratégico** dentro das empresas. Esse benefício tem sido particularmente relevante em países como Colômbia (81,25%) e Chile (35,71%), onde as empresas valorizam a sinergia entre os dois tipos de IA para alcançar suas metas.

O estudo também revelou que a **capacidade de analisar grandes volumes de dados** tem beneficiado 48,91% das organizações que utilizam ambas as tecnologias, permitindo tomadas de decisão mais informadas e baseadas em dados. No entanto, apenas 27,17% das empresas atribuem esse benefício exclusivamente à IA Tradicional. Essa vantagem tem sido mais expressiva em países como Colômbia (75%), Argentina (56,25%) e Peru (43,75%).

> Considero que a área mais relevante no momento é a equipe de ciência de dados corporativa. Eles lideram diversas iniciativas e, de muitas maneiras, representam a imagem da empresa no que se refere à inteligência artificial.

Diretor de gestão e análise de dados de uma empresa de Telecomunicações e Mídia. México.

4.5. A IA como um pilar estratégico: uma ferramenta essencial para a transformação

As empresas têm confiado cada vez mais no potencial da IA Generativa, com uma maioria significativa reconhecendo seu impacto positivo nas operações. Muitas organizações já integraram a IA Tradicional e a IA Generativa em seus objetivos estratégicos, evidenciando um compromisso claro com a adoção da tecnologia como um motor de crescimento e competitividade.

Para 73,91% das empresas, a IA Tradicional tem um alto potencial de transformação para suas operações, enquanto 26,09% atribuem a ela um impacto moderado. Nenhuma das organizações entrevistadas considera o potencial da IA Tradicional como baixo ou nulo, demonstrando confiança na tecnologia e sua crescente adoção em diversos setores.

Apesar de ser uma tecnologia relativamente nova, **mais de 90% das empresas já percebem algum impacto positivo** da IA Generativa. Para 61,96% das organizações, essa tecnologia tem alto potencial de transformação, enquanto 31,52% acreditam que o impacto será moderado. Apenas 6,52% das empresas consideram que a IA Generativa tem baixo ou nenhum potencial, o que indica que alguns casos de uso ainda estão em fase de exploração ou que essas organizações ainda não identificaram um valor imediato para essa tecnologia.

Os resultados do presente relatório revelam que os **setores de Bancos e Finanças e Telecomunicações e Mídia lideram a percepção positiva da IA Generativa.** No entanto, segmentos como Energia e Petróleo e Saúde também demonstram um interesse crescente, sugerindo uma tendência de experimentação e possível adoção em áreas específicas.

- No **setor de Bancos e Finanças**, 70,95% das empresas acreditam que a IA Generativa pode revolucionar suas operações, enquanto 29,41% a veem com um impacto moderado.
- No **setor de Telecomunicações e Mídia**, 66,67% das empresas enxergam a IA Generativa como uma tecnologia revolucionária, enquanto 33,33% preveem um impacto moderado.
- No **setor de Energia e Petróleo**, 50% das empresas acreditam que a IA Generativa terá um impacto significativo em suas operações.
- No **setor da Saúde**, 50% das empresas veem a IA Generativa como uma tecnologia com alto potencial de transformação, enquanto 33,33% consideram seu impacto moderado e 16,67% ainda não veem relevância na adoção da tecnologia. Apesar disso, 16,67% das empresas consideram que a IA Generativa não terá um impacto relevante em suas operações.

Tanto a **IA Tradicional quanto a IA Generativa são consideradas fundamentais para o crescimento e a transformação** a longo prazo das organizações. Esse fato reflete nos **51,09% das empresas que aplicam ambas as tecnologias em seus objetivos estratégicos**. As organizações têm começado a integrar essas tecnologias em seus planos estratégicos, sugerindo um modelo de adoção que vai além da operação, visando a criação de vantagens competitivas sustentáveis.

> Do ponto de vista comercial, nosso objetivo é garantir que todos os pontos de contato com nossos clientes, nas aplicações atuais, sejam 100% personalizados por meio da inteligência artificial. Do ponto de vista da engenharia e do desenvolvimento de equipamentos, o objetivo é ser mais produtivo e eficiente com os recursos existentes.

Diretor de produtos digitais de uma empresa de varejo. Brasil.

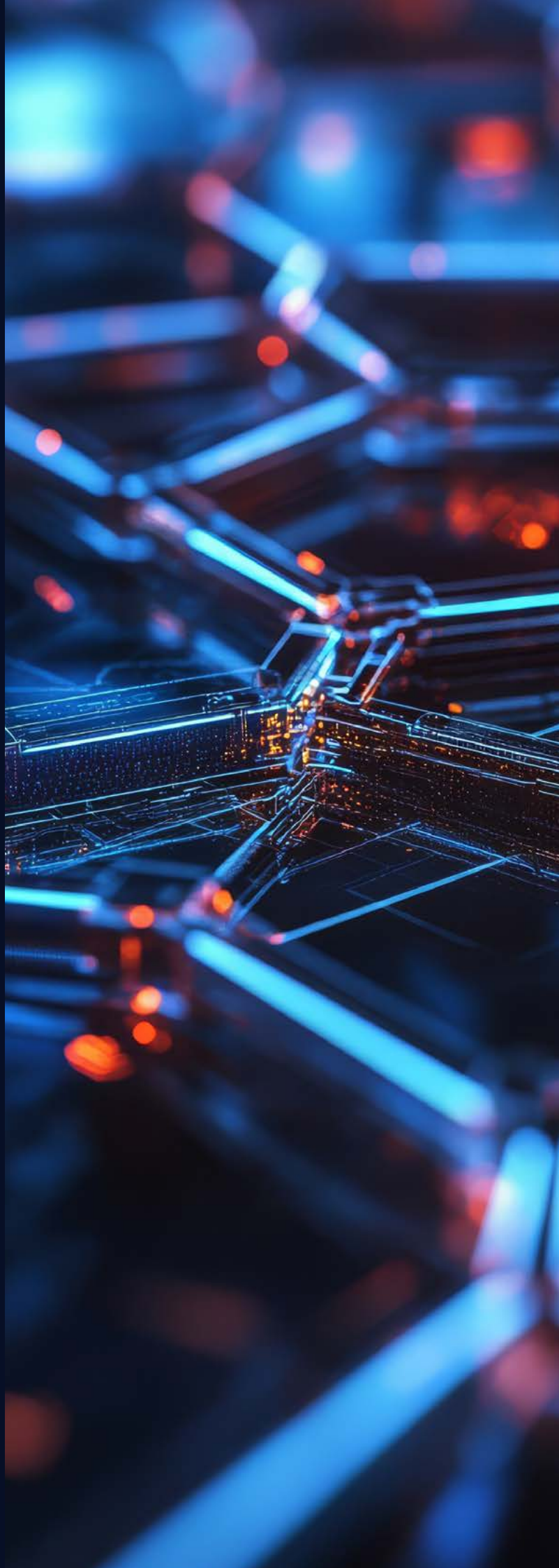
 © Copyright NTT DATA, Inc.

Conforme entrevistas realizadas pelo MIT Technology Review en español, os objetivos estratégicos das organizações têm se concentrado na eficiência e na experiência do cliente. Os resultados indicam que as empresas priorizam a eficiência nos processos internos, incluindo equipes que interagem diretamente com os clientes, além de investir na melhoria da experiência do cliente através da tecnologia. As organizações também enfatizaram a importância de gerar valor, priorizando esforço e impacto, facilitando o fluxo de trabalho na produção de conteúdo digital. Esse enfoque ressalta a IA como uma ferramenta essencial para otimização de processos e diferenciação competitiva em diversos setores.

”

Nossa estratégia, sem dúvida, é agregar valor. Buscamos uma transformação completa de processos e serviços, refletindo o compromisso da empresa com a inovação e a eficiência operacional. Com a inteligência artificial, nosso principal objetivo é melhorar a experiência do cliente por meio da tecnologia.

Head de IA e novas tecnologias de uma empresa de seguros. Argentina.



4.6. Investimento em IA Generativa: da exploração à expansão

O investimento em IA Generativa demonstra um crescimento moderado, embora algumas empresas ainda desconheçam os percentuais exatos alocados para essa tecnologia. Isso sugere que muitas **organizações ainda se encontram nas fases iniciais de adoção**, **priorizando provas de conceito** antes de avançar para implementações em larga escala. Apesar dessa cautela, algumas áreas-chave, como negócios e segurança, já apresentam um aumento na alocação de recursos, refletindo o potencial transformador da tecnologia nas estratégias empresariais.

Investimento em IA Tradicional em comparação a IA Generativa

O investimento em IA Tradicional apresenta um crescimento sustentado nos últimos anos, com interesse crescente das empresas. Em 2022, 20% das organizações ainda não haviam investido em IA, mas metade delas planejava fazê-lo nos cinco anos seguintes, com previsão de destinar até 20% do orçamento de TI para essa tecnologia. Em 2023, os dados refletiram um panorama otimista para a IA Tradicional: 71% das organizações reconheceram seu potencial estratégico, impulsionando um crescimento contínuo no investimento e um enfoque claro na destinação de uma parcela maior dos orçamentos para essa tecnologia.

Enquanto a IA Tradicional consolidava sua posição, **em 2024 a IA Generativa surgiu como uma nova fronteira tecnológica, redefinindo as estratégias de investimento**. Em 2024, 21,74% das organizações alocaram entre 1% e 2% de seus orçamentos em projetos de IA Generativa, enquanto 10,87% destinaram entre 3% e 5%. Porém, 48,91% das organizações ainda desconhecem o percentual exato investido, evidenciando que muitas iniciativas estão sendo desenvolvidas de maneira exploratória, sem um planejamento orçamentário estruturado. Esse cenário indica uma fase de experimentação, na qual as empresas exploram o potencial da IA Generativa sem ainda comprometer investimentos substanciais, devido à falta de casos de sucesso concretos e evidências claras de impacto mensurável. Apesar de estarem, em grande parte, em estágios experimentais, **as empresas têm demonstrado um interesse cada vez maior em investir recursos em projetos inovadores** que exploram aplicações como geração de conteúdo, personalização em massa e otimização operacional.

> Normalmente, os indicadores são financeiros. Precisamos ter um retorno sobre o investimento, esse é o indicador principal. Mas também existem outros indicadores, como o aprendizado. Criamos um caso de uso, desenvolvemos, analisamos o que não funcionou e, se o resultado não foi alcançado, ajustamos para aprimorar.
>
> **Diretor de tecnologia da informação de uma empresa de seguros** México.

 © Copyright NTT DATA, Inc.

Projeções de investimento em IA Generativa

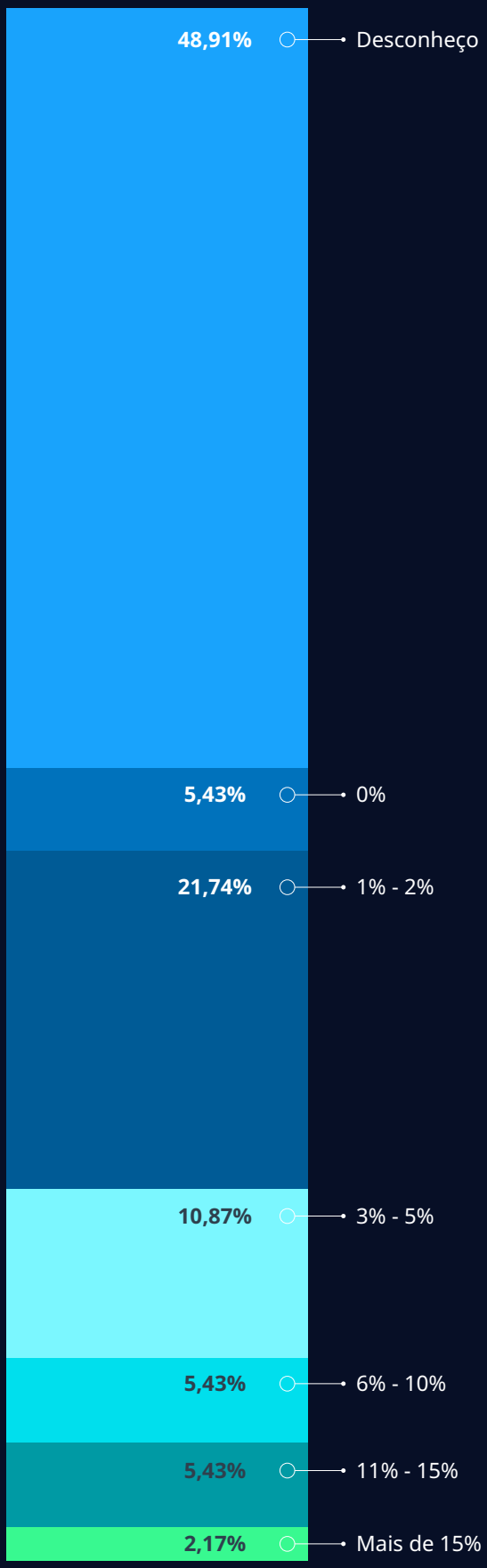
Para os próximos anos, o estudo revelou um panorama diversificado. **Segundo o estudo, 6,52% das organizações planejam manter inalterado seu investimento em IA Generativa**, enquanto **45,65% preveem incrementos em diferentes níveis**. Cerca de 21,74% das empresas projetam um aumento de até 15%, 23,91% esperam crescimento de até 45%, e 3,26% antecipam investimentos mais robustos, entre 45% e 100%. Entretanto, 44,57% das empresas ainda não definiram uma estratégia clara para o investimento em IA Generativa, refletindo a incerteza que ainda envolve a adoção dessa tecnologia. Os dados sugerem que **algumas empresas estão nos estágios iniciais**, optando pela estabilidade, **enquanto outras estão avançando em direção à integração da IA Generativa**, optando por maiores investimentos orçamentários para obter impactos mais significativos.

No setor de segurança, há um interesse crescente na adoção e alocação de orçamento para projetos de IA Generativa. Embora 33,33% das empresas ainda não tenham destinado recursos para essa tecnologia, 16,67% já investem mais de 15% do orçamento, demonstrando um interesse ativo na exploração de suas aplicações. Para 2025, 50% dos responsáveis pela área planejam aumentar o investimento entre 15% e 30%, refletindo um compromisso com a expansão dessas iniciativas.

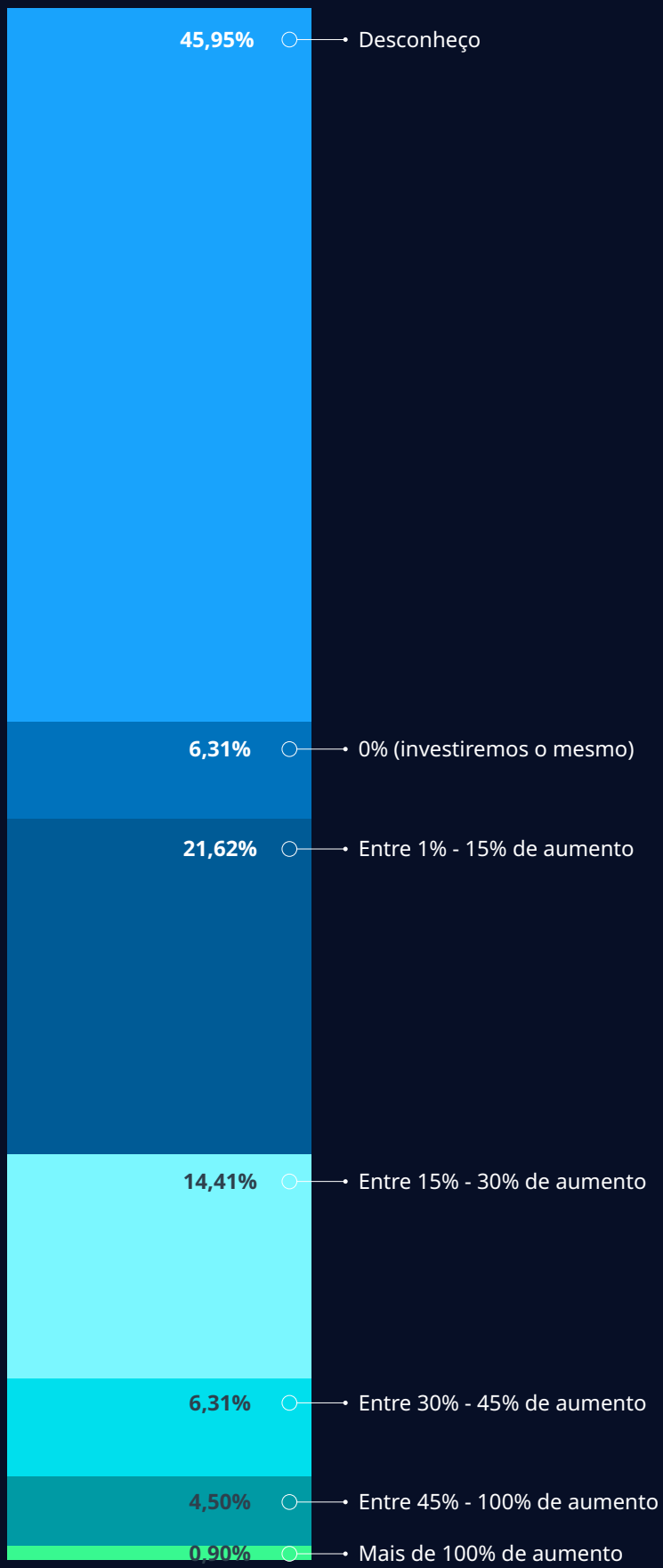
Além disso, 16,67% das empresas projetam aumentos mais expressivos, entre 45% e 100%, indicando uma forte aposta no potencial da IA Generativa. Esses números destacam **a importância que as empresas estão atribuindo à IA Generativa para reforçar a segurança em suas operações e impulsionar soluções inovadoras**. Apesar desse avanço, ainda existem desafios relacionados à transparência orçamentária. Cerca de 16,67% das empresas desconhecem sua alocação atual ou futura para IA Generativa, reforçando a necessidade de uma gestão financeira mais estruturada para garantir um planejamento eficaz e sustentável dessa tecnologia.

Na área de negócios, os perfis analisados demonstram um **interesse crescente na adoção da IA Generativa**, **embora ainda enfrentem desafios tanto em relação ao investimento quanto ao planejamento estratégico**. Atualmente, 26,47% das empresas destinam entre 3% e 5% do orçamento a essa tecnologia, enquanto 17,65% não realizam nenhum investimento. Além disso, 23,53% dos entrevistados desconhecem os valores investidos em suas áreas, o que aponta para uma falta de visibilidade na estratégia financeira voltada à adoção da IA Generativa. Com relação às projeções para 2025, 29,41% das empresas pretendem aumentar seus investimentos entre 15% e 30%, enquanto 20,59% planejam um crescimento mais moderado, de até 15%. Além disso, 26,47% dos responsáveis não têm clareza sobre possíveis ajustes orçamentários futuros.

Investimento em IA Generativa em 2024



Investimento em IA Generativa em 2025



 © Copyright NTT DATA, Inc.

Distribuição setorial do investimento em IA Generativa

O investimento em IA Generativa varia significativamente entre setores, refletindo diferentes prioridades estratégicas e níveis de maturidade na adoção da tecnologia:

1

Telecomunicações e Mídia

Para 33,33% das empresas pesquisadas, o plano é aumentar o investimento entre 30% e 45%, o que sugere que há uma forte intenção de integrar a IA Generativa, impulsionada pelo impacto significativo dos casos de uso na criação de conteúdo e materiais de comunicação.

2

Saúde

Em 33,33% das organizações, projeta-se um aumento entre 15% e 30% para incorporar a IA Generativa em suas operações.

3

Energia e Petróleo

Para 40% das empresas participantes do estudo, a projeção é de um aumento menor, de até 15%, mostrando uma adoção mais experimental da IA Generativa.

4

Mineração e Extração

Em 28,57% das organizações, a projeção é de um aumento mais cauteloso, entre 0% e 15%, sugerindo que a adoção da IA Generativa nesse setor está se movendo em um ritmo mais lento, semelhante ao das empresas de energia e petróleo.

> Para iniciar a exploração da tecnologia, foi necessário identificar um caso de uso com retorno sobre o investimento e potencial de economia.

Diretor de inovação digital de uma empresa do setor de energia. Argentina.

 © Copyright NTT DATA, Inc.

Investimento em IA Generativa por país

Os resultados do estudo também apresentaram **variações significativas no investimento em IA Generativa entre os países**, evidenciando diferentes níveis de adoção e planos de crescimento:

Argentina

A maioria das organizações que têm clareza sobre seu investimento em IA Generativa mantém um **enfoque cauteloso, porém constante**. Atualmente, 90,91% das empresas destinam entre 1% e 5% do seu orçamento para essa tecnologia. Para o próximo ano, 66,67% das empresas planejam aumentar seus investimentos em até 30%, enquanto 8,33% preveem aumentos mais expressivos, entre 30% e 45%. Apenas 25% das empresas manterão seus investimentos inalterados, o que reflete uma **tendência de consolidar as iniciativas antes de realizar novos investimentos**.

Brasil

No Brasil, 87,50% das empresas que possuem conhecimento sobre seu investimento destinam entre 1% e 15% do orçamento para IA Generativa. Para o próximo ano, 75% das empresas planejam aumentos significativos, entre 15% e 100%, enquanto 25% projetam um crescimento mais moderado, de até 15%. Esses dados demonstram uma forte **tendência de expansão e consolidação da IA Generativa no país**.

Chile

A distribuição do investimento no Chile apresenta maior variabilidade. Atualmente, 25% das empresas não investem em IA Generativa, enquanto 50% alocam entre 1% e 5%, e 25% destinam entre 6% e 10%. Para 2025, 50% das empresas planejam aumentar seus investimentos em até 15%, enquanto os outros 50% projetam aumentos entre 15% e 30%. Esse cenário sugere uma **adoção em desenvolvimento e uma visão progressiva das empresas para a expansão da IA Generativa**.

Colômbia

Na Colômbia, 89% das empresas que possuem conhecimento sobre seus investimentos destinam entre 1% e 5% do orçamento para IA Generativa, enquanto 11% alocam entre 6% e 10%. Para 2025, 66,67% das organizações planejam aumentos de até 15%, enquanto 33,33% projetam incrementos mais expressivos, entre 16% e 45%. Esses números refletem um **crescimento progressivo na adoção da IA Generativa, com empresas buscando expandir seus investimentos gradualmente**.

México

A distribuição do investimento no México é diversificada. Atualmente, 12,50% das empresas não investem em IA Generativa, enquanto 50% destinam entre 1% e 10%, e 37,50% alocam entre 6% e mais de 15%. Para o próximo ano, 55,55% das empresas planejam aumentos de até 30%, enquanto 44,44% preveem crescimentos mais agressivos, entre 30% e 100%. Esses resultados demonstram um **forte compromisso das organizações com a adoção da IA Generativa**.

Peru

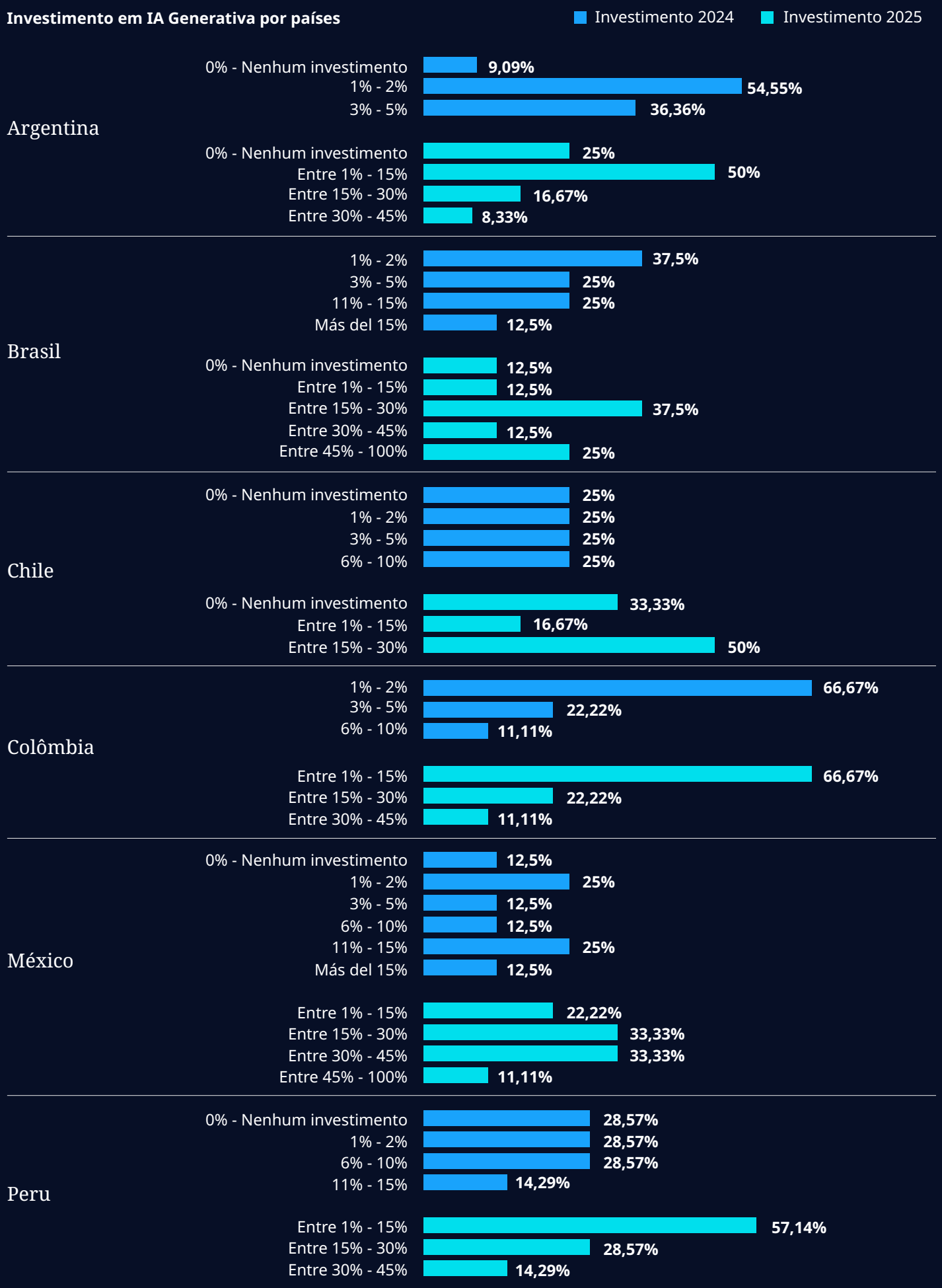
O investimento em IA Generativa no Peru apresenta grande variabilidade. Atualmente, 28,57% das empresas ainda não alocam orçamento para essa tecnologia. No entanto, a maioria já começou a investir: 57,14% destinam entre 1% e 10%, enquanto 14,29% alocam entre 11% e 15%. Para 2025, 85,71% das empresas planejam aumentar os investimentos em até 30%, enquanto 14,29% projetam aumentos mais expressivos, entre 30% e 45%. Esses dados indicam um **interesse crescente na expansão da IA Generativa, ainda que muitas organizações estejam em fase de consolidação**.

© Copyright NTT DATA, Inc.

Os resultados mostram que o panorama de investimento em IA Generativa varia significativamente entre os países. **Brasil e México se destacam como os mercados com maiores planos de expansão**, com um alto percentual de empresas projetando aumentos significativos em seus orçamentos. Por outro lado, **Argentina e Colômbia adotam um enfoque mais moderado, mas constante**, enquanto **Chile e Peru demonstram maior variabilidade**, com uma parcela considerável de empresas que ainda não investem em IA Generativa, mas que possuem planos de crescimento progressivo.

De modo geral, **a IA Generativa na América Latina ainda se encontra em uma fase exploratória**. Muitas empresas adotam uma abordagem experimental, caracterizada pela cautela e pela adoção gradual, variando conforme o setor e o país. No entanto, as projeções mostram um interesse crescente e um potencial significativo de expansão, com as empresas avançando para a integração dessa tecnologia em seus processos, especialmente nas áreas de segurança e negócios. **Superar os desafios de planejamento financeiro e promover casos de sucesso serão fatores essenciais para acelerar a adoção em larga escala dessa tecnologia**.

Investimento em IA Generativa por países



 © Copyright NTT DATA, Inc.

4.7. Organização para a gestão da IA: da liderança em IA à inovação em IA Generativa

À medida que as empresas avançam na adoção da IA Generativa, observa-se uma tendência crescente na formalização de sua estruturação e liderança. Embora não exista um modelo organizacional predominante, há um progresso na definição e implementação de modelos operacionais que priorizam e governam essas iniciativas. **A IA Generativa se beneficia das estruturas já estabelecidas**, impulsionadas pela aceleração que essa tecnologia emergente proporciona.

Em 2023, pouco mais de 40% das organizações contavam com um responsável centralizado para liderar suas iniciativas de IA. Em 2024, esse percentual aumentou para 50% em projetos de IA Tradicional, enquanto na IA Generativa, chegou a 46,75%. Esse cenário reflete um **avanço em direção a uma gestão mais estratégica das iniciativas de IA nas organizações, com uma liderança dedicada a coordenar, escalar e alinhar essas iniciativas aos objetivos do negócio**. No entanto, 17,39% das organizações em IA Tradicional e 25% em IA Generativa ainda não possuem um líder designado, o que sugere uma falta de maturidade organizacional na gestão dessas tecnologias, além da ausência de estratégias definidas, recursos limitados ou uma percepção de que a inteligência artificial ainda não é vista como uma prioridade estratégica que justifique a designação de um líder específico para sua implementação.

> Atualmente, temos uma equipe composta por três pessoas. Até recentemente, toda a responsabilidade recaía no CTO, mas contratamos recentemente um vice-presidente de dados, que agora reporta diretamente ao CTO. Sob esse vice-presidente, estruturamos três áreas-chave: engenharia de dados, machine learning e ciência de dados, cada uma liderada por especialistas e com equipes dedicadas. Essa estrutura ainda é recente, com apenas um ano e meio de funcionamento, mas representa um passo importante na consolidação de nossas capacidades em inteligência artificial.

Diretor de produtos digitais de uma empresa do setor de varejo. Brasil.

Os resultados do presente estudo permitiram uma **análise da implementação da IA Tradicional e da IA Generativa em diferentes setores** das organizações pesquisadas:

- **Bancos e Finanças:** esse setor lidera com uma estrutura mais consolidada. Em 64,71% das organizações existem responsáveis específicos de IA, percentual que cai para 58,82% na IA Generativa, refletindo um nível de maturidade menor para essa tecnologia mais emergente.

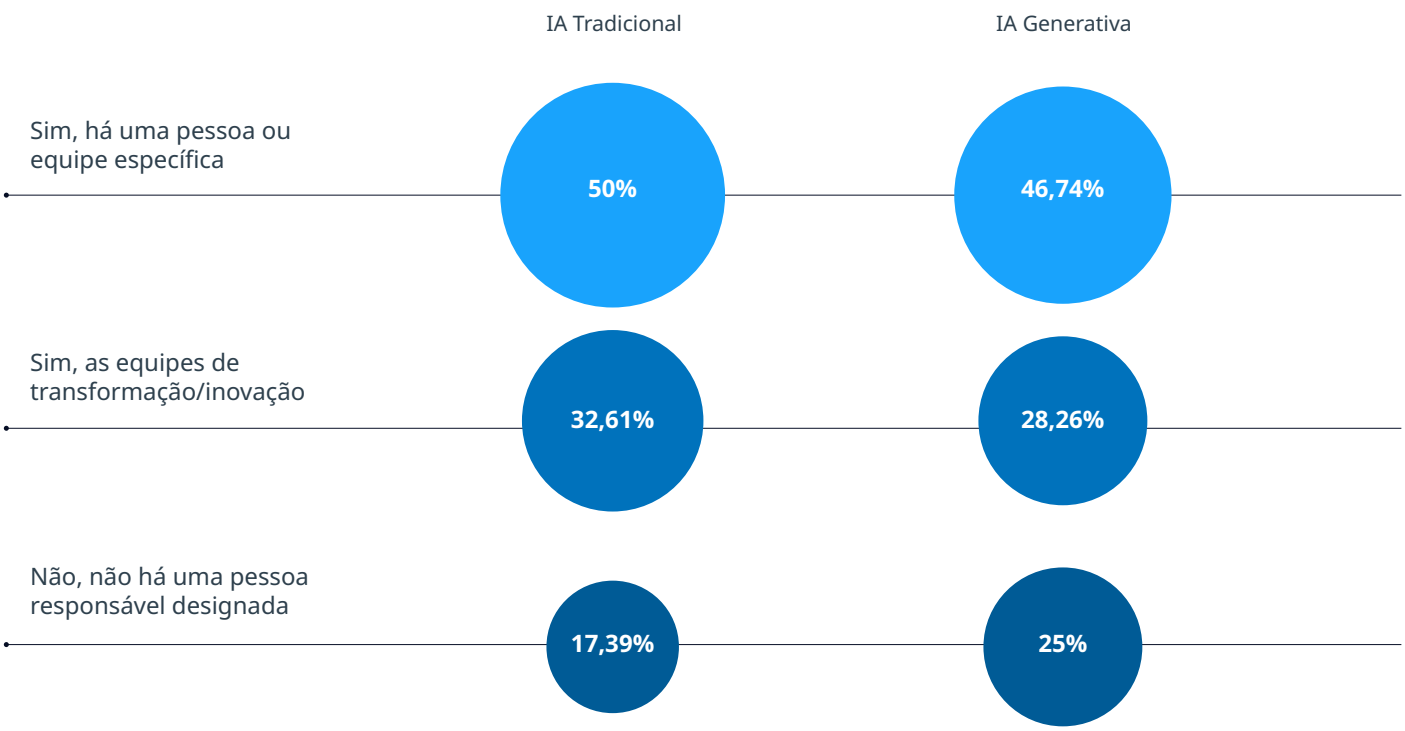
- **Energia e Petróleo:** nesse setor, 60% das empresas possuem líderes para IA, enquanto apenas 50% têm responsáveis diretos para IA Generativa. Além disso, 30% das empresas não contam com qualquer liderança formal, evidenciando desafios na definição de papéis mais estruturados.

- **TI/Software Development:** um setor com resultados mais consistentes, onde 60% das organizações possuem responsáveis em ambos tipos de IA, e 33,33% delegam essas iniciativas para equipes de transformação e inovação. Entretanto, 6,67% das empresas ainda não têm uma liderança formal estabelecida, indicando oportunidades de melhoria mesmo em um setor que é referência na adoção tecnológica.

As entrevistas realizadas pela MIT Technology Review en español destacaram a diversidade nas estratégias de implementação da IA. **Algumas empresas criaram equipes dedicadas exclusivamente para liderar essas iniciativas**, **enquanto outras delegaram essas funções para equipes de inovação** ou *champions ad hoc*, especialmente quando não há um modelo de governança estabelecido. Nos níveis mais avançados, **as organizações estruturaram comitês formais** liderados por executivos de *C-Level*, responsáveis por definir estratégias, alocar recursos e gerenciar capacidades. Essas variações refletem como as empresas ajustam suas estruturas de acordo com seu nível de maturidade e suas necessidades estratégicas, alinhando seus projetos de IA aos objetivos de negócios.

Por fim, **a priorização estruturada de projetos tem ganhado relevância na implementação da IA** como um fator essencial para garantir o sucesso e o alinhamento das iniciativas com os objetivos estratégicos das empresas. Em 2022, 65% das empresas não utilizavam métodos formais para priorizar projetos de IA. No entanto, em 2024, 75% das organizações relataram possuir estratégias claras para gerenciar suas iniciativas de IA, priorizando aquelas que apresentam maior impacto em métricas produtivas, viabilidade técnica e alinhamento estratégico com os negócios. Os projetos mais destacados são aqueles que promovem eficiência operacional, aprimoram a experiência do cliente e aceleram iniciativas com alto potencial de impacto.

Responsável por iniciativas de IA Tradicional e IA Generativa



4.8. Ecossistema da IA Generativa: novos modelos além da OpenAI

A seleção de modelos funcionais e sua integração aos processos-chave das organizações, como o ciclo de vida do desenvolvimento de software, tornou-se um aspecto crítico na jornada de adoção da IA Generativa. **O ecossistema na América Latina está sendo marcado pelo liderança da OpenAI**, que se consolida como a solução mais utilizada na região. **No entanto, modelos open-source, como os desenvolvidos pelo Google e Meta, vêm ganhando relevância,** enquanto algumas organizações exploram a criação de seus próprios modelos personalizados. Esse cenário reflete uma **crescente diversificação na adoção de ferramentas**, embora desafios relacionados à capacitação técnica e à disponibilidade de recursos ainda limitem a implementação em larga escala.

Atualmente, 42,16% das empresas adotaram o OpenAI-GPT, consolidando-se como o modelo funcional mais utilizado na região. Sua aceitação sugere um alto grau de confiança em sua capacidade de resolver demandas complexas e se adaptar a diversos setores. Embora a OpenAI continue na liderança, **outros provedores começaram a ganhar espaço, como o Google Gemini, com 16,67%, e o Meta Llama, com 12,75%.** Esse cenário revela um ecossistema cada vez mais competitivo, no qual as organizações buscam diversificar suas fontes para aproveitar as vantagens específicas que cada modelo oferece.

”

Realizamos alguns testes com o GitHub Copilot e também com o Gemini para o Google Workspace. Estamos lançando algumas propostas que envolvem IA e alguns desafios com fornecedores que fazem uso de IA.

Diretor de arquitetura de dados de uma empresa da indústria florestal. Chile.

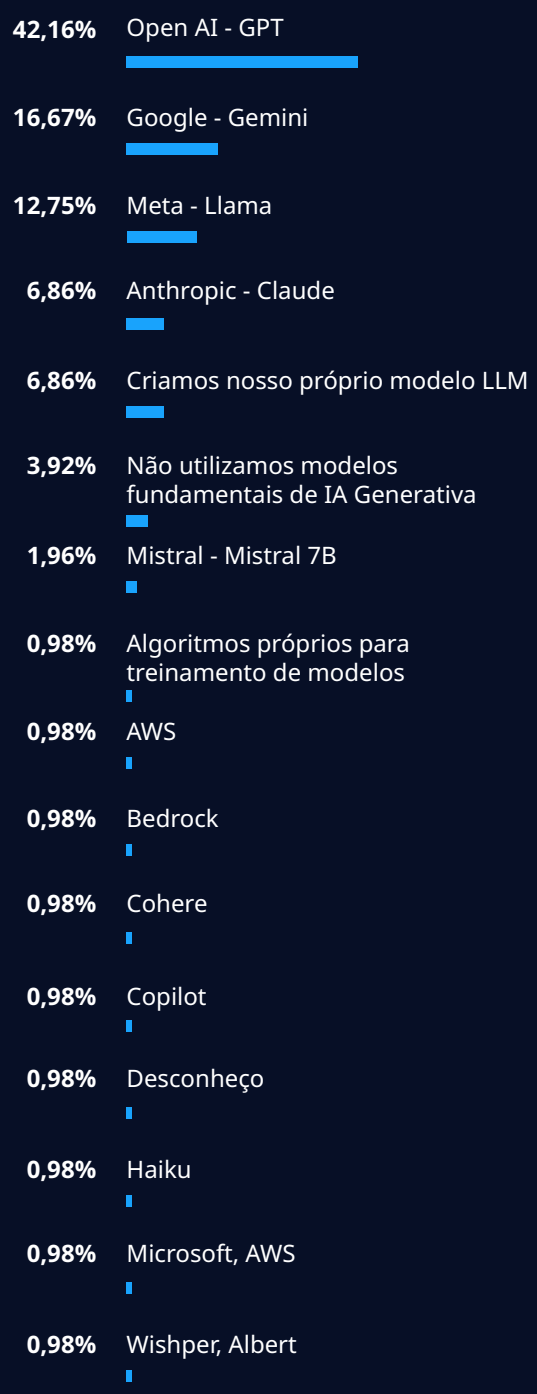
> Até agora, não vimos resistências desse tipo, mesmo no caso do Gemini, a recepção foi bastante positiva, pois as equipes de *back-office*, nas áreas transversais, o entendem como um suporte, não como uma ameaça.

Diretor de arquitetura de dados de uma empresa da indústria florestal. Chile.

Por outro lado, apenas 6,86% das empresas afirmaram estar desenvolvendo seus próprios modelos fundacionais (LLM), enquanto outros 6,86% afirmaram não utilizar nenhum modelo funcional de IA Generativa. Esses dados indicam que, apesar do interesse pela personalização, **os altos requisitos técnicos e de infraestrutura continuam sendo barreiras significativas para a adoção massiva.**

Por fim, os resultados do estudo também refletem baixa adoção de outros modelos e um número significativo de organizações que desconhecem suas aplicações. Ferramentas como Copilot, Microsoft AWS e modelos baseados em algoritmos próprios, cada um com apenas 0,98%, indicando um baixo nível de implementação, possivelmente ligado à falta de informação ou acesso limitado na região. Além disso, outro 0,98% das empresas declarou não ter conhecimento sobre o uso de modelos funcionais, evidenciando a necessidade de programas de capacitação interna e estratégias de alinhamento que maximizem o potencial dessas tecnologias.

Modelos funcionais de IA Generativa



 © Copyright NTT DATA, Inc.

4.9. IA Generativa para desenvolvimento de software

A IA Generativa se consolidou como uma ferramenta essencial no ciclo de vida do desenvolvimento de software, com mais da metade das organizações na América Latina explorando sua implementação. No entanto, os resultados variam: **enquanto algumas empresas relatam avanços significativos, outras enfrentam desafios para maximizar seu potencial**. Esse cenário destaca tanto as oportunidades quanto as barreiras associadas à integração dessas tecnologias, ressaltando a importância de uma estratégia sólida, alinhada aos processos internos e de comunicação.

Os dados deste estudo mostram uma tendência positiva na adoção da IA Generativa. **Atualmente, 48,07% das organizações da região já começaram a implementar a tecnologia em diferentes fases do ciclo de vida do desenvolvimento de software,** demonstrando um interesse crescente em otimizar processos.

Entre as empresas que exploram soluções de IA Generativa, **42,30% destacam o GitHub Copilot como sua ferramenta principal**. No entanto, a adoção está dividida: 21,15% relatam resultados significativos, enquanto 21,15% afirmam que a adoção tem sido limitada.

> Estamos envolvidos globalmente com o Copilot, focados na geração de código com o GitHub Copilot. Com licenças da Microsoft, já começamos a utilizar essas ferramentas no nosso dia a dia.

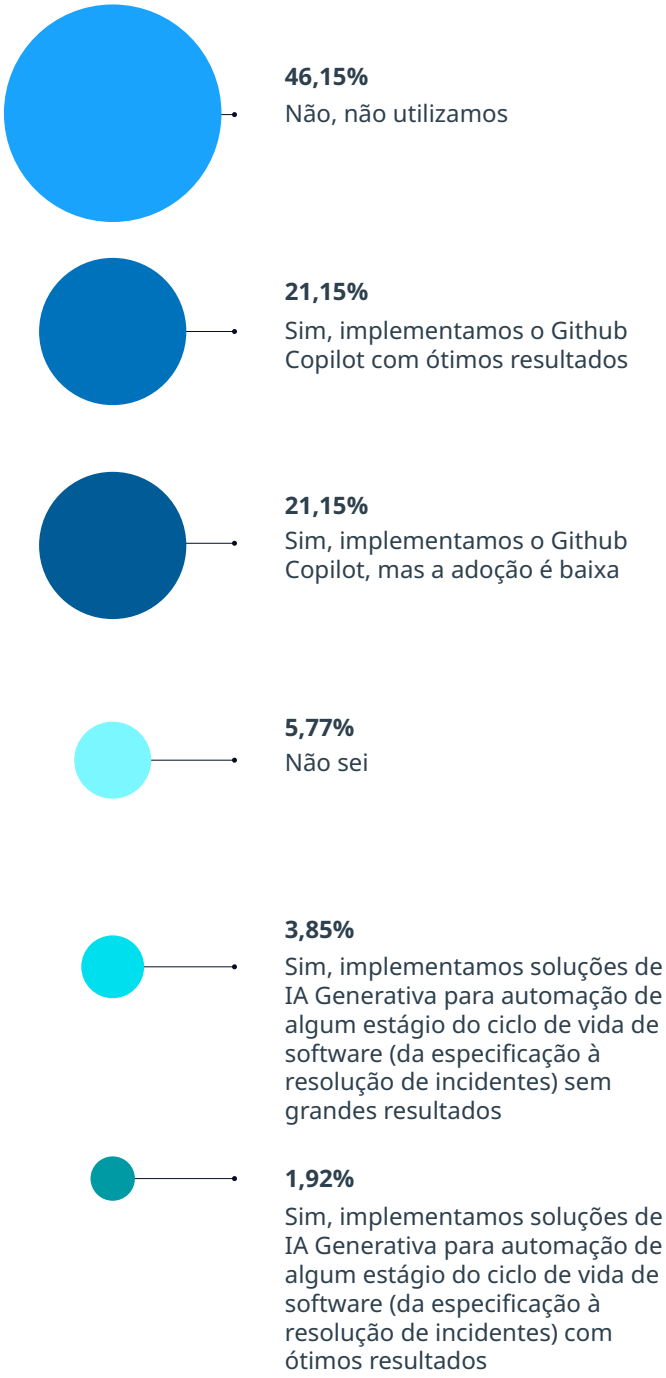
Diretor de tecnologia da informação de uma empresa de seguros. México.

 © Copyright NTT DATA, Inc.

Por outro lado, 5,77% das organizações implementaram outras soluções de IA Generativa para automatizar alguma etapa do ciclo de vida do software. Dentro desse grupo, 1,97% alcançou resultados significativos, enquanto 3,85% não obteve benefícios notáveis.

A pesquisa destacou que 46,15% das empresas ainda não implementaram IA Generativa no desenvolvimento de software, enquanto 5,77% afirmam não saber se sua organização faz uso dessas ferramentas. Esse dado evidencia a **necessidade de melhorar a comunicação interna e promover capacitação sobre os usos e benefícios potenciais dessa tecnologia**.

Soluções de IA Generativa para automação de software



4.10. Talentos em IA: da consultoria ao treinamento interno

A abordagem do talento em IA tem evoluído à medida que as organizações avançam em sua maturidade tecnológica. Nas fases iniciais, muitas empresas recorrem a consultores externos para adquirir conhecimento especializado rapidamente. No entanto, a tendência tem mudado para investimento em talentos internos. As empresas mais avançadas priorizam a capacitação dos colaboradores, garantindo que suas equipes desenvolvam as habilidades necessárias para integrar tanto a IA Tradicional quanto a IA Generativa. **Esse equilíbrio entre contratação de especialistas e formação interna permite que as empresas permaneçam à frente da transformação digital.**

A capacitação interna tornou-se uma estratégia essencial para o desenvolvimento de competências em IA. Em 2023, 28% das organizações utilizavam programas de treinamento interno para capacitar seus colaboradores em habilidades relacionadas à IA. Em 2024, esse número subiu para 61,96%, refletindo um **crescente interesse na formação contínua como um modelo sustentável** e alinhado às necessidades do negócio. Vale destacar que 7,61% das empresas afirmam que esse treinamento é voltado exclusivamente para a IA Tradicional.

> O principal desafio é o talento. Embora problemas técnicos, como definição e uso de modelos, sejam relevantes, a maior dificuldade é encontrar profissionais com visão técnica e de negócios. Precisamos de pessoas que saibam fazer as perguntas certas à inteligência artificial e identificar, durante a execução, quais respostas podem gerar impacto real no negócio.

Diretor de tecnologia da informação de uma empresa de seguros. México.

Por outro lado, **a contratação de consultores e empresas especializadas continua sendo uma prática comum**, utilizada por 52,17% das organizações para ambas as abordagens de IA. Esse modelo possibilita acesso rápido a conhecimentos técnicos sem a necessidade de formação interna ou contratação direta. No entanto, as empresas mais avançadas em IA combinam esse modelo com um foco maior no desenvolvimento interno.

Em relação à contratação de especialistas, o número de empresas que optam por esse método aumentou de 27% em 2023 para 44,57% em 2024. Esse crescimento reflete um **interesse crescente das organizações em adquirir capacidades que englobam tanto IA Tradicional quanto IA Generativa**, promovendo uma abordagem integrada e adaptável a diversas aplicações de IA nos negócios. No entanto, 25% das empresas afirmam que esse investimento está direcionado exclusivamente à IA Tradicional, destacando diferenças no ritmo de adoção de cada tecnologia.

As empresas líderes em IA Tradicional e IA Generativa demonstram uma forte preferência pela formação interna**. Dessas empresas, 100% utilizam programas de capacitação para desenvolver seus talentos e fortalecer suas equipes.** Em contraste, apenas 60,47% das empresas que estão na fase inicial de implementação adotam essa estratégia.

Os resultados deste estudo mostram que **as organizações mais maduras em IA possuem equipes especializadas** que, com um planejamento estratégico bem definido, garantem que o desenvolvimento interno seja a base para a sustentabilidade de suas capacidades e liderança tecnológica. Além disso, entre essas empresas líderes, 80% priorizam a contratação de especialistas, consolidando times altamente qualificados. Por outro lado, **as empresas que estão nas fases iniciais de adoção ainda dependem mais de consultores externos**, com 53,49% adotando esse modelo. Esse contraste reflete como **as empresas mais avançadas equilibram a contratação de talentos internos com a contratação de terceiros**, enquanto as organizações menos maduras dependem mais de consultoria externa.

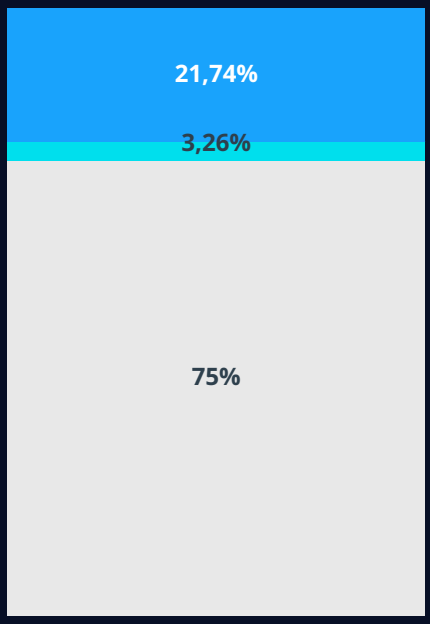
> Nossa estratégia combina programas como Udemy, que tem sido muito eficaz para treinamentos rápidos, com a contratação de talentos do mercado e uma colaboração estreita com parceiros que agregam conhecimento enquanto aprendem sobre nossa indústria. Essa abordagem híbrida acelera nosso crescimento.

Diretor de tecnologia da informação de uma empresa de seguros México.

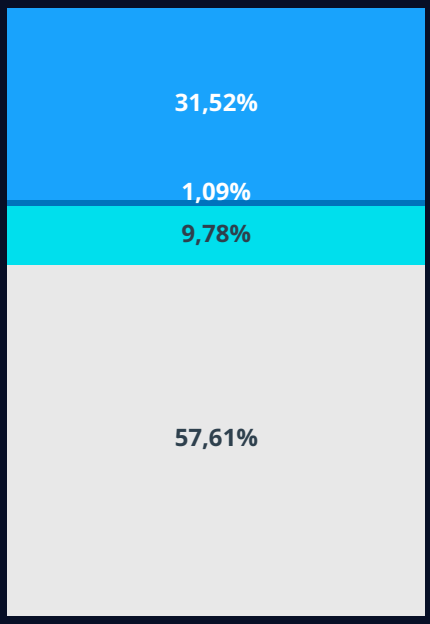
Talentos internos e externos em IA

- Aplicação de ambas
- Aplicação apenas de IA Generativa
- Aplicação apenas de IA tradicional
- Não aplicou nenhuma

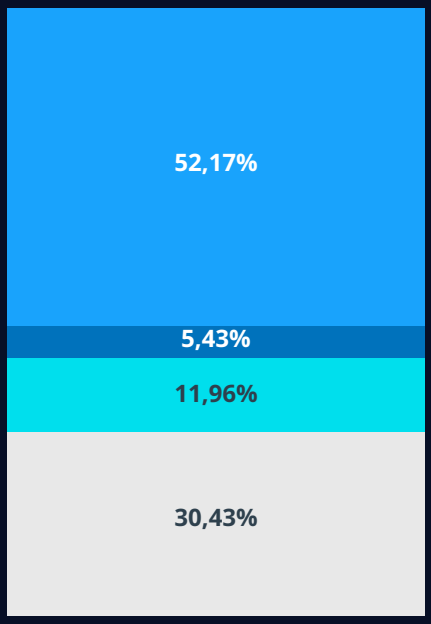
Aquisição de organizações especializadas em IA tradicional e/ou IA Generativa para obter seus talentos e capacidades



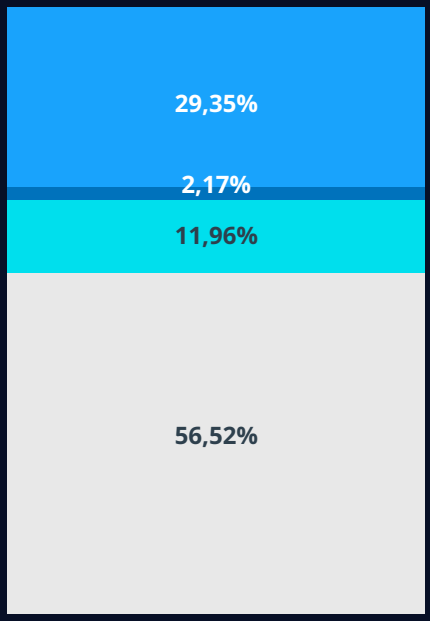
Colaboração com universidades ou instituições de pesquisa em IA tradicional e/ou IA Generativa para treinamento



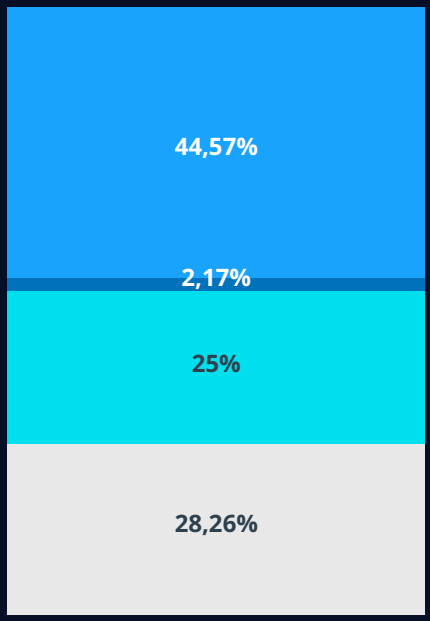
Contratação de consultores ou organizações especializadas em IA tradicional e/ou IA Generativa para projetos específicos



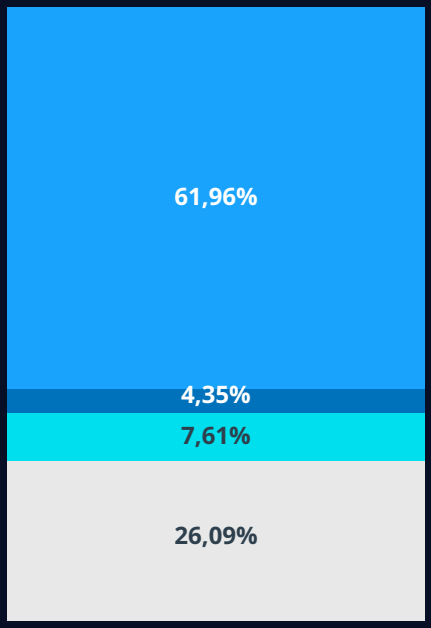
Contratação de estudantes ou recém-formados com experiência em IA tradicional e/ou IA Generativa



Recrutamento de profissionais com experiência e histórico em IA tradicional e/ou IA Generativa



Realização de programas de treinamento interno para treinar nossa equipe atual em habilidades tradicionais de IA e/ou IA Generativa



4.11. Talento, dados e estratégia: principais desafios na adoção da IA

A adoção da inteligência artificial tem enfrentado desafios persistentes que ditam o ritmo de sua implementação nas organizações. Entre esses desafios, **a falta de talentos especializados surgiu como o obstáculo mais significativo**, **especialmente no que se refere à IA Generativa**. Além disso, as empresas participantes deste estudo destacaram barreiras relacionadas à qualidade dos dados, integração tecnológica, clareza estratégica, retorno sobre investimento e custos associados à implementação e manutenção da IA.

Escassez de talento especializado: o maior desafio

Entre as organizações pesquisadas, 44,57% afirmam que a escassez de talentos especializados é o principal desafio na adoção da IA, sendo um obstáculo mais crítico para a IA Generativa (15,22%) do que para a IA Tradicional (8,70%). Esse cenário pode ser atribuído à novidade da IA Generativa e à curva de aprendizado exigida para sua implementação.

A percepção desse obstáculo depende dos perfis envolvidos. Para 83,33% dos perfis de segurança, a falta de talentos especializados é uma barreira crítica, evidenciando a necessidade de conhecimentos avançados para gerenciar os riscos associados. Em contrapartida, os perfis de negócios apontaram essa dificuldade em 42,12%, indicando uma demanda crescente por talentos que saibam traduzir as capacidades da IA em estratégias alinhadas aos objetivos organizacionais.

> A IA Generativa substitui tarefas, não pessoas. Você não será substituído pela IA Generativa, mas por alguém que saiba utilizá-la.

Diretor de dados e análises de uma empresa de tecnologia.
Região Ibero-América.

 © Copyright NTT DATA, Inc.

Infraestrutura de dados e visão estratégica: desafios em construção

A infraestrutura de dados tem representado um desafio significativo. Em 2024, **43,48% das organizações relataram dificuldades relacionadas à qualidade e quantidade de dados**, enquanto 42,39% apontaram desafios na coleta e integração de informações para ambos os tipos de IA. Isso sugere que, **à medida que essas tecnologias avançam, a construção de bases de dados robustas e bem integradas tornou-se uma prioridade estratégica.**

Além disso, 42,39% das empresas relataram falta de clareza estratégica para a implementação dessas tecnologias. Dentre elas, 10,87% associam essa barreira exclusivamente à IA Generativa, enquanto 6,52% vinculam o problema à IA Tradicional. Essa diferença demonstra que existe **mais dificuldades na definição de estratégias específicas para tecnologias emergentes**, especialmente para a IA Generativa.

ROI e custos de implementação: barreiras econômicas na adoção da IA

O retorno sobre investimento (ROI) continua sendo um dos desafios mais relevantes, citado como uma barreira por 35,87% das organizações. A incerteza sobre o ROI foi particularmente destacada para a IA Generativa (15,22%), em comparação com 3,26% que associam essa preocupação exclusivamente à IA Tradicional. Esse contraste está diretamente relacionado ao estágio inicial da IA Generativa, cujos casos de uso ainda não consolidaram completamente seu valor econômico. Já na IA Tradicional, muitas organizações já testaram aplicações que demonstraram retorno financeiro positivo, facilitando a tomada de decisões sobre investimentos de longo prazo.

Os custos de implementação e manutenção foram apontados como outra barreira por 36,96% das empresas. Esse desafio tem sido particularmente significativo na IA Generativa (13,04%), quando comparado com a IA Tradicional (7,61%). Os perfis de negócios (47,06%) e segurança (50%) também identificaram essa barreira como um desafio relevante. Isso sugere uma preocupação com a viabilidade econômica e mostra a **necessidade de gestão financeira estratégica para garantir a integração eficaz e segura dessas tecnologias** em suas operações.

> O primeiro desafio foi a dificuldade de escalar e conectar essas aplicações à linha de frente dos negócios. O segundo foi automatizar a inserção de dados nos modelos. E um terceiro, diferente dos anteriores, foi medir o impacto da inteligência artificial cognitiva. Descobrimos que liberar o tempo das pessoas nem sempre se traduz em mais receita.

Diretor de dados de uma empresa do setor bancário. Peru.

Desafios culturais, técnicos e éticos na implementação da IA

De acordo com as entrevistas conduzidas pela MIT Technology Review en español para este estudo, os principais obstáculos para a adoção da IA na América Latina abrangem aspectos técnicos e culturais. As organizações identificaram **processos burocráticos e as adaptações necessárias em arquiteturas e softwares como os obstáculos mais recorrentes.** Além disso, **a falta de dados evidenciou a necessidade de desenvolver infraestruturas robustas para dar suporte aos projetos de IA.**

A adoção cultural também surgiu como uma barreira significativa. Para 10,77% das empresas, a resistência à mudança e a necessidade de transformação de *mindset* surgem como desafios fundamentais, abordando dificuldades internas relacionadas à aceitação e adaptação das equipes. Esse cenário sugere que tanto **os desafios técnicos quanto os culturais precisam ser abordados conjuntamente, com estratégias voltadas para a aceitação organizacional e a integração tecnológica**.

Além disso, **desafios técnicos e éticos da IA, como o efeito "caixa-preta"**[1] (falta de transparência nos processos decisórios dos modelos de IA devido à automação dos mecanismos, sem que se conheçam os detalhes do seu funcionamento) e a **alucinação**[2] (respostas geradas sem embasamento real em dados), **podem comprometer a confiança na IA,** especialmente na IA Generativa, aumentando riscos de viés e erros nos resultados. Para mitigar esses desafios, os resultados do estudo destacaram **a importância do desenvolvimento de sistemas explicáveis** (XAI, Explainable AI), que não apenas garantem decisões responsáveis e compreensíveis do ponto de vista ético, mas também aprimoram o design de agentes inteligentes, capacitando-os a aprender e se adaptar de maneira eficaz ao compreender quais variáveis influenciam seus resultados e como elas se relacionam.

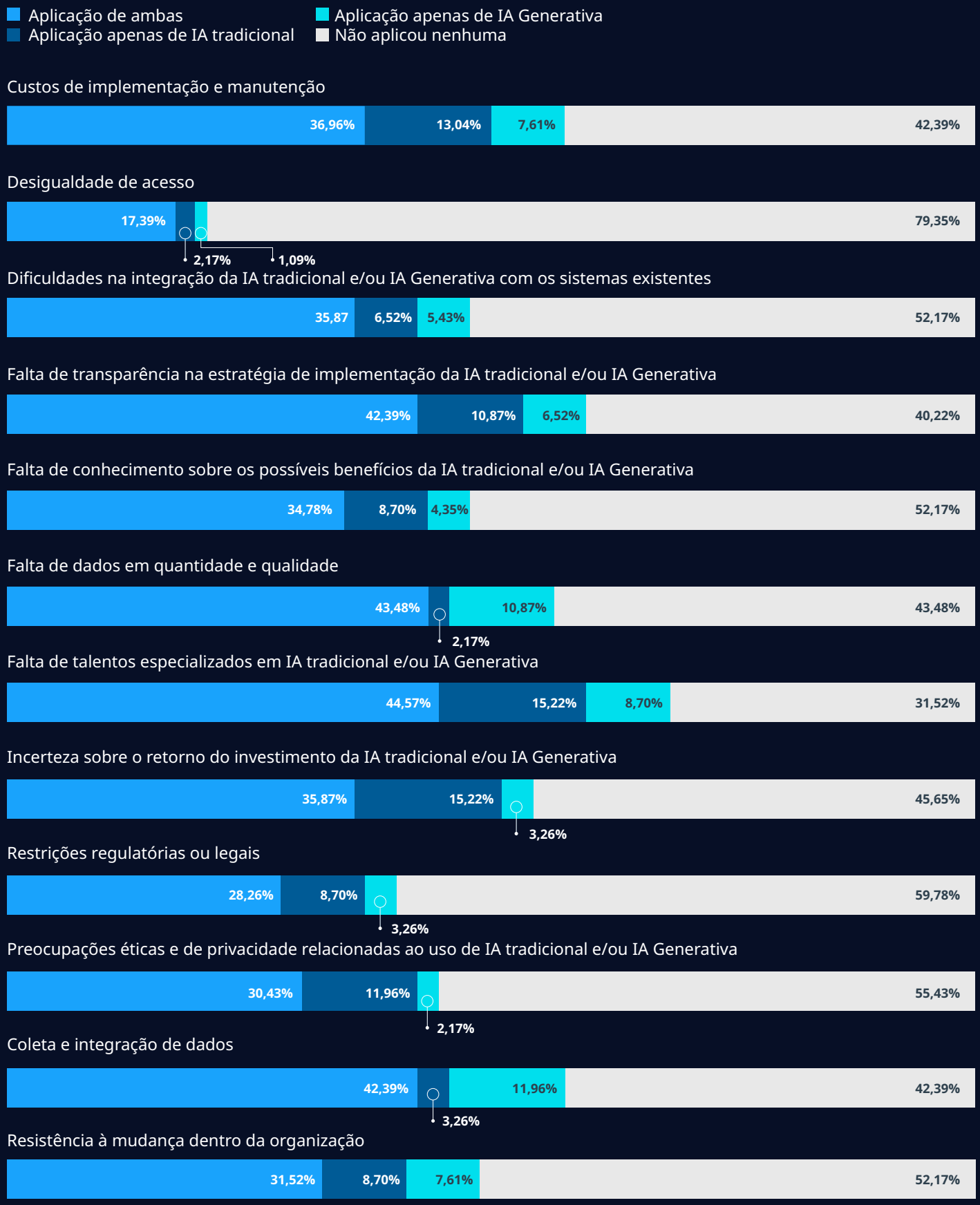
Em conclusão, superar essas barreiras sugere um **foco integral que combine investimentos em talento humano, estratégias claras, padrões éticos robustos, infraestruturas sólidas e uma mudança cultural orientada para a inovação**, permitindo que essas tecnologias evoluam de maneira segura e confiável.

[1] A "caixa-preta" de IA refere-se a um sistema de inteligência artificial no qual não há uma rastreabilidade determinística entre o prompt e o resultado, ou seja, não é possível explicar com argumentos ou números por que um determinado valor foi gerado, a IA simplesmente recebeu seu treinamento e fornece esse resultado. Os usuários podem visualizar os prompts e os resultados do sistema, mas não têm acesso ao que ocorre dentro da ferramenta de IA para produzir essas respostas.

[2] A "caixa-preta" de IA refere-se a um sistema de inteligência artificial no qual não há uma rastreabilidade determinística entre o prompt e o resultado, ou seja, não é possível explicar com argumentos ou números por que um determinado valor foi gerado, a IA simplesmente recebeu seu treinamento e fornece esse resultado. Os usuários podem visualizar os prompts e os resultados do sistema, mas não têm acesso ao que ocorre dentro da ferramenta de IA para produzir essas respostas.

 © Copyright NTT DATA, Inc.

Principais desafios na adoção da IA



4.12. Transformação responsável: o valor da ética na adoção da IA

A ética na inteligência artificial deixou de ser apenas uma preocupação e passou a ocupar um papel central nas estratégias organizacionais. Esse cenário reflete a necessidade de garantir que o uso da IA esteja alinhado com princípios responsáveis, abrangendo desde o **tratamento adequado dos dados até a proteção da privacidade e a cibersegurança**. Conforme as empresas amadurecem na adoção dessa tecnologia, a necessidade de estabelecer políticas bem definidas e práticas responsáveis torna-se essencial.

Em 2022, apenas 27% das organizações entrevistadas consideravam a ética da IA um tema relevante em suas agendas de transformação digital. No entanto, essa percepção aumentou, em 2024, 38,04% das empresas reconheceram a importância de boas práticas éticas em IA, embora muitas delas ainda não tenham formalizado políticas específicas. Esse resultado demonstra um **avanço significativo na conscientização sobre a ética**, mas também indica a necessidade de transformar essa intenção em ações concretas e aplicáveis às operações das empresas. Por outro lado, apenas 7,61% das organizações não consideraram prioritário implementar políticas éticas em IA. Esse dado reflete uma crescente conscientização sobre a importância da ética na América Latina. Em geral, essas empresas encontram-se em estágios iniciais de adoção ou têm pouca experiência tecnológica, refletindo uma percepção limitada dos riscos envolvidos.

Os resultados deste estudo indicam que, **à medida que as empresas evoluem em maturidade tecnológica, a implementação de políticas éticas torna-se mais comum**. Isso sugere que esse aspecto está diretamente relacionado ao nível de maturidade no uso da IA. Em estágios iniciais de exploração ou sem experiência prévia, as organizações tendem a não priorizar a implementação de políticas éticas e boas práticas. No entanto, **conforme avançam para níveis mais sofisticados de adoção, a integração dessas políticas se intensifica**, refletindo uma maior conscientização sobre os riscos e responsabilidades associadas ao uso da IA. Esse padrão ressalta que **a maturidade tecnológica impulsiona o desenvolvimento de práticas éticas** como parte essencial da implementação responsável da IA.

As preocupações éticas e de privacidade mais destacadas pelas organizações entrevistadas pela MIT Technology Review en español estão relacionadas ao uso responsável dos dados e à segurança da informação. **A necessidade de garantir o uso correto dos dados e a proteção de informações confidenciais foram citadas como prioridades essenciais**, enfatizando a proteção da privacidade e o uso correto e ético da IA na vida das pessoas. Além disso, **o crescimento dos riscos cibernéticos surgiu como um desafio crítico**, com 23,64% das empresas identificando a cibersegurança como um fator determinante para mitigar vulnerabilidades e fortalecer a confiança na IA.

> No que diz respeito à privacidade, a área de compliance desempenha um papel fundamental, algo que está profundamente enraizado na cultura da empresa. Realizamos avaliações constantes no grupo, especialmente em questões como a prevenção à lavagem de dinheiro. Se não me engano, são três treinamentos por ano, com exames de proficiência. Essa prática se tornou um hábito, e, por consequência, a área de inteligência artificial adotou essa abordagem de forma natural.

Head de IA e novas tecnologias de uma empresa de seguros Argentina.

© Copyright NTT DATA, Inc.

Para enfrentar essas preocupações e desafios, as organizações estão implementando diversas **iniciativas-chave**:

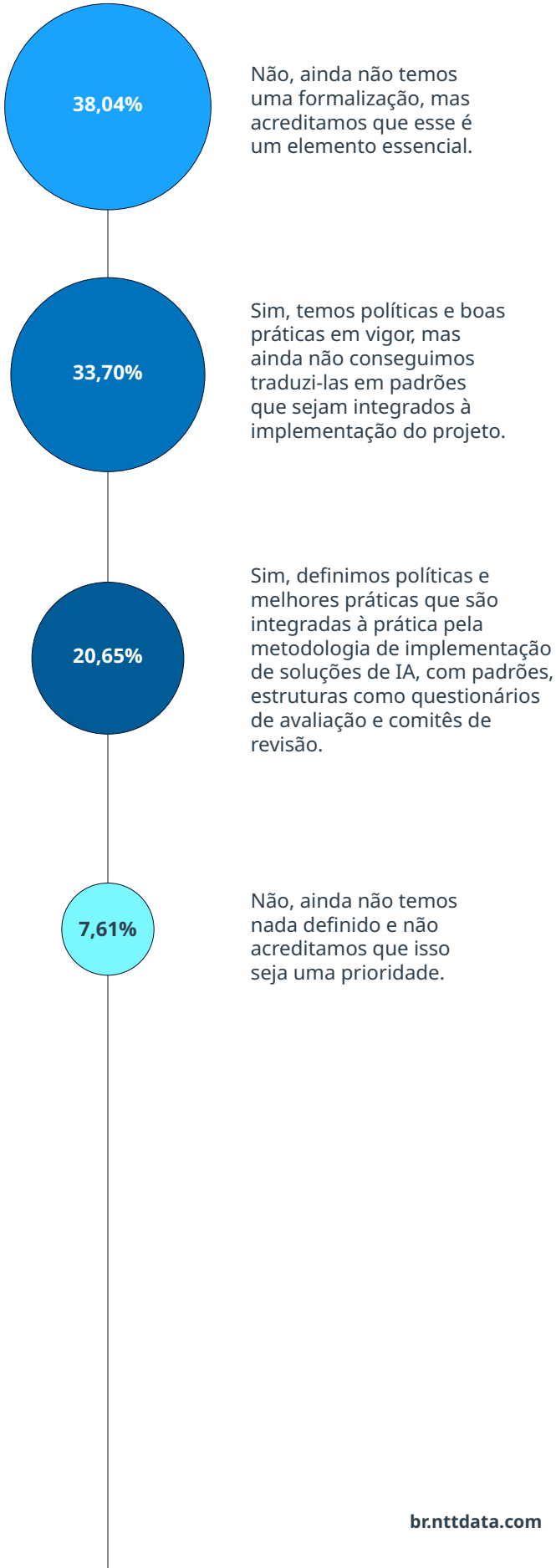
- **Desenvolvimento de um modelo estratégico de governança para a tomada de decisões em IA:** As empresas estão aprimorando a governança da IA, desenvolvendo estruturas formais para centralizar as decisões estratégicas relacionadas à segurança e regulamentação.

- **Implementação de processos de gestão de riscos em projetos de IA:** As instituições estabeleceram procedimentos contínuos de avaliação de riscos, garantindo que cada iniciativa de IA esteja alinhada com os padrões de segurança e privacidade determinados.

- **Cumprimento de normas de segurança e conformidade regulatória:** As organizações asseguram que as iniciativas de IA estejam em conformidade com regulamentações internas e externas, garantindo que os processos sejam consistentes com padrões reconhecidos e requisitos legais.
- **Campanhas de conscientização sobre o uso responsável da IA:** Empresas estão promovendo iniciativas para educar e capacitar colaboradores e usuários sobre as implicações éticas, de privacidade e segurança na utilização da IA.

Essas ações demonstram um esforço contínuo para abordar as preocupações sobre o uso ético da IA e os riscos emergentes, como a possível exposição de dados confidenciais em ferramentas públicas de IA Generativa. **O avanço na adoção de políticas éticas em IA reflete o compromisso das organizações em construir um ambiente tecnológico mais responsável e sustentável.** Embora ainda haja desafios a serem superados, a integração de princípios éticos nas estratégias de IA se consolida como uma prioridade no cenário atual.

Políticas e práticas recomendadas para a adoção de IA



4.13. IA Tradicional vs. IA Generativa: Casos de uso e implementação

A inteligência artificial, tanto em sua versão tradicional quanto generativa, tem provocado um impacto significativo em diversos setores, mas de forma diferenciada. **Enquanto a IA Tradicional já está consolidada como uma ferramenta essencial em áreas fundamentais dos negócios,** como análise de riscos, detecção de fraudes e diagnósticos médicos, **a IA Generativa vem ganhando espaço ao impulsionar a eficiência operacional e proporcionar experiências personalizadas.** A implementação dessas tecnologias reflete sua posição como motores estratégicos essenciais para aprimorar a competitividade e a relevância das organizações em um cenário empresarial em constante transformação.

Transformação setorial impulsionada pela IA Tradicional

De acordo com as entrevistas conduzidas pela MIT Technology Review en español para este estudo, as organizações destacaram que **a adoção e o uso da IA Tradicional na América Latina estão focados em otimizar tempos, aprimorar processos e elevar a experiência** interna e externa. Essas tecnologias vêm promovendo avanços expressivos em setores estratégicos:

- **Banca e Finanças**

  A IA desempenha um papel essencial em modelos avançados de gestão de riscos, prevenção a fraudes e concessão de crédito. Além disso, assistentes virtuais, voltados tanto para uso interno quanto para atendimento ao cliente, vêm sendo impulsionados por algoritmos tradicionais de machine learning, otimizando operações e proporcionando respostas rápidas e precisas para os usuários.

- ***Varejo***

  A IA tem revolucionado a experiência do consumidor, facilitando recompras e oferecendo recomendações personalizadas. Essas soluções permitem decisões de compra mais ágeis e uma otimização na oferta de produtos, contribuindo para aumentar a fidelidade dos clientes e melhorar os resultados comerciais.

- **Saúde**

  A IA transformou o setor de diagnóstico médico, possibilitando análises mais rápidas e precisas de diversas doenças. Além disso, proporciona acesso mais ágil a informações clínicas dos pacientes, aprimorando significativamente a qualidade do atendimento médico e reduzindo os tempos de entrega de resultados.

Essas aplicações demonstram que a IA Tradicional não é apenas uma tecnologia voltada para eficiência operacional, mas um pilar estratégico para personalização de experiências e geração de valor agregado. Assim, a **IA consolida-se como um diferencial competitivo fundamental** para setores que buscam se manter relevantes em um ambiente de transformação acelerada.

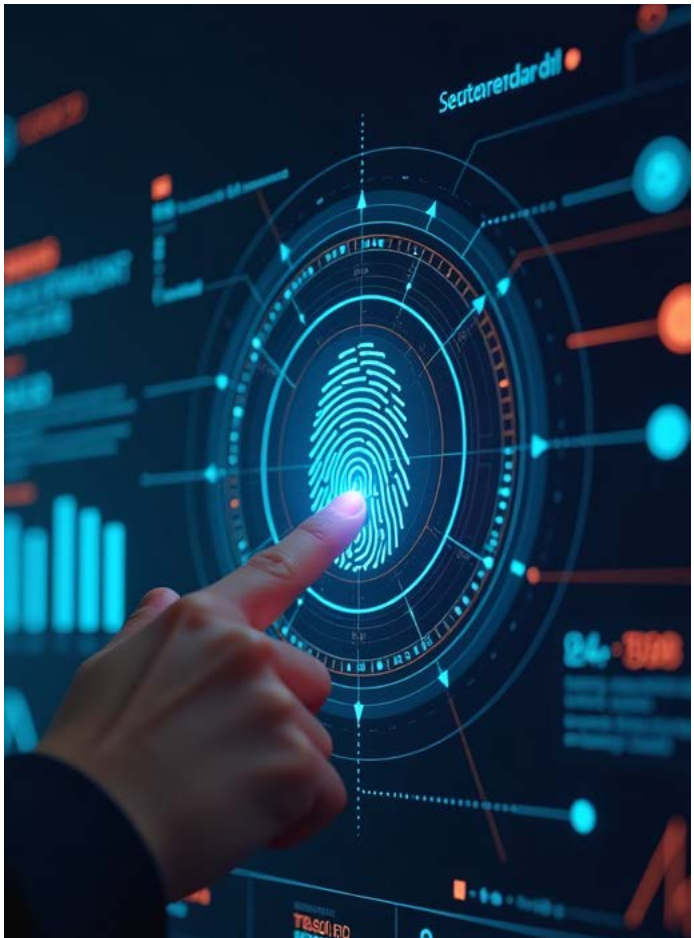
> Projetamos uma estrutura genérica que nos permite conectar diferentes tipos de *prompts* e aproveitar tanto a IA Generativa quanto modelos tradicionais de *machine learning*. Essa abordagem nos oferece uma base sólida e flexível para implementar diversas soluções. Além disso, aprendemos que a IA Generativa não resolve os problemas da mesma forma para todos, nem com o mesmo *prompt*, por isso a adaptabilidade é essencial para seu uso.

Diretor de transformação digital de uma empresa de saúde.
Chile.

Aplicações emergentes da IA Generativa

Os resultados do estudo revelam diversas motivações para a implementação da IA Generativa nas empresas. As principais razões identificadas são: aumentar a eficiência e qualidade operacional, focando na redução de tempos de processamento, eliminação de tarefas manuais e redução de erros (26,48%); melhorar a experiência do cliente e aumentar sua satisfação (18,72%); e integrar a IA Generativa como prioridade estratégica do negócio, indo além do uso experimental para se tornar um pilar central da transformação digital (12,79%). Por outro lado, as razões menos citadas incluem: aumentar a satisfação dos colaboradores e reduzir a rotatividade interna (2,74%) e criação de novas fontes de receita (3,20%).

Embora a IA Generativa tenha o potencial de transformar áreas como Recursos Humanos e Modelos de Negócios, essas aplicações ainda estão em fase inicial de exploração e adoção. **À medida que as organizações avançam na implementação da IA Generativa, seu foco se concentra em áreas que oferecem benefícios operacionais imediatos**. Essa abordagem permite que as empresas maximizem o retorno sobre o investimento no curto prazo enquanto avaliam o potencial de novas aplicações.



Tendências e casos de uso na adoção da IA Generativa

A IA Generativa tem se consolidado como um recurso estratégico na América Latina, transformando processos empresariais-chave e impulsionando a inovação com seus casos de uso em diversos setores. **Sua adoção reflete um movimento direcionado à maximização da eficiência e à criação de valor diferencial em um ambiente de crescente competitividade.**

As empresas entrevistadas destacaram as seguintes principais **capacidades da IA Generativa**:

1 Aumentar a eficiência operacional

Capacidade amplamente adotada em setores como bancos e finanças, tecnologia e software, telecomunicações e mídia. Destacam-se aplicações como Q&A inteligente (18%) e geração de conteúdo textual (17,67%).

2 Extração avançada de informações de documentos

A extração avançada de informações de documentos ocupa uma posição relevante (13%), consolidando-se como uma ferramenta essencial para processos corporativos, especialmente em mineração e extração, saúde e energia e petróleo.

3 Criatividade assistida e personalização

As aplicações criativas e personalizadas, como criatividade assistida (3,67%) e hiperpersonalização (5,67%), ainda são menos priorizadas. Esse cenário sugere que as empresas, inicialmente, buscam benefícios operacionais concretos e escaláveis antes de expandir para aplicações mais criativas.

4 Análise de emoções e sentimentos

Apenas 3% das organizações adotaram ferramentas de análise de emoções e sentimentos. No entanto, com o aumento da personalização nas interações com os clientes, as organizações esperam que essa aplicação se torne mais relevante no futuro para melhorar a experiência do cliente em tempo real e monitorar a satisfação de forma automatizada.

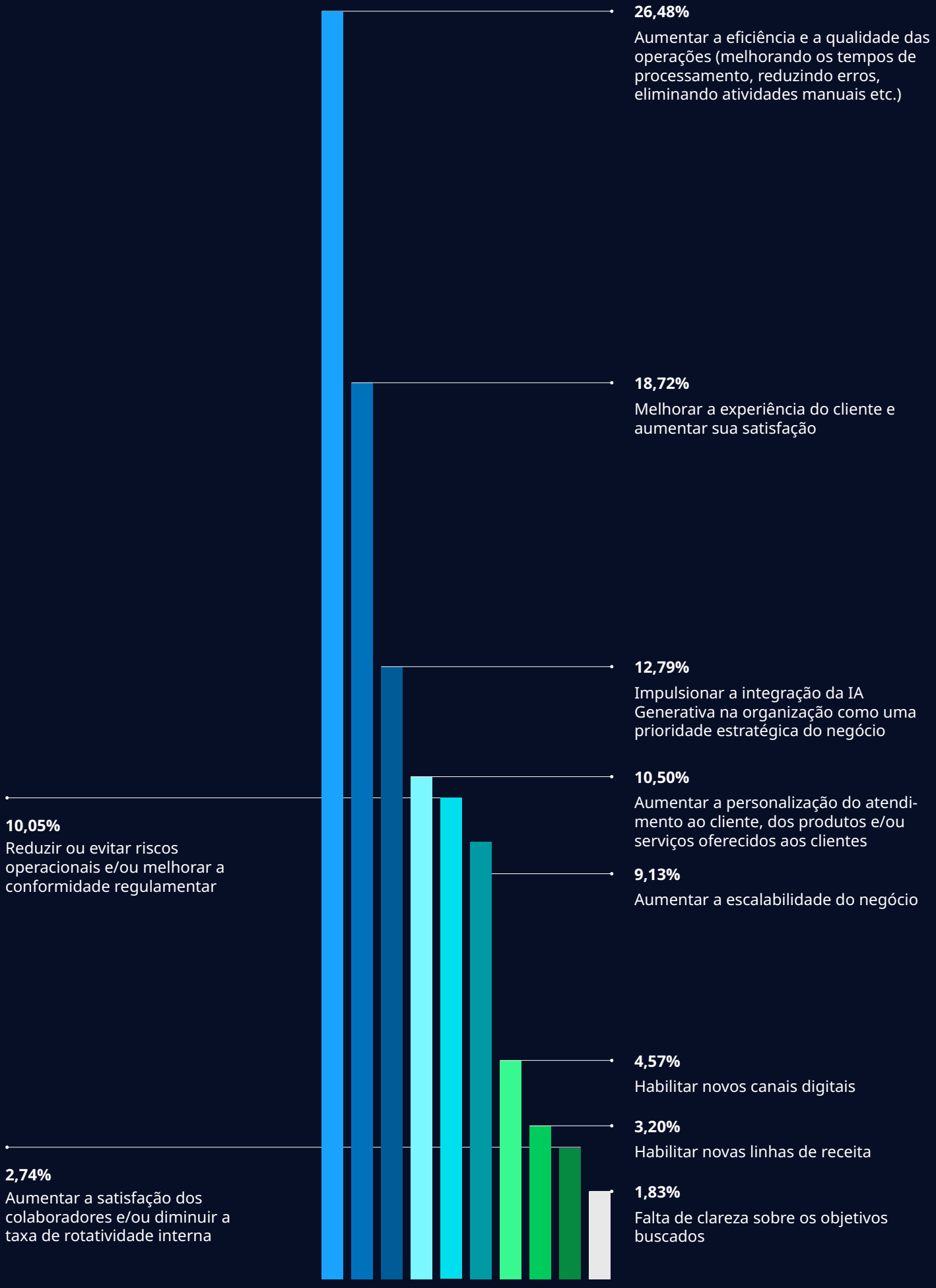
> Na nossa organização, os casos de uso são desenvolvidos com foco na melhoria da produtividade empresarial, sempre considerando o fator humano como um elemento essencial. Avançamos de forma cautelosa, analisando minuciosamente cada caso de uso para garantir que ele gere resultados concretos. Se um caso não apresentar benefícios relevantes, simplesmente não o implementamos.

Diretor de tecnologias da informação de uma empresa de seguros. México.

Com relação aos **casos de uso da IA Generativa na América Latina, os resultados indicam uma tendência voltada para a melhoria da experiência do cliente e otimização da criação de conteúdo**, variando conforme o setor das organizações. Por exemplo, no setor de telecomunicações e mídia, a IA Generativa é aplicada à criação e reutilização de conteúdo, adaptando-o para novos formatos e plataformas. Isso possibilita que as empresas maximizem o valor de seus ativos digitais e mantenham uma presença consistente em múltiplos canais de comunicação. Já no setor bancário e financeiro, a IA Generativa impulsiona a **implementação de assistentes virtuais** direcionados ao cliente, permitindo experiências personalizadas e diferenciadas. Essa tecnologia se destaca como um diferencial competitivo essencial em um ambiente altamente competitivo.

Esses casos de uso indicam que a IA Generativa está começado a se consolidar como uma tecnologia fundamental para a inovação, permitindo que as organizações atendam a necessidades específicas de forma eficiente e diferenciada, enquanto aproveitam as capacidades exclusivas dessa tecnologia para agregar valor estratégico às suas operações. Além disso, **a IA Generativa desempenha um papel importante no fortalecimento da competitividade empresarial, ao priorizar a satisfação e a fidelização dos clientes**.

Razões para a implementação da IA Generativa



 © Copyright NTT DATA, Inc.

5.
O que esperar do futuro

 © Copyright NTT DATA, Inc.

5. O que esperar do futuro

O futuro da inteligência artificial projeta uma transformação profunda na forma como as organizações interagem com a tecnologia e gerenciam suas operações. Nesta seção, apresentamos **os desafios para escalar a adoção dessas tecnologias, os casos de uso que definirão tendências em setores-chave** e os avanços que as empresas entrevistadas pela MIT Technology Review en español imaginam para os próximos anos. Esse panorama de inovação abrange o papel estratégico dos assistentes virtuais, a integração de soluções híbridas entre IA Tradicional e IA Generativa, e o surgimento de agentes de IA capazes de executar tarefas complexas.

Da implementação inicial à adoção avançada

O maior desafio para as organizações em 2025 será avançar da fase de implementação inicial, com projetos-piloto e casos de uso limitados,**para uma adoção mais avançada e escalável da IA**. Para isso, as empresas precisarão:

- **Implantar uma governança sólida:** Estabelecer modelos bem definidos de governança para medir o impacto e garantir um uso ético da IA na organização.
- **Investir na formação de talentos:** Capacitar equipes multidisciplinares para manusear essa tecnologia de forma eficaz na empresa.
- **Adotar metodologias ágeis:** Definir lideranças estratégicas que incorporem marcos flexíveis e metodologias ágeis, facilitando ajustes constantes no processo de adoção da IA.

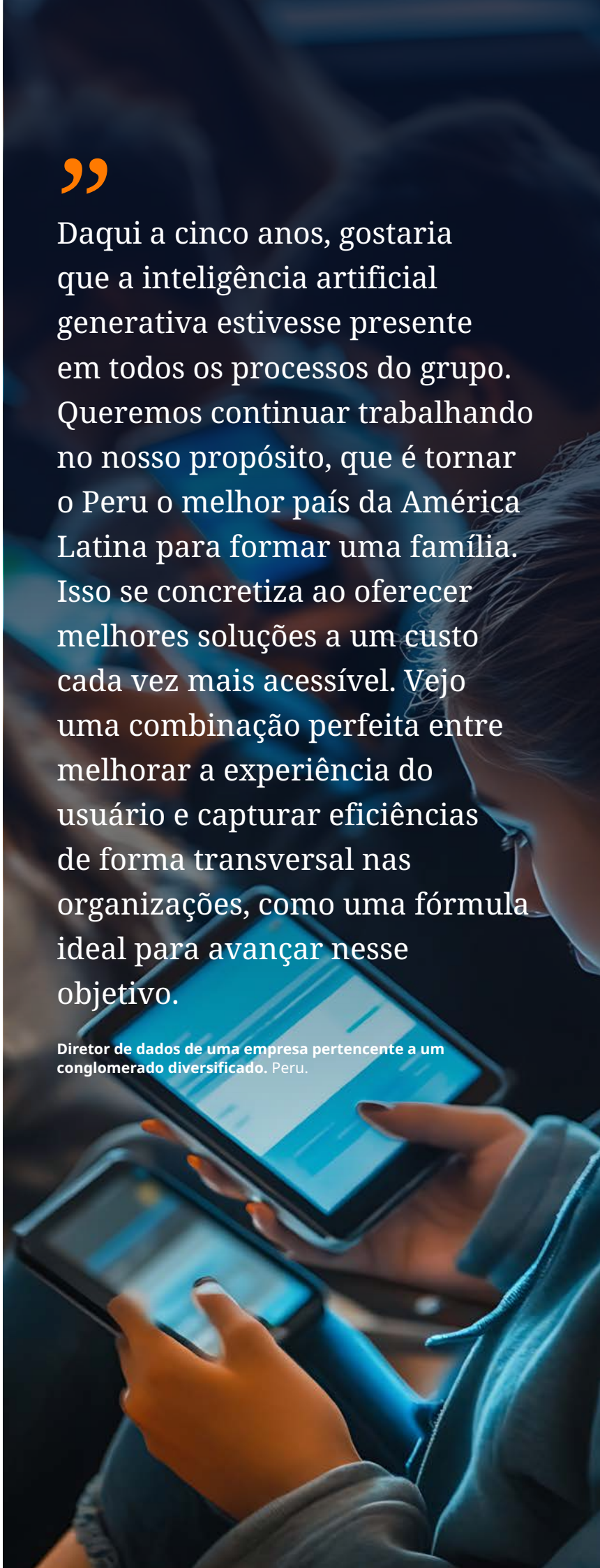
Para superar esse desafio, as organizações precisarão desenvolver **capacidades para integrar a IA Generativa de maneira transversal, garantindo métricas claras que demonstrem seu valor estratégico e que estejam alinhadas ao negócio**.

Casos de uso mais relevantes para a IA Generativa

A adoção da IA Generativa está sendo impulsionada por casos de uso que as organizações estão priorizando, baseados no alto retorno sobre investimento (ROI) e no impacto da experiência do cliente. Os casos que continuarão sendo priorizados pelas empresas incluem:

- **Personalização de conteúdos:** Adaptando as experiências do usuário com base em suas preferências e comportamentos.
- **Automação das operações:** Suporte a processos de negócios que, devido à sua variabilidade, não podem ser implementados com soluções tradicionais de software e exigem um alto grau de intervenção humana.
- **Diagnóstico avançado na saúde:** Possibilitando análises mais rápidas e precisas de doenças específicas.

Para maximizar o impacto e garantir uma adoção eficaz da IA Generativa, as empresas precisarão alinhar a tecnologia com seus objetivos estratégicos, investir na capacitação de suas equipes e priorizar casos de uso que tenham métricas bem definidas de sucesso.



”

Daqui a cinco anos, gostaria que a inteligência artificial generativa estivesse presente em todos os processos do grupo. Queremos continuar trabalhando no nosso propósito, que é tornar o Peru o melhor país da América Latina para formar uma família. Isso se concretiza ao oferecer melhores soluções a um custo cada vez mais acessível. Vejo uma combinação perfeita entre melhorar a experiência do usuário e capturar eficiências de forma transversal nas organizações, como uma fórmula ideal para avançar nesse objetivo.

Diretor de dados de uma empresa pertencente a um conglomerado diversificado. Peru.

 © Copyright NTT DATA, Inc.

O desafio da infraestrutura de dados

Outro dos desafios recorrentes apontados pelas organizações para a adoção e evolução da IA Generativa é a necessidade de estruturar e distribuir os dados de forma adequada. No entanto, devido à crescente confiança das empresas nas capacidades dessa tecnologia, há uma maior disposição e apoio interno (*buy-in)* por parte dos tomadores de decisão e das equipes na adoção e implementação dessa inovação. Esse cenário facilita a aceitação da IA Generativa como uma ferramenta útil e impulsiona ações para sua implementação de maneira mais ampla e generalizada nos diversos processos empresariais.

Para mitigar esse desafio, é fundamental **criar fontes de dados únicas e confiáveis**, garantir o acesso a ferramentas intuitivas para os usuários não técnicos e **implementar processos que assegurem a qualidade e acessibilidade da informação.**

A evolução dos assistentes virtuais e da IA Generativa

O futuro da IA Generativa na América Latina se desenha como uma integração transversal dessa tecnologia nos processos empresariais. **As organizações buscarão atingir metas estratégicas por meio de soluções acessíveis que aprimorem a experiência do usuário e otimizem a eficiência operacional.**

Os assistentes virtuais do futuro não apenas executarão tarefas operacionais, mas também **personalizarão as interações, fortalecerão a relação entre clientes e empresas, oferecerão serviços mais relevantes e aumentarão significativamente a produtividade humana**, dobrando ou até triplicando a capacidade de produção. Essa evolução integrará as capacidades da IA Generativa com a IA Tradicional, permitindo que as organizações alcancem seus objetivos estratégicos de forma mais eficiente.

> Em cinco anos, a inteligência artificial generativa será algo cotidiano. Já não estaremos mais discutindo sobre ela – será tão natural quanto o e-mail atualmente. Teremos assistentes pessoais que nos auxiliarão no dia a dia, e temas como segurança ou ética não serão mais debatidos, pois acredito que essas questões já estarão resolvidas.

Diretor de inovação digital de uma empresa do setor de energia. Argentina.

A poderosa combinação entre IA Tradicional e IA Generativa

O futuro da Inteligência Artificial reside na sinergia entre a **IA Tradicional e a IA Generativa, uma combinação que permitirá às empresas abordar com desafios complexos equilibrando análise estruturada e criatividade flexível.** Essa integração representa um caminho estratégico essencial para maximizar o valor da IA em áreas críticas:

1. **Tomada de decisão:** Combinação de análise estruturada com a adaptabilidade criativa necessária para cenários dinâmicos.
2. **Personalização em larga escala:** Criação de experiências altamente personalizadas para os clientes, com precisão aprimorada.
3. **Análise avançada de dados:** Identificação de padrões e extração de *insights* mais profundos e precisos.

Para implementar esse modelo híbrido, **as organizações precisarão adotar uma arquitetura tecnológica flexível**, que permita a interoperabilidade entre ambas as tecnologias. Além disso, será essencial **contar com equipes multidisciplinares que possam gerenciar as diferenças técnicas e estratégicas**, garantindo que essa combinação se traduza em soluções eficazes ao longo de toda a cadeia de valor.

A relevância dos agentes de IA

O surgimento dos agentes de IA representa a próxima grande onda de inovação empresarial, rumo a sistemas autônomos e adaptativos, capazes de interagir naturalmente com os usuários e diferentes ambientes. **As empresas entrevistadas destacaram a importância desses agentes, que serão capazes de executar tarefas complexas, tomar decisões de forma autônoma, aprender continuamente, se autoavaliar e colaborar com humanos para maximizar a produtividade e impulsionar a inovação.**

Atualmente, a IA Tradicional continua sendo o núcleo operacional das organizações, enquanto a IA Generativa se consolida como impulsionadora da eficiência e aprimoramento da experiência do usuário. **Os agentes de IA surgem para conectar as capacidades dessas duas tecnologias,** promovendo a automação inteligente de tarefas, a tomada de decisões baseadas em contexto, a maximização da produtividade, a otimização da eficiência e o impulso à inovação empresarial.

 © Copyright NTT DATA, Inc.

”

Estamos construindo nossos primeiros agentes com grandes modelos de linguagem (LLMs), e nossa visão para o futuro é transformar os prontuários médicos em um sistema totalmente automatizado e orientado por agentes de IA. Muitas das tarefas que atualmente realizamos manualmente, como a construção do prontuário eletrônico do paciente, são bem compreendidas porque sabemos quais são as preocupações dos médicos. O próximo passo para nós é desenvolver agentes inteligentes, criando sistemas multiagentes que resolvam desafios complexos na gestão dos registros clínicos.

Diretor de transformação digital de uma empresa de saúde.
Chile.

MIT Technology Review en español

Eduardo Gutiérrez Rojo
Project Leader & AI Expert Mentor - Opinno LATAM
eduardo.gutierrez@opinno.com

Yamel Cuautli Becerra
Principal Researcher and Analyst Consultant - Opinno LATAM
yamel.cuautli@opinno.com

Angélica Durán Ordaz
Researcher and Analyst Consultant - Opinno LATAM
angelica.duran.expert@opinno.com

Mariana Chapa Elizondo
Researcher and Analyst Consultant - Opinno LATAM
mariana.chapa@opinno.com

Alejandra González Cardozo
Content Writing Specialist - Opinno LATAM
alejandra.gonzalez@opinno.com

Laura Córdova Cruz
Design Lead - Opinno LATAM
laura.cordova@opinno.com

NTT DATA

Pablo Sáez Núñez
Head Data & Analytics Iberia & LATAM
pablo.saez.nunez@br.nttdata.com

María Pilar Torres
Head de Cybersecurity Iberia & LATAM
maria.pilar.torres.bruna@br.nttdata.com

Luis Quiles Ardilla
Head AI and Intelligent Solutions Iberia & LATAM
luis.quiles.ardila@br.nttdata.com

Daniela Santana Griecco
Head Data & Analytics Brazil
daniela.santana.griecco@br.nttdata.com

Lina Maria Bello
Head Data & Analytics Colombia
linamaria.bellogalindo@br.nttdata.com

Carlos Andrés Toro
Head Data & Analytics Chile
carlosandres.tororodriguez@br.nttdata.com

Enrique Fuentes
Head Data & Analytics Mexico
enrique.fuentesrenedo@br.nttdata.com

José Roberto Zollner
Head Data & Analytics Peru and Ecuador
joseroberto.zollnerdianderas@br.nttdata.com

Mariano Hernan Rodriguez
Head Data & Analytics Argentina and Uruguay
marianohernan.rodriguez@br.nttdata.com

Andrea Araujo Braga
Marketing & Communications Manager LATAM
andrea.araujo.braga@br.nttdata.com

D. Gabriela Gutiérrez Sánchez
Marketing & Communications Leader LATAM
dulcegabriela.gutierrezsanchez@br.nttdata.com

Juliana Benitez Valverde
Marketing & Communications Leader LATAM
juliana.benitezvalverde@br.nttdata.com

MIT Technology Review
Publicado por Opinno

A MIT Technology Review em espanhol é a edição traduzida da *MIT Technology Review*, uma revista publicada por *Technology Review Inc.*, companhia independente de mídia, propriedade do Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT). Fundada em 1899, é a revista de tecnologia mais antiga do mundo e autoridade global sobre o futuro da tecnologia da Internet, telecomunicações, energia, computação, materiais, biomedicina e negócios.

Os conteúdos sob o selo *MIT Technology Review* estão protegidos inteiramente por direitos autorais. Nenhum material pode ser reimpresso total ou parcialmente sem autorização. Caso você queira divulgar o conteúdo da revista *MIT Technology Review*, entre em contato conosco enviando um e-mail para: **redaccion@technologyreview.com** ou por telefone: **+34 911 284 864.**

Sobre NTT DATA

A NTT DATA, parte do Grupo NTT, é uma empresa global inovadora de serviços de TI e negócios com sede em Tóquio. A empresa oferece suporte para os clientes em seus processos de transformação por meio de consultoria, soluções industriais, serviços de processos de negócios, modernização digital e serviços gerenciados. A NTT DATA permite aos clientes, assim como à sociedade, avançar com confiança para o futuro digital. Nosso foco está no compromisso de longo prazo, combinando alcance global com uma visão local para fornecer serviços profissionais de ponta em mais de 50 países em que estamos presentes. Para mais informações, visite br.nttdata.com.

NTT DATA