

IA Generativa e futuro dos negócios: tendências para 2025



Aquecendo a conversa

Engana-se quem pensa que a Inteligência Artificial (IA) começou a existir com o ChatGPT.

Há décadas, cientistas do mundo todo se dedicam a evoluir ferramentas de IA, e o mundo dos negócios vem absorvendo essas ferramentas **pra ser mais eficiente, ágil e, claro, lucrar mais.**

A bola da vez é a IA generativa, e é sobre essa IA e as possibilidades de uso pelas empresas que vamos tratar neste e-book, que foi preparado pelo time de **especialistas em IA generativa da Blip**, empresa pioneira em IA conversacional no Brasil e no mundo.



Linha do tempo da IA

Fonte: Chahad e Issa, 2024,
disponível em: <https://downloads.fipe.org.br/publicacoes/bif/bif520-15-40.pdf>



História da IA: da origem aos dias atuais

A Inteligência Artificial está na moda, mas ela não nasceu agora.

São dos anos 1940/1950 os primeiros experimentos em que cientistas tentaram fazer máquinas simularem o pensamento humano.

E há quem considere a criação do primeiro algoritmo, pela Condessa Ada Lovelace, como berço das IA's.

Dá uma olhada na linha do tempo que mostra os principais marcos evolutivos da IA:

A evolução da IA passou por vários

caminhos, mas sempre manteve um ponto comum: a tentativa de reproduzir a forma de pensar e de produzir informação tal qual o cérebro humano faz.

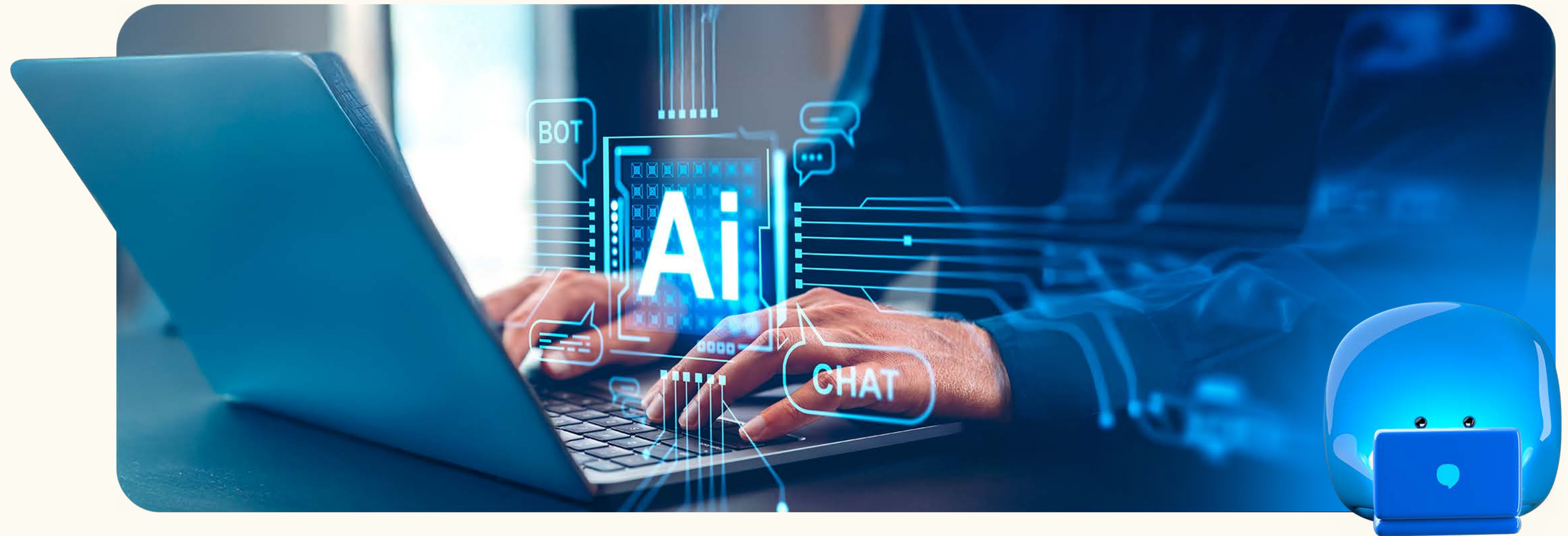
É por isso que, nesse universo, termos como **redes neurais, processamento de linguagem natural (NPL) e aprendizado profundo (deep learning)** são palavras-chave.

Hoje, a IA está presente em inúmeras aplicações, desde a criação de assistentes virtuais à automação de carros, e continua evoluindo.

Em 2025, essa tecnologia tende a crescer mais, e se tornar ainda mais poderosa.



Vamos de definição: o que é, de fato, a IA?



O termo “Inteligência artificial” engloba um universo de campos de pesquisa (como Machine Learning, Visão Computacional, Redes Neurais etc.) e tecnologias de uso (automação de processos, como no caso da automação de conversas, automação de objetos, como no caso da automação de carros etc.) ou seja, não dá pra definir a IA como uma coisa só.

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), após intensos debates, definiu IA assim:

Um sistema baseado em máquina, que é capaz de influenciar o ambiente ao produzir diferentes soluções de forma automatizada (previsões, recomendações ou decisões). A IA usa dados produzidos máquina e/ou humanos para: (a) perceber ambientes reais e/ou virtuais; (b) abstrair essas percepções de forma automatizada (por exemplo, com aprendizado de máquina) ou manualmente; e (c) usar a inferência do modelo para formular opções de resultados. Os sistemas de IA são projetados para operar com níveis de autonomia, simulando a autonomia humana (Brecke, 2023b, p. 94 apud Chahad e Issa, 2024, p. 19, adaptado, **negrito nosso**).

Trocando em miúdos: a Inteligência Artificial (IA) agrega vários estudos da ciência da computação voltados ao desenvolvimento de sistemas e de máquinas capazes de realizar tarefas que, tradicionalmente, exigem a inteligência humana.

Isso inclui atividades como resolver problemas, tomar decisões, reconhecer padrões, compreender linguagem natural e até aprender com a própria experiência.



2024 e o boom da IA generativa

Depois de anos de pesquisa e evolução, em 2024 o tema da IA caiu na boca do povo com o lançamento do ChatGPT, pela empresa OpenAI.

Esse sucesso fez o tema da IA sair dos círculos de pesquisa e tecnologia e ganhar as ruas, os jornais, as redes sociais, enfim, as conversas. Hoje, mesmo que superficialmente, grande parte da população já fala sobre IA - ou ouve falar - de alguma forma.

IA generativa pra automatizar conversas: a queridinha das empresas

A IA generativa é capaz de criar, de forma autônoma, textos, imagens, vídeos e até códigos. É isso que tecnologias como **ChatGPT**, Midjourney e o **Gemini**, do Google, fazem.

O fato de essas tecnologias terem sido disponibilizadas ao consumidor direto é o que gerou o boom de IA que vimos, sobretudo, a partir de 2024.

Com todo mundo usando essas tecnologias, muitas empresas também passaram a adotar a IA no dia a dia.

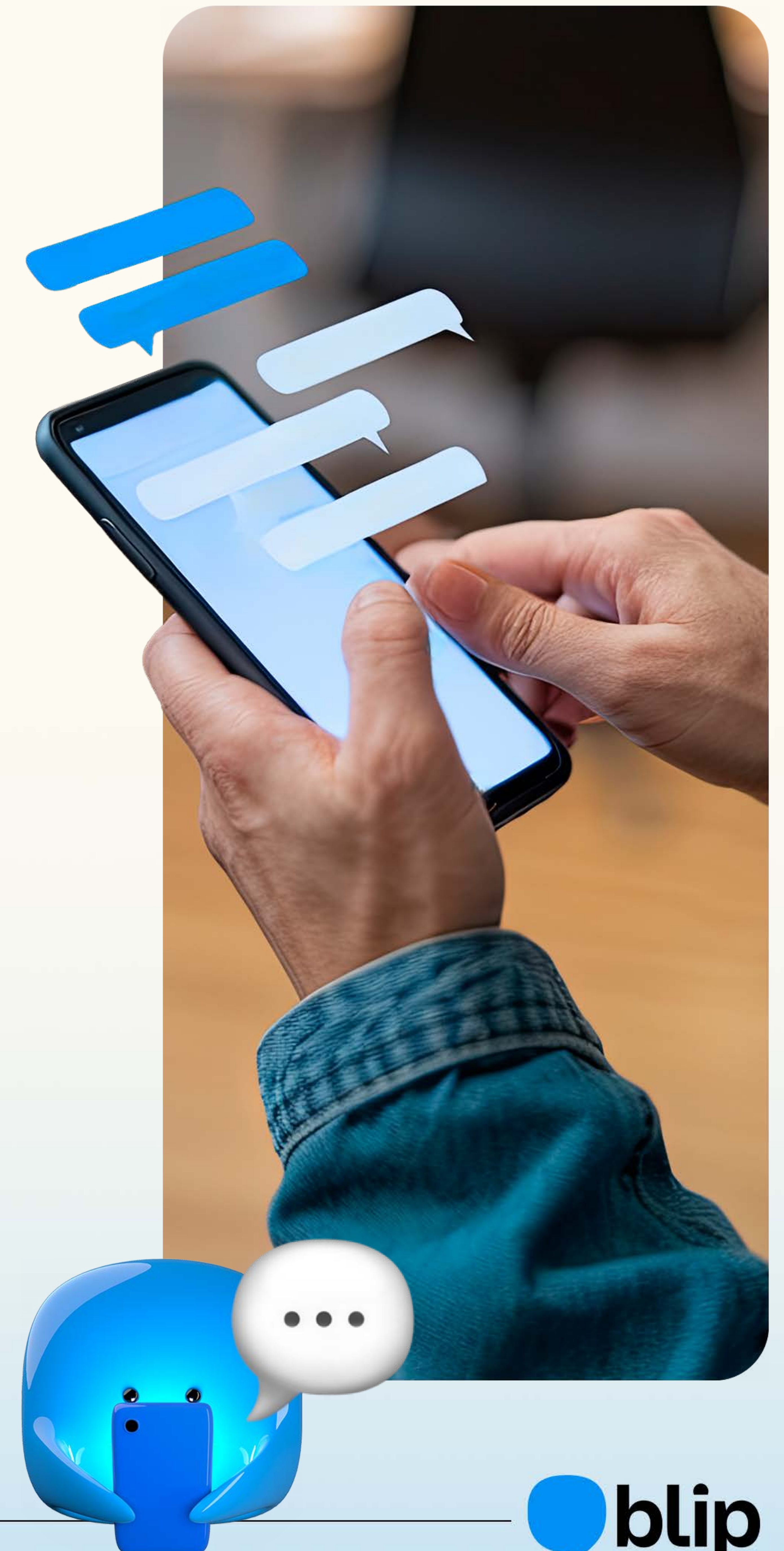
É isso que mostra o estudo feito pela **Mckinsey**, que evidenciou que a adoção da IA pelas empresas de diversos nichos teve um aumento de 17% em 2024, e a tendência é que esse

número suba ainda mais em 2025.

E por que as empresas estão usando IA?

Para automatizar processos e, assim, diminuir gastos e agilizar entregas, ou seja, para serem mais eficientes.

As tarefas automatizadas vão desde a criação de conteúdo para marketing até a **automação de atendimento ao cliente**.





Automação de atendimento ao cliente: dá pra falar com um robô como se ele fosse um humano?



Quando falamos em automação de atendimento ao cliente, a dúvida bate: usar robô para atender ao público dá certo?

Nos últimos anos, a popularização dos chatbots, sobretudo depois da Pandemia de Covid-19, cresceu. Durante a Pandemia, as empresas precisaram intensificar o atendimento remoto, e essa necessidade já havia colocado a população e as empresas em contato mais intenso com a IA, mas havia limitações.

Os chatbots comuns eram (e ainda são) genéricos, ou seja, não criam uma conversa com o cliente.

Ao fornecer apenas uma lista limitada de soluções e encaminhamentos, o atendimento pelo chatbot comum não consegue substituir o atendimento humano, ou mesmo servir como suporte aos atendentes, na tarefa de ser mais ágil e mais eficiente.

Porém, com o avanço dos níveis de personalização de conversas feitas usando IA, além do desenvolvimento da capacidade da IA de reproduzir diálogos tal como os seres humanos fazem, a nova onda da IA generativa já permite que o atendimento automatizado ofereça uma experiência conversacional nunca antes vivida na História, porque muito mais próxima da forma como as pessoas conversam.

Uso de IA e ética: pontos de atenção

O boom do uso da inteligência artificial por pessoas e por empresas levantou o debate sobre a ética no uso dessas ferramentas.

Segundo a pesquisa da **Mckinsey**, temas que preocupam bastante os órgãos reguladores quando falamos em ética e IA são a geração de informações imprecisas e a proteção da propriedade intelectual.

Isso porque a IA Generativa pode fornecer informações

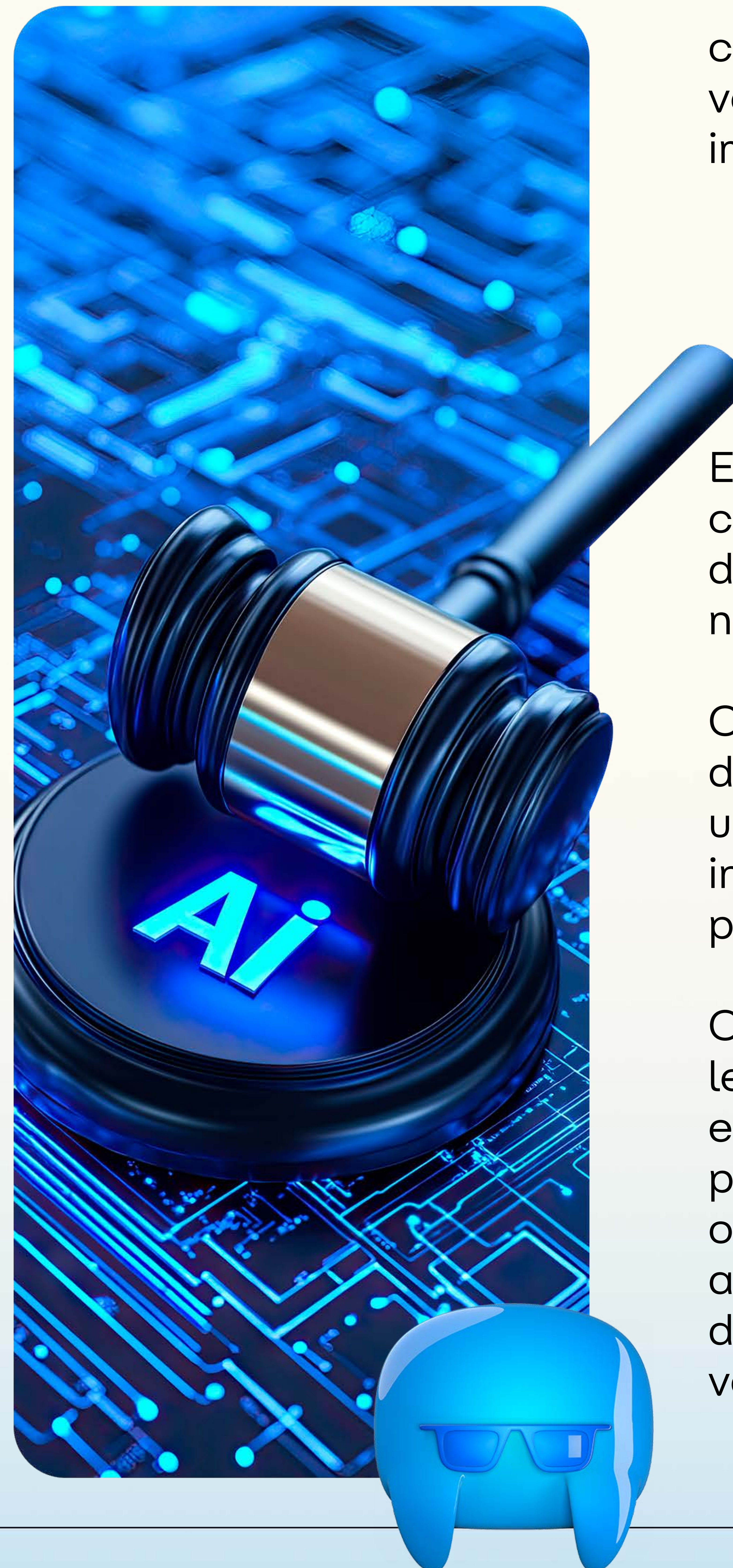
criadas por ela, que não necessariamente são verdadeiras no “mundo real”, o que pode gerar impactos negativos para pessoas e empresas.

Por isso, governos e organizações começaram a implementar diretrizes para garantir que a IA seja usada de forma responsável e ética.

Esses órgãos têm buscado regulamentar temas como transparência, segurança de dados, direitos de privacidade e a prevenção de vieses nos algoritmos.

O objetivo é proteger os direitos e os dados dos usuários e mitigar riscos associados ao uso da IA, como discriminação, manipulação, informações imprecisas e invasão de privacidade.

Os debates sobre o tema, bem como a legislação pertinente, ainda estão em curso. No entanto, é importante que haja um compromisso, principalmente por parte de empresas, com o uso ético dessas ferramentas, de modo a assegurar a privacidade de dados e a produção de conteúdos com verificação efetiva de veracidade.



Principais tendências de IA generativa em 2025



Com as ferramentas de IA generativa que geram textos e imagens se popularizando cada vez mais, 2025 promete ser mais um marco na linha do tempo de evolução da IA. Empresas de todos os portes têm buscado automatizar processos e, indo além, têm buscado compreender todas as formas de empregar IA para alavancar os negócios, economizando recursos, profissionalizando e padronizando tarefas e gerenciando processos a partir de dados.

A **Blip** conhece bem esse cenário todo.

Com mais de 20 anos de atuação no ramo da tecnologia digital, nossa empresa se tornou, sobretudo a partir da Pandemia, o principal hub de evolução do uso da IA para automatizar e gerar conversas.

Hoje, já temos tecnologia capaz de substituir completamente o atendimento humano ao cliente, oferecendo um nível de personalização de conversas único, aumentando comprovadamente e significativamente NPS e satisfação do cliente.

Além disso, também temos tecnologia avançada para dar suporte a times inteiros de relacionamento.

Com o Blip Copilot, por exemplo, mesmo mantendo o atendimento humano na ponta, a retomada instantânea de contexto de atendimento e a sugestão automática de respostas inteligentes elevam muito a qualidade, a padronização e o nível de entrosamento entre atendente e cliente.

Hoje, com a evolução que já temos em relação à IA Generativa da Blip, consideramos que



nossas soluções são capazes de substituir o chatbot comum por um verdadeiro **contato inteligente**.

E usar a IA para manter conversas e contatos inteligentes com os clientes é uma das tendências de uso da IA em 2025.

A seguir, contamos mais sobre as principais tendências, assim você pode se informar e já se preparar para, dentre outras coisas, levar sua empresa para a era da IA conversacional.

TENDÊNCIA 01

AI Agents e Copilots: a nova geração de assistentes virtuais

A onda dos chatbots está se transformando na onda dos agentes de IA generativa e dos Copilots.

E o que isso significa na prática?

A IA está deixando de apenas reproduzir informações e se consolidando como produtora, criadora de informações inteligentes, sobretudo em forma de conversas.

Gerar conversas é uma forte tendência de uso da IA Generativa. E não qualquer conversa, mas uma conversa contextualizada, personalizada.

Na Blip, por exemplo, o Blip AI Agent e o Blip Copilot são ferramentas configuradas por meio de Machine learning, usando bases de dados da própria empresa contratante,



ou seja, toda conversa gerada por esses assistentes é contextualizada e situada de acordo com a empresa, o que aumenta a satisfação dos clientes, que encontram respostas sob medida quando interagem com a empresa.

Importante dizer, então, sobre essa tendência: não se trata apenas de automatizar respostas, mas, sim, de ser capaz de usar a IA generativa para dar assistência aos clientes, usando, pra isso, conversas realmente inteligentes.

A IA generativa usada assim passa a ser um recurso muito mais estratégico do que apenas operacional.

TENDÊNCIA 02

Personalização em larga escala

Dois termos que sempre pareceram opostos (“personalização” e “larga escala”), com a IA generativa estão cada vez mais próximos.

Afinal, agora já é possível gerar conversas e conteúdos em larga escala, mas mantendo a personalização que é característica do diálogo humano e das trocas 1:1.

Hoje, por exemplo, um e-commerce já consegue oferecer um assistente virtual capaz de dar recomendações altamente personalizadas, considerando o histórico de cada cliente, aumentando, assim, o engajamento e a retenção.

Esse uso da IA generativa fortalece estratégias de criação de comunidades em torno das marcas, o que aumenta a fidelidade e fortalece o relacionamento cliente-empresa.



TENDÊNCIA 03

Leitura de dados e criação de insights

Vivemos na era dos dados, mas nem todo mundo consegue usar os dados de forma estratégica.

Com o emprego da IA, a leitura de dados para gerar insights criativos e de negócios já é uma realidade.

Cada vez mais, a IA consegue processar grandes quantidades de dados, propondo análises e servindo como um suporte robusto para times que precisam transformar dados em informações no dia a dia das empresas.

Esse uso da IA é tendência exatamente porque, na era do algoritmo, quem não faz a leitura correta dos dados que coleta perde dinheiro.





TENDÊNCIA 04

IA generativa que processa áudio

As atualizações do ChatGPT trouxeram a possibilidade de processar e gerar texto em áudio, e isso representa um avanço significativo nas possibilidades de uso da IA generativa pelas empresas.

Isso porque, com acesso em larga escala a esse tipo de tecnologia, empresas de todos os tamanhos já podem vislumbrar ter assistentes virtuais, como a Siri, da Apple, acionados por voz e sendo capazes de interagir com os clientes usando áudio.

Tanto em termos de agilidade quanto em termos de acessibilidade, essa possibilidade de uso da IA representa um grande avanço.

Leia mais sobre
as atualizações
do Chat GPT aqui:
Chat GPT 3.5,
Chat GPT 4
e Chat GPT 4o:

Saiba as
diferenças entre
cada versão da IA



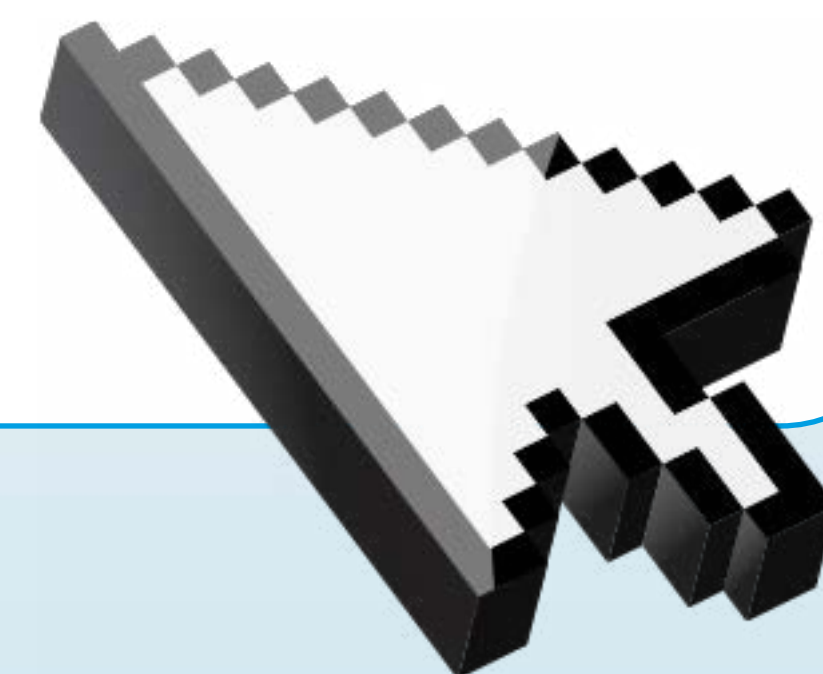
A ERA CONVERSACIONAL JÁ COMEÇOU

A IA generativa está moldando o futuro dos negócios e revolucionando a forma pela qual as marcas conversam com as pessoas.

As tendências no campo da IA mostram que o centro da questão é a personalização em larga escala, e empresas que já entenderam esse ponto saíram na frente e estão levando seus negócios para a era conversacional.

Quer saber mais sobre como o futuro da IA pode auxiliar na comunicação do seu negócio?

Então, **fale com a gente** e conheça a Blip, uma plataforma que usa IA conversacional para transformar todas as interações em **Contatos Inteligentes**.



Referências

Chahad, José Paulo Zeetano; Issa, Tuffi L. O estágio atual da Inteligência Artificial: História, Impactos no Mercado de Trabalho, aspectos sociais e alternativas de regulação, 2024, disponível em: <https://downloads.fipe.org.br/publicacoes/bif/bif520-15-40.pdf>



