AMS SOLUÇÕES DIGITAIS

Você tentou colocar IA na empresa e não pegou, mas o problema quase nunca é a ferramenta.

Por que projeto de inteligência artificial morre na operação B2B e o modelo que sobrevive, com a IA dentro do processo e número que se audita.

EBOOK · 8 CAPÍTULOS
PARA DONOS, DIRETORES E GERENTES DE OPERAÇÃO B2B
EDIÇÃO 2026

ANTES DE COMEÇAR

Três coisas que este material não é.

Você provavelmente já leu meia dúzia de textos sobre IA nos últimos dois anos e nenhum mudou nada na sua empresa. Antes de gastar seus 35 minutos, saiba o que não vai encontrar aqui.

Não é um tutorial de prompt

Não tem "escreva assim para a IA obedecer". Se o resultado da sua empresa depende de alguém escrever o pedido perfeito, o que você contratou foi mais uma habilidade individual, que vai embora junto com a pessoa.

Não é um comparativo de ferramentas

Não vamos dizer qual modelo é melhor. Modelo muda a cada três meses; o problema que faz o projeto morrer na sua empresa é o mesmo há dois anos e não tem nada a ver com qual modelo você escolheu.

Não é estatística de mercado

Não tem gráfico de "X% dos projetos de IA falham". Você já viu esses números e eles não te ajudaram a decidir nada. O que ajuda é reconhecer o padrão do fracasso na sua própria operação, e é isso que os oito capítulos fazem.

O que este material é

Um diagnóstico de quem implanta. Cada capítulo tem a mesma estrutura. Primeiro **a cena**, que é o que acontece de verdade dentro da empresa. Depois **por que acontece**, e a causa quase nunca é tecnológica. No fim, **o que fazer no lugar**, com uma decisão que você pode tomar ainda esta semana.

Sobre a AMS. Somos de Curitiba e desenvolvemos o UpLeads, um CRM/ERP B2B com módulos de prospecção, vendas, estoque, compras, fiscal e expedição. Temos cinco frentes de IA em produção nele. Quando um exemplo vier de lá, ele vem marcado como **"Na prática"**, para você separar o que é princípio geral do que é o nosso jeito de resolver. Cerca de quatro quintos deste material serve para qualquer empresa, com qualquer fornecedor.

SUMÁRIO

Oito capítulos, oito decisões.

01 **O piloto que virou assinatura órfã**
Por que distribuir IA genérica para a equipe não muda a operação, e o que fazer com a assinatura que você já paga.

02 **IA ao lado da tela x IA dentro do processo**
O custo invisível do copiar e colar, e a regra que separa o que sobrevive do que morre na primeira semana corrida.

03 **O número que a IA não pode inventar**
Como pedir métrica para IA sem levar número errado para a reunião de diretoria.

04 **A IA não sabe o que é o seu produto**
Catálogo, código do cliente, apelido do vendedor. O que ensinar uma vez para nunca mais digitar.

05 **Automatizar processo torto acelera o erro**
Como descobrir se o seu cadastro aguenta, e o que arrumar antes de ligar qualquer IA.

06 **Os 4 D: Dono, Dado, Dentro, Diferença**
Um filtro de uma página que aprova, ou mata em cinco minutos, qualquer caso de IA.

07 **O primeiro ano, fase por fase**
O manual: a ordem em que uma empresa que acompanhamos saiu do zero e chegou a ter IA na operação, em doze meses.

08 **Os primeiros 90 dias do primeiro ano**
O zoom no começo do arco: o que rodar primeiro, o que medir em cada marco e quando encerrar um caso sem culpa.

A TESE, ANTES DE VOCÊ VIRAR A PÁGINA

A IA não falha na sua empresa por ser fraca. Ela falha porque foi instalada **ao lado** do trabalho, sem dono, sem dado da casa e sem número para comparar depois. Corrigidos esses quatro pontos, o mesmo modelo que "não deu em nada" começa a pagar a conta.

01

CAPÍTULO UM

O piloto que virou assinatura órfã

A CENA

Alguém da diretoria leu que a empresa precisava usar IA. Contrataram vinte licenças de um assistente genérico e mandaram um comunicado: "agora todo mundo tem IA, usem". Fizeram um treinamento de uma hora. Nas duas primeiras semanas o pessoal brincou, gerou uns textos, mostrou coisa engraçada no grupo. No terceiro mês, o relatório de uso mostra que três pessoas ainda entram, e nenhuma delas é do comercial, do estoque ou das compras. A assinatura continua sendo debitada.

Por que acontece

Porque uma ferramenta genérica transfere para o funcionário um trabalho que ele não tem como fazer: **descobrir sozinho qual pedaço do próprio trabalho vale automatizar, e como.** O vendedor sabe vender. O que ele não sabe, e nem deveria precisar saber, é desenhar um caso de uso de IA, escrever a instrução certa, validar se a resposta está correta e repetir isso todo dia sem esquecer.

Tem três agravantes que aparecem sempre juntos:

- **O ganho fica na pessoa, não no processo.** Se a Fernanda descobre um jeito esperto de resumir a ligação com o cliente, o ganho é dela. Quando ela sai de férias, o ganho sai junto. Nada ficou registrado no sistema, no procedimento, na empresa.
- **A ferramenta não conhece a sua casa.** Um assistente genérico não sabe o seu catálogo, o seu histórico de pedidos, quem é o cliente que sempre atrasa, qual produto está sem estoque. Ele responde bem sobre o mundo e mal sobre a sua empresa, que é justamente onde você precisa de resposta.
- **Ninguém combinou o que era para melhorar.** Sem um número escolhido antes, não existe "deu certo". Existe só "achei legal", que dura o tempo da novidade.

O que fazer no lugar

Pare de distribuir capacidade e comece a **escolher uma tarefa**. Uma só. E ela precisa passar em três testes:

TESTE	PERGUNTA	SE A RESPOSTA FOR NÃO
Repetição	Alguém faz isso pelo menos umas vinte vezes por semana?	Não automatize. O ganho não paga o esforço de implantar.
Dono	Existe uma pessoa cujo dia melhora se isso funcionar?	Ninguém vai defender o projeto quando aparecer o primeiro erro.
Erro visível	Dá para conferir se a IA acertou, em menos de dez segundos?	Você não vai confiar. E com razão.

Em operação B2B, as tarefas que passam nos três testes quase sempre são as mesmas: digitar pedido que chegou por WhatsApp, e-mail ou PDF; decidir para quem ligar primeiro; montar a lista de compra do mês; achar o produto certo no catálogo a partir da descrição que o cliente usou. Nenhuma delas é glamourosa, e todas são caras.

EM UMA FRASE

Você não implanta IA na empresa distribuindo licenças. Você implanta **escolhendo uma tarefa repetitiva que tem dono e erro visível**, e só depois pensa em ferramenta.

02

CAPÍTULO DOIS

IA ao lado da tela x IA dentro do processo

> **A CENA**
>
> O cliente manda a foto de um pedido no WhatsApp: quatorze itens escritos à mão, com o código interno dele. O vendedor abre o assistente de IA numa aba, sobe a foto, pede para transcrever. Copia a lista, abre o sistema e procura item por item, porque o código do cliente não é o código da empresa. Digita, confere. Trinta e cinco minutos depois, o pedido está lançado. Ele fez isso com dois pedidos de vinte, porque nos outros dezoito foi mais rápido digitar direto.

Por que acontece

Porque a IA foi colocada **ao lado** do trabalho, não **dentro** dele. Toda vez que alguém precisa sair do sistema onde trabalha, abrir outra coisa, colar, voltar e conferir, você criou um imposto invisível. E imposto invisível ninguém paga em dia de correria, que na operação B2B é todo dia útil.

Esse é o filtro mais simples e mais implacável deste ebook:

> **REGRA DO TROCO DE ABA**
>
> Se a IA exige que a pessoa **abra outra tela** para funcionar, ela vai morrer na primeira semana cheia. Não por ser ruim, mas porque tem custo de atenção, e ninguém tem atenção sobrando às cinco da tarde de uma sexta.

O que fazer no lugar

Inverta a pergunta. Em vez de "onde eu encaixo a IA?", pergunte: **"em qual tela a pessoa já está quando essa dor acontece?"** É ali, e em nenhum outro lugar, que a IA precisa aparecer.

- O vendedor está na tela de **novo pedido**. Então o botão de "ler pedido do cliente" fica ali, e o resultado cai direto no carrinho, já com o produto do seu catálogo, a quantidade e o preço.
- O comprador está na tela de **reposição**. Então a sugestão do que comprar aparece ali, pronta para virar ordem de compra, não num relatório que ele teria que abrir.
- O diretor está no **painel**. Então ele pergunta ali mesmo, com as palavras dele, e o número aparece ao lado do gráfico que ele já estava olhando.

Repare no que muda: a pessoa não precisa aprender a usar IA. Ela continua fazendo o trabalho dela, no lugar de sempre, e o trabalho ficou menor. Essa é a diferença entre uma ferramenta que a empresa adota e uma que a empresa cancela.

NA PRÁTICA · UPLEADS

No UpLeads, a leitura de pedido acontece na própria tela de venda, sem aba separada. O vendedor anexa o PDF ou a foto que o cliente mandou e recebe o carrinho montado, item a item, com o que casou e o que precisa de decisão dele. Quando a IA não resolve um item, o pedido não trava. Aquele item fica marcado para o vendedor escolher e o resto segue pronto.

EM UMA FRASE

Nenhuma IA sobrevive a um copiar e colar. **Ou ela mora na tela onde a dor acontece, ou ela não existe.**

03

CAPÍTULO TRÊS

O número que a IA não pode inventar

A CENA

Reunião de diretoria, terça de manhã. O gerente comercial abre o relatório novo, aquele com IA, e anuncia o faturamento do trimestre da linha de produto. O financeiro franze a testa: o número está uns oito por cento acima do que ele fechou. Ninguém consegue explicar a diferença ali na hora. A reunião segue, mas o assunto acabou. Nos meses seguintes, ninguém mais abre aquele relatório, não porque ele errasse sempre, mas porque uma vez bastou.

Por que acontece

Porque alguém deixou a IA **calcular**. Modelos de linguagem são excelentes em entender o que você quis dizer e péssimos em serem consistentes com aritmética e com regra de negócio. Pior ainda, quando erram, erram com a mesma confiança com que acertam, e não vem aviso nenhum.

E tem uma armadilha mais sutil, que é a que realmente derruba o projeto: **a regra de negócio.** "Faturamento" na sua empresa tem uma definição específica. É pedido aprovado ou nota fiscal autorizada? Entra frete e imposto? Devolução abate no mês da venda ou no mês da devolução? Se a IA escreve a consulta livremente, ela escolhe uma dessas definições por conta própria, e escolhe diferente a cada pergunta. Aí o mesmo indicador dá três valores em três telas.

O que fazer no lugar

Separe com clareza duas coisas que costumam ser confundidas:

A IA FAZ	O SISTEMA FAZ
Interpreta a pergunta. "Quanto a linha de embalagem vendeu no Sul no trimestre passado?" vira: métrica = faturamento, dimensão = família, filtro = região Sul, período = trimestre anterior.	**Calcula o número.** Com a regra oficial da empresa, a mesma que o painel, o relatório e o contador usam.
É bom nisso: entende sinônimo, gíria interna, pergunta mal formulada, e ainda entende "e no mês passado?" na sequência.	É determinístico, então perguntou duas vezes, deu o mesmo valor.

Na hora de avaliar qualquer fornecedor que te ofereça "IA para relatórios", faça uma pergunta só: **"o número sai de uma consulta escrita pelo modelo, ou de um cálculo do sistema?"** Se for a primeira opção, você vai ter um número errado numa reunião. É questão de tempo.

> **NA PRÁTICA · UPLEADS**
>
> No portal do diretor, a IA nunca escreve a consulta. Ela decompõe a pergunta em quatro componentes (métrica, dimensão, filtro e período) e o sistema monta e executa o cálculo a partir disso. A lista de métricas e de dimensões que o motor sabe calcular é fechada e conhecida. E o faturamento segue uma regra única: nota fiscal autorizada quando o módulo fiscal está ligado; pedido aprovado quando não está. É a mesma regra do painel e dos relatórios gerenciais, então, por construção, os três não podem divergir.

O teste de duas perguntas

Quando alguém te mostrar uma demonstração de IA analítica, faça isto na frente do vendedor:

1. Faça a mesma pergunta duas vezes, com palavras diferentes. Os números têm que bater exatamente.
2. Peça para abrir o detalhe: quais pedidos entraram nessa soma. Se não der para descer até a linha, você não tem um relatório, tem uma opinião.

EM UMA FRASE

Um número errado numa reunião de diretoria mata o projeto inteiro. **Deixe a IA entender a pergunta e o sistema fazer a conta.**

04

CAPÍTULO QUATRO

A IA não sabe o que é o seu produto

> **A CENA**
>
> No pedido, o cliente escreveu "cx c/ 12 bisnaga 500g". No seu catálogo, o item se chama "Bisnaga plástica 500 g, caixa 12 un, ref. BP500-12". O comprador do cliente usa o código interno dele, 4471. O seu vendedor antigo chamava de "bisnaga grande". A IA genérica lê "cx c/ 12 bisnaga 500g" e devolve um texto bonito descrevendo uma bisnaga. O que você precisava era do SKU BP500-12, quantidade 1 caixa, no seu preço, para aquele cliente.

Por que acontece

Porque o conhecimento que resolve isso não está na internet: está na sua empresa, espalhado em três lugares que ninguém nunca juntou. O catálogo (que o sistema tem), o histórico de pedidos daquele cliente (que o sistema também tem, mas ninguém usa) e a cabeça do vendedor que atende ele há seis anos (que o sistema não tem).

É aqui que quase todo projeto de IA em empresa B2B empaca. O modelo não é fraco, o que falta é alguém ter dado a ele o vocabulário da casa.

O que fazer no lugar

Não peça para a IA "adivinhar" o produto. Monte uma **cascata de identificação**, do mais confiável para o menos confiável, e faça o sistema descer degrau por degrau:

DEGRAU	O QUE É	CONFIANÇA
1. De/Para do cliente	"O código 4471 daquele cliente é o meu BP500-12." Aprendido da última vez que alguém resolveu isso na mão.	Total, porque foi um humano que ensinou.
2. Código exato	O SKU ou o código de barras bateu com o seu cadastro.	Total.
3. Semelhança de descrição	O texto do pedido se parece o suficiente com a descrição de um produto seu.	Parcial, porque precisa de um limite mínimo. Abaixo dele, não sugere.
4. Humano	Nada bateu. O item fica marcado e quem decide é o vendedor.	É a saída honesta, e ela precisa existir.

O degrau quatro é o mais importante e o mais ignorado. **Uma IA que sempre responde alguma coisa é pior do que uma que admite não saber**, porque a que sempre responde te obriga a conferir tudo, e aí o ganho já foi embora.

E repare no degrau um: ele é o que faz o sistema melhorar sozinho. Toda vez que o vendedor resolve um item na mão, aquele "código do cliente = meu produto" fica guardado. Da segunda vez em diante, aquele item nunca mais precisa de decisão humana. O acerto sobe com o uso, sem ninguém treinar nada.

> **NA PRÁTICA · UPLEADS**
>
> O casamento de produto do UpLeads roda exatamente nessa ordem: De/Para aprendido daquele cliente, depois SKU ou EAN exato, depois similaridade por descrição com limiar mínimo. O que não atinge o limiar não é sugerido e vai para a decisão do vendedor. O De/Para é gravado a partir da correção que o próprio vendedor faz, sem tela extra de cadastro.

EM UMA FRASE

A IA não sabe o que é o seu produto e nunca vai saber sozinha. **Ensine uma vez, por cliente, e faça o sistema guardar.**

05

CAPÍTULO CINCO

Automatizar processo torto acelera o erro

> **A CENA**
>
> Ligaram a sugestão automática de compra. Na primeira rodada, o sistema mandou comprar 400 unidades de um item que tem 380 parados no depósito dois, saldo que ninguém enxerga porque a transferência de dezembro nunca foi registrada. Mandou comprar zero de um item que está em falta, porque o estoque mínimo estava cadastrado como 0 desde 2019. E sugeriu três fornecedores para o mesmo produto, porque o mesmo fornecedor está cadastrado três vezes com grafias diferentes. Conclusão da reunião: "essa IA não funciona".

Por que acontece

Porque automação não conserta dado ruim. Ela **publica** dado ruim, mais rápido e para mais gente. O erro que antes ficava escondido numa planilha do comprador agora aparece numa tela que a diretoria olha. A IA não criou o problema; ela só tirou o problema do armário.

E aí acontece a pior consequência possível: a empresa culpa a tecnologia, cancela o projeto e continua com o cadastro sujo. Perdeu duas vezes.

O que fazer no lugar

Antes de ligar qualquer IA que decida alguma coisa, seja o que comprar, para quem ligar ou que preço sugerir, passe este check-list de cinco linhas. Ele leva meia hora e evita três meses de discussão.

VERIFICAÇÃO	COMO TESTAR EM CINCO MINUTOS
Cadastro duplicado	Ordene a lista de clientes e de fornecedores por nome. Duplicata aparece de olho, colada uma na outra.
Estoque que bate	Sorteie dez produtos de giro alto e conte fisicamente. Se mais de dois divergirem, o dado de estoque ainda não sustenta decisão automática.
Parâmetro esquecido	Quantos produtos ativos estão com estoque mínimo igual a zero? Quantos estão sem preço de custo? Esses são exatamente os que a IA vai errar.
Histórico suficiente	Você tem pelo menos seis meses de movimentação registrada no sistema? Sem histórico não existe giro, e sem giro não existe sugestão.
Um jeito só de fazer	Peça para dois vendedores lançarem o mesmo pedido. Se der diferente, o processo não está definido, e IA não define processo, só acelera o que já existe.

Se três das cinco linhas falharem, o seu primeiro projeto de IA vai ser uma faxina de cadastro com prazo e responsável. Ela é chata, ninguém quer tocar, e é ela que decide se tudo o mais vai funcionar.

Um atalho útil: comece a automação por onde o dado **já é confiável por obrigação**. Em quase toda empresa B2B, esse lugar é o pedido de venda e a nota fiscal, porque erro ali dá problema com cliente e com fisco, então alguém já cuida. Cadastro de produto e estoque costumam ser o oposto.

> **NA PRÁTICA · UPLEADS**
>
> A sugestão de compra do UpLeads cruza giro do estoque, curva ABC, estoque mínimo e a demanda que os vendedores registraram em campo. O prazo de entrega que ele usa é o **medido** por fornecedor, do envio da ordem até o recebimento, e não o prometido no cadastro. Isso só vale alguma coisa se as movimentações estiverem registradas. É por isso que a implantação começa pelo estoque, não pela IA.

EM UMA FRASE

IA em processo torto é um megafone para o seu erro. **Arrume o cadastro primeiro, porque é o projeto de IA mais barato que existe.**

06

CAPÍTULO SEIS

Os 4 D: o filtro de uma página

Este é o capítulo para imprimir e deixar na gaveta. Toda vez que alguém te apresentar um caso de IA, seja fornecedor, consultor ou o seu próprio time, passe pelos quatro D. Se falhar em um só, não aprove. Parece rigor excessivo, mas é o que separa o projeto que sobrevive do que vira assinatura órfã.

D de DONO

"Qual pessoa, com nome, tem o dia melhor se isso funcionar?"

Não vale "a empresa" nem "o time comercial". Tem que ser uma pessoa que hoje sofre com a tarefa e que vai defender a ferramenta quando ela errar pela primeira vez, porque errar ela vai. Se o único interessado é quem está vendendo o projeto, o projeto morre no primeiro problema.

D de DADO

"A informação que ela precisa já existe no sistema, estruturada?"

Se a resposta é "está na planilha do Marcos" ou "a gente sabe de cabeça", o projeto que você tem em mãos é de organizar dado, e ele precisa vir antes. Preste atenção especial ao dado que a IA vai usar para

decidir

: estoque, custo, prazo, histórico. Dado de decisão errado gera decisão errada em escala.

D de DENTRO

"Isso acontece na tela que a pessoa já usa, sem trocar de aba?"

Se exige abrir outro sistema, copiar, colar e voltar, a adoção despenca depois da segunda semana. A pergunta de controle é simples: numa quinta-feira de fechamento de mês, com o telefone tocando, a pessoa ainda vai usar? Se você hesitar, a resposta é não.

D de DIFERENÇA

"Qual número a gente mede antes, e qual valor considera vitória?"

Escrito antes de ligar, com prazo. "Tempo médio para lançar um pedido: 14 minutos hoje, meta de 5 em 60 dias." "Itens comprados errado por mês: 11 hoje, meta de 4." Sem essa linha, no fim do trimestre a discussão vira opinião, e opinião não renova orçamento.

O quinto D que ninguém fala: Despesa

Modelo de IA cobra por uso. Isso muda o cálculo de duas formas que pegam empresa desprevenida:

- **O custo cresce com o sucesso.** Quanto mais o time usa, mais você paga. Se você não consegue ver o consumo por usuário ou por função, vai descobrir no cartão.
- **Nem tudo precisa de modelo pago.** Boa parte do que se vende como IA é regra determinística, como ordenar carteira por critério, sugerir reposição por giro ou alertar sobre cliente sem compra há 90 dias. Isso não consome token e não erra. Exija que o fornecedor te diga o que é modelo pago e o que é regra.

NA PRÁTICA · UPLEADS

No UpLeads, cada chamada a modelo pago é registrada individualmente, com cota por empresa. A priorização da carteira do vendedor, por exemplo, é regra determinística calculada a cada abertura da tela, e por isso não consome cota nem tem custo por uso. Assim dá para responder "quanto a IA custou este mês" com um número, não com uma estimativa.

EM UMA FRASE

Dono, Dado, Dentro, Diferença. Se falhar em um, não aprove; se passar nos quatro, comece na segunda-feira.

07

CAPÍTULO SETE

O primeiro ano, fase por fase

Os seis capítulos anteriores são princípio. Este é manual, e ele vem de dentro. Acompanhamos por cerca de um ano a implantação de IA numa empresa, do primeiro acesso liberado até ela ter automação rodando na operação com gente comum construindo. O valor está na ordem das fases, porque foi a ordem que fez funcionar.

SOBRE O QUE VOCÊ VAI LER

A empresa não vai ser identificada, e não tem número de resultado aqui. O relato não traz métrica e não é hora de inventar uma. O que dá para passar adiante com honestidade é a sequência: o que veio primeiro, o que veio depois e o que teria dado errado se a ordem fosse outra. Cada fase abaixo traz o que eles fizeram e o que você faz com isso na sua empresa.

O mapa dos doze meses

Foram quatro movimentos em sequência e duas coisas que rodaram por baixo do ano inteiro. Nenhuma fase pulou a anterior.

QUANDO	O QUE ACONTECEU	PARA QUE SERVIU
Começo	Copilot e ChatGPT liberados para o time	Alfabetizar
Em seguida	Um ecossistema de IA para empresas, e um ecossistema fraco	Descobrir o que faltava
O ano inteiro	Formação continuada e diretoria cobrando, sugerindo e premiando	Repertório e patrocínio
Meio do caminho	Dados da empresa organizados num data warehouse	Sair do truque isolado
Depois disso	Setor de IA construindo automação e sistema integrado	Capacidade própria
Fim do ano	Segundo ecossistema, esse bom, com o time já pronto para ele	Escalar

Fase 1. A primeira ferramenta serve para alfabetizar, não para resolver

O que fizeram. Liberaram Copilot e ChatGPT para o time, sem caso de uso definido e sem meta de retorno. Cada um usou para o que quis: resumir texto, escrever e-mail, tirar dúvida.

Essa fase não gera resultado operacional, e não deveria mesmo gerar. Ela serve para tirar o assunto do campo da abstração, porque ninguém consegue sugerir uma automação antes de ter visto a ferramenta errar e acertar na frente dele. Cobrar retorno aqui é o erro mais comum e o mais caro: leva a empresa a cancelar tudo no terceiro mês, bem quando o repertório começava a se formar. É o capítulo 1 deste ebook acontecendo na vida real, com uma diferença que muda tudo. Ali a assinatura órfã foi o destino; aqui ela foi um degrau.

O que você faz. Trate os primeiros meses como alfabetização, com nome e prazo. Avise o time que essa fase não tem meta de resultado, e avise também quando ela termina.

CAPÍTULO SETE · CONTINUAÇÃO

A ferramenta certa na hora errada é dinheiro no lixo

Fase 2. O ecossistema fraco cumpriu um papel que ninguém planeja

O que fizeram. Passada a fase genérica, contrataram um ecossistema de IA voltado para empresas. Era fraco, e eles descobriram isso usando.

Este é o ponto mais contraintuitivo do capítulo, e vale parar nele. Aquela contratação não foi um erro de escolha, foi uma questão de ordem. Plataforma corporativa boa cobra caro e entrega poder que só rende para quem sabe o que pedir. Se ela tivesse entrado no primeiro mês, a empresa teria pago por capacidade que ninguém tinha repertório para usar e teria concluído, com toda a convicção, que ferramenta boa de IA não funciona. O ecossistema fraco mostrou, com uma fatura pequena, o que faltava de verdade.

O que você faz. Não comece pela plataforma mais completa do mercado. Comece pela mais barata que já converse com os seus sistemas e use os meses dela para levantar a lista do que falta. Essa lista é o edital de compra da ferramenta seguinte, e ela vale mais que qualquer comparativo de fornecedor.

Corrente contínua 1. Educação que não termina

O que fizeram. Formação em IA generativa o ano inteiro. Webinar longo, de até quatro horas, e conteúdo circulando nos grupos internos o tempo todo. Nas palavras de quem estava lá, serviu para ir colocando o assunto na cabeça das pessoas.

Treinamento único não muda comportamento, e quem já pagou um curso de um dia sabe disso. O que muda é a repetição, porque ela transforma conhecimento de algumas pessoas em repertório da casa. E repertório da casa é o que faz alguém da logística sugerir uma automação de logística, que é uma ideia que ninguém da área de tecnologia teria sozinho.

O que você faz. Reserve um horário fixo, mesmo que curto, e não deixe cair. Um canal interno com um exemplo real por semana, feito por alguém da casa e com o print da tela, rende mais que um treinamento caro por semestre.

Corrente contínua 2. A diretoria dentro, não ao lado

O que fizeram. A diretoria cobrou o uso no dia a dia, sugeriu ideias de automação e premiou as melhores.

São três atitudes diferentes, e a terceira é a que costuma faltar. Cobrança sozinha vira burocracia e sugestão sozinha vira conversa de corredor. A premiação é o que faz a caça à automação valer a pena para a pessoa, e não só para a empresa. É o D de Dono do capítulo 6 aplicado no andar de cima, com alguém que tem orçamento e cujo dia melhora se aquilo funcionar.

O que você faz. Se a diretoria não vai olhar isso toda semana, não comece. Falta de patrocínio é a causa mais comum de projeto de IA morrer, e felizmente é a mais fácil de diagnosticar antes de gastar dinheiro.

Gente, dado e capacidade própria

A fase que ninguém coloca no slide

O que aconteceu. Depois de meses de formação aberta a todos, de conteúdo circulando nas áreas, de ideias sendo pedidas e premiadas e de cobrança direta da diretoria, uma parte do time continuou fora. Não era falta de acesso nem de oportunidade. Eram pessoas que não acreditavam na mudança e que resistiam ao uso das ferramentas. Essas pessoas foram desligadas, e a operação seguiu com quem queria aprender.

Isso está aqui porque é a parte que ninguém coloca no slide e é a que mais decide o resultado. Implantação de IA esbarra em gente, e em algum momento a empresa vai ter que decidir o que faz quando esbarra. Registrar o que aconteceu não é propor demissão como método, e o próprio caso explica por quê: a decisão veio depois de um ano de investimento em formação, e não no lugar dele. Cortar gente antes de ensinar não acelera implantação nenhuma, só empurra o mesmo problema para o time seguinte.

O que você faz. Combine no começo o que se espera de cada função, com prazo, e ofereça a formação que torna isso possível. Acompanhe a adesão de forma visível e converse individualmente com quem não engaja, porque medo e falta de tempo se resolvem de um jeito e recusa deliberada se resolve de outro. Deixe claro antes, e não depois, o que acontece se nada mudar.

Fase 3. Dado organizado antes de automação séria

O que fizeram. Estruturaram os dados da empresa num data warehouse.

Esse é o divisor entre truque isolado e sistema. Antes dele, cada automação era uma ilha que lia uma planilha e devolvia um texto. Depois dele existe um lugar onde a informação da casa está de pé, com a mesma definição para todo mundo, e a automação para de brigar com o dado para começar a usar o dado. É o D de Dado do capítulo 6, e é a mesma razão pela qual o capítulo 3 insiste que o número precisa sair do sistema.

O que você faz. Você não precisa de um data warehouse no primeiro mês. Precisa, desde o primeiro mês, de uma definição única de faturamento, de cliente e de produto, escrita e combinada. A ferramenta vem depois da definição, nunca antes.

Fase 4. Um setor de IA que coordena sem virar gargalo

O que fizeram. Montaram um setor de IA e passaram a construir automações e sistemas integrados com Claude Code e Codex, descrevendo em linguagem natural o que o software precisava fazer. A produção de automação acelerou muito a partir daí.

O ganho não foi só de velocidade. Ter um time responsável muda a natureza do que é produzido, porque uma automação feita e abandonada por uma pessoa some com ela, e uma automação de um setor tem quem mantenha, documente e conserte quando quebra. É o que

separa uma coleção de gambiarras de uma capacidade da empresa.

O que você faz. Nomeie um responsável antes de ter um setor. Pode ser uma pessoa com uma parte da semana dedicada, desde que ela tenha mandato para dizer não e para padronizar. Sem isso, cada área constrói o seu jeito e ninguém consegue manter nada.

CAPÍTULO SETE · CONTINUAÇÃO

A ferramenta boa, agora que dá para usar

Fase 5. O segundo ecossistema, no fim do ano e não no começo

O que fizeram. Com a empresa já entendendo de IA, trocaram para um segundo ecossistema, esse bom. Ele conecta com Outlook, Teams e as demais ferramentas do dia a dia, permite criar habilidades próprias, que empacotam um procedimento da casa para a IA repetir sempre igual, e permite ligar a IA aos sistemas da empresa por MCP, um padrão aberto de conexão. O Claude Code é a IA principal desse arranjo. O setor de IA coordena, e as pessoas comuns criam, automatizam e conectam.

Repare no que essa fase tem e a primeira não tinha. A IA passou a morar no Outlook e no Teams, que é onde o trabalho já acontecia, e isso é o D de Dentro do capítulo 6 resolvido no nível da empresa inteira. E repare no desenho de governança: o setor no centro, coordenando e padronizando, com a capacidade de construir na ponta. Governança que centraliza a construção vira fila, e fila mata adesão.

O que você faz. Deixe a compra da plataforma boa para depois da alfabetização, e escolha pelo que ela conecta, não pelo que ela demonstra. Pergunte ao fornecedor de que forma a ferramenta entra no e-mail, no chat e no ERP que o seu time já usa. Se a resposta for uma tela nova para o time abrir, você já sabe o que vai acontecer.

O ano inteiro, lido pelos 4 D

D	ONDE ELE APARECE NESSE ANO
Dono	A diretoria cobrando, sugerindo e premiando, e depois o setor de IA com responsabilidade definida.
Dado	O data warehouse, que separou o truque isolado do sistema que se mantém.
Dentro	O segundo ecossistema conectado ao Outlook e ao Teams, onde o trabalho já acontecia.
Diferença	É o D que este relato não fecha. Não há número público de antes e depois, então ele não aparece aqui. Se você for repetir esse caminho, é justamente o que precisa registrar desde o primeiro dia, porque é o que defende o orçamento do segundo ano.

O prazo é a informação mais útil deste capítulo

Um ano. Doze meses entre o primeiro acesso liberado e a empresa ter IA na operação com gente comum construindo automação. Esse prazo não é meta a bater, é expectativa a ajustar, e ele protege você de duas frustrações opostas: cancelar no terceiro mês porque nada aconteceu, e prometer para a diretoria um resultado que ainda não tem como existir.

E o plano de noventa dias do próximo capítulo, como fica? Ele não concorre com esse ano, ele mora dentro dele. Os noventa dias são o prazo de **um caso de uso**: se aquele caso específico não mexeu no número em três meses, encerre aquele caso. Os doze meses são o prazo da **empresa** aprender a usar IA. Encerrar um caso é higiene. Cancelar o programa porque um caso não pagou é jogar fora o repertório que estava se formando.

EM UMA FRASE

A ordem importa mais que a ferramenta. **Alfabetizar, descobrir o que falta, organizar o dado e só então comprar o que é bom** foi o que fez doze meses virarem operação em vez de mais uma assinatura esquecida.

08

CAPÍTULO OITO

Os primeiros 90 dias do primeiro ano

Este é o zoom no começo do arco do capítulo anterior. Um caso só, com um dono e com um número combinado antes. É assim que se ganha o direito de fazer o segundo.

Nos primeiros 30 dias, escolha e meça o antes

- Escolha **um** caso que passe nos 4 D. Se você tem três candidatos, fique com o de maior repetição diária, não com o mais impressionante.
- Meça o "antes" na unha, sem ferramenta nenhuma. Cronômetro e planilha bastam: quantos minutos leva hoje, quantas vezes por dia, quantos erros por semana. **Sem esse número, o projeto não tem como dar certo, só tem como parecer que deu.**
- Faça a faxina do capítulo 5 no dado que esse caso usa. Só nesse dado, não na base inteira.
- Combine com o dono o que é vitória e o que é fracasso, por escrito, em duas linhas.

Dos 31 aos 60 dias, rode de verdade com uma pessoa só

- Ligue para **uma** pessoa, não para o time. É mais fácil de acompanhar e o erro custa barato.
- Registre todo caso em que a IA errou. Não é para culpar ninguém, e sim porque cada erro vira uma regra, um De/Para ou um ajuste de limite. É assim que o acerto sobe.

- Não mexa no escopo. A vontade de "já que estamos aqui, aproveita e faz também" é o que transforma um piloto de 60 dias num projeto de dois anos.
- No dia 60, meça de novo, do mesmo jeito que mediu no dia 1.

Dos 61 aos 90 dias, decida com número na mão

- Compare antes e depois. Três desfechos possíveis, e os três são resultado legítimo:

RESULTADO	O QUE FAZER
Bateu a meta	Estenda para o resto do time, só agora, e escolha o segundo caso com o mesmo rito.
Melhorou, mas não bateu	Uma rodada extra de 30 dias, atacando os erros que você registrou. Uma só, para não virar refém.
Não mudou nada	Encerre **esse caso**, sem culpa e sem drama, e escolha outro. Você gastou 90 dias e uma pessoa para descobrir o que muita empresa descobre depois de três anos e um contrato anual. Encerrar um caso não é encerrar o programa.

Cinco perguntas para levar à próxima reunião com fornecedor

1. Em que tela isso acontece? Mostre no sistema, não no slide.
2. Quando a IA não souber a resposta, o que aparece para o usuário?
3. O número sai de cálculo do sistema ou de consulta escrita pelo modelo?
4. O que aqui é modelo pago e o que é regra? Como eu vejo o consumo?
5. Meus dados são usados para treinar modelo de terceiro? Onde ficam armazenados?

Fornecedor que responde as cinco com clareza merece a sua atenção. O que desconversa em duas já te respondeu.

EM UMA FRASE

Um caso, um dono, um número, noventa dias. **É devagar de propósito, porque é assim que ele não vira mais uma assinatura órfã.**

AMS SOLUÇÕES DIGITAIS

Se quiser ver isso rodando, a gente mostra.

O UpLeads é o CRM/ERP B2B que desenvolvemos, com módulos de prospecção, vendas, estoque, compras, fiscal e expedição. As cinco frentes de IA citadas neste material estão em produção nele, dentro das telas onde o trabalho já acontece.

São vinte minutos, ao vivo, com o seu cenário. Não tem apresentação institucional. Você escolhe uma das tarefas do capítulo 1 e a gente mostra ela sendo feita.

WhatsApp (41) 9 8533-6508

comercial@amssoludigital.com.br

amssoludigital.com.br

AMS SOLUÇÕES DIGITAIS · CNPJ 50.429.993/0001-90 · CURITIBA/PR
ESTE MATERIAL PODE SER COMPARTILHADO LIVREMENTE DENTRO DA SUA EMPRESA.