



Apesar das muitas preocupações em torno da IA generativa, as empresas continuam a explorar a tecnologia e a colocá-la em produção, revelou o 2025 AI and Data Leadership Executive Benchmark Survey.

A IA generativa está cada vez mais sendo colocada em produção, observaram o autor da pesquisa Randy Bean e Tom Davenport, professor de TI e gestão no Babson College, no estudo deste ano. No ano passado, apenas 5% dos entrevistados disseram ter colocado a tecnologia em produção em escala; este ano, 24% o fizeram. A produção na fase inicial também aumentou, de 25% para 47%. Apenas 29% ainda estão apenas experimentando IA generativa, contra 70% no estudo de 2024.

O estudo examinou o uso de IA e IA generativa em 125 organizações Fortune 1000. Os diretores de [dados](#) (CDOs), os diretores de dados e análises (CDAOs) e os diretores de inteligência artificial (CAIO) representaram juntos 91% dos entrevistados; 4% detinham o título de CIO ou CTO e 3% eram executivos de alto escalão. A maioria (85%) estava na América do Norte.

Esses líderes de dados e IA, concluíram Bean e Davenport, estão positivos sobre o valor comercial da IA generativa, com a maioria - 58% - sentindo que o valor principal vem de ganhos de produtividade ou eficiência.



E apesar de reconhecer as ameaças aos negócios representadas pela IA, incluindo a propagação de desinformação ou desinformação (53,2%), preconceito ético (19,8%) e perda ou deslocamento de empregos (4,8%), 96,6% dos entrevistados veem o impacto geral da IA como benéfico.

Quem dirige a IA?

Quanto ao papel que um CIO deve desempenhar na gestão da IA, Bean disse em entrevista ao *CIO* que “é aqui que Tom e [eu](#) podemos ter um pouco de variação de perspectiva”.

Há, disse ele, uma divergência real nas organizações sobre se uma iniciativa de IA “fica no lado comercial ou no lado tecnológico. Quero dizer, historicamente, estava no lado da tecnologia, mas houve uma progressão, uma migração para cada vez mais dados e líderes de IA sentados no lado comercial. Pessoalmente, acredito que isso deveria ser do lado comercial.”

“(Temos) uma diferença de opinião porque ele pensa ‘ah, o responsável pelos dados deveria ser um empresário e não se reportar ao CIO’”, disse Davenport. “Se um CIO está bastante focado na transformação do negócio, penso que é muito melhor ter todas estas funções subsidiárias subordinadas a ele.”

Mas, ele acrescentou, “se você é o chefe de marketing ou algo assim, você tem uma iniciativa tecnológica que deseja, e há quatro ou cinco líderes de tecnologia diferentes que você precisa consultar para descobrir como fazer isso, o que você precisa para ser feito, isso é muito frustrante, eu acho, e leva a uma grande variedade de problemas.”

Os entrevistados da pesquisa ficaram igualmente divididos, com 36,3% relatando que os dados e as operações de IA se reportam ao negócio, 47,2% dizendo que a liderança tecnológica detém as rédeas e 16,5% dizendo que têm outras relações de subordinação, como a liderança de transformação.

Qual é o valor do negócio?

A pesquisa também descobriu que poucas empresas estão medindo cuidadosamente os ganhos de produtividade da IA. Bean disse que não ficou surpreso, devido ao fato de “90% das empresas Fortune 1000 serem empresas legadas, o que significa que têm basicamente uma geração ou mais. Essas empresas tendem a ser mais cautelosas e avessas ao risco devido às grandes franquias de clientes construídas ao longo de gerações ou mesmo séculos ou mais.”

Ele acrescentou: “apesar de todo o entusiasmo que ouvia na indústria, sempre que me reunia com os diretores de dados, os diretores de IA ou qualquer uma dessas empresas, eles praticamente diziam a uma pessoa: ‘você sabe, estamos em um estágio inicial.’”



Questionado se algo da pesquisa deste ano o surpreendeu, Davenport disse que no ano passado, a IA generativa “realmente parecia ser responsável por enormes mudanças nas culturas de dados da organização, quase uma duplicação, ou mais do que uma duplicação, na verdade, na percentagem de empresas que disseram que ‘somos orientados por dados, temos uma cultura orientada por dados’. Isso caiu para cerca de metade do aumento deste ano. Acho que o que começa a sugerir é que a IA generativa, por si só, não vai transformar sozinha a cultura de dados das organizações.”

O relatório observou que os líderes de dados e IA pesquisados “também estão positivos quanto ao valor comercial da [genAI](#). Quase metade, 46%, afirma que o valor do negócio já é elevado ou é significativo e está em crescimento; outros 32% dizem que é “modesto, mas está aumentando”. A maioria - 58% - sente que o valor principal vem de “ganhos exponenciais de produtividade ou eficiência”.

No entanto, os autores observaram num artigo sobre os resultados publicados no MIT Sloan Management Review, “as empresas não deveriam confiar tanto na fé. Muito poucas empresas estão realmente a medir cuidadosamente os ganhos de produtividade ou a descobrir o que os trabalhadores do conhecimento libertados estão a fazer com o seu tempo livre. Apenas alguns estudos acadêmicos mediram os ganhos de produtividade da genAI e, quando o fizeram, geralmente encontraram algumas melhorias, mas não exponenciais.”

Ainda há desafios de liderança em dados e IA a serem enfrentados. O relatório observou que a função do CDO continua “a ser um trabalho em andamento, à medida que os dados organizacionais e as necessidades de IA evoluem rapidamente. A função do CDO é caracterizada por alta rotatividade, mandatos curtos e não ser bem compreendida. Embora os CDOs enfrentem ventos contrários como agentes de mudança organizacional, a maioria acredita que o papel está evoluindo na direção certa.”

Mas, apesar destes desafios, afirma o relatório, “a maioria das organizações (89%) acredita que a IA será a tecnologia transformacional numa geração, semelhante à Internet”.