



A IA, e a IA de geração em particular, continuam a bombardear as empresas, mas os ganhos até à data não foram tão grandes, nem ocorreram tão rapidamente, como muitos líderes empresariais esperavam. Isso está de acordo com a quarta edição trimestral do [relatório](#) State of Generative AI in the Enterprise do Deloitte AI Institute, divulgado na terça-feira.

“Estamos vendo um foco maior no pragmático”, diz Jim Rowan, líder de IA aplicada e diretor da Deloitte Consulting. Ele explica que os líderes empresariais, desde o nível C até ao nível C, lutam com a tensão entre a inovação e a [regulamentação](#), o que tem contribuído significativamente para o abrandamento dos projectos de IA da geração anterior.

A Deloitte entrevistou 2.773 entrevistados de nível diretor a C-suite com experiência em IA, pilotagem ou implementação de IA genérica para a pesquisa do quarto trimestre entre julho e setembro de 2024. Os entrevistados eram de 14 países e sete setores: consumidor; energia; recursos e indústrias; serviços financeiros; ciências da vida e saúde; tecnologia, mídia e telecomunicações; e governo e serviços públicos.

Embora 78% dos entrevistados tenham afirmado que esperam aumentar os seus gastos globais com IA no próximo ano fiscal, mais de dois terços afirmaram que 30% ou menos das suas experiências de geração de IA seriam totalmente dimensionadas nos próximos três a seis meses.

“(Geração AI) não é uma coisa fácil de fazer”, diz Rowan. “E não é apenas uma coisa de IA. São todas as áreas ao seu redor que precisam estar alinhadas: os dados, a segurança, a governança, os controles e os departamentos de risco, jurídico e de [conformidade](#), todos



trabalhando em conjunto com as funções de TI e os líderes de negócios.”

O que você vai ler:



- [Principais barreiras à entrada](#)
- [Ganhando impulso](#)
- [Mantenha expectativas realistas](#)

Principais barreiras à entrada

A preocupação com a conformidade regulatória provou ser um grande inibidor para as organizações que desenvolvem e implantam ferramentas e aplicações de IA de geração geração. Na pesquisa do primeiro trimestre, 28% dos entrevistados citaram isso como uma barreira, mas nesta pesquisa do quarto trimestre esse número subiu 10 pontos percentuais, para 38%. Além disso, 69% dos entrevistados relataram que a implementação completa de uma estratégia de governação para apoiar os seus esforços de geração de IA levaria mais de um ano para ser resolvida.

Dito isto, mesmo que os líderes empresariais descubram que é difícil implementar a geração de IA em escala, os ganhos estão chegando. Rowan diz que as organizações estão mudando amplamente seu foco estratégico na IA de geração, da atualização tecnológica para a diferenciação competitiva, à medida que veem resultados positivos de seus esforços. A Deloitte descobriu que quase todas as organizações tiveram um ROI mensurável para os seus esforços de geração de IA ao longo do ano, com 20% dos entrevistados gerando um ROI de 31% ou mais.

A Agentic AI também explodiu em cena no final do ano. No entanto, isso não apareceu nos primeiros trimestres da pesquisa da Deloitte, mas no quarto trimestre, 26% dos entrevistados disseram que estão explorando o desenvolvimento de agentes autônomos em grande medida, e 42% relataram que estão explorando isso para alguns extensão.

Ganhando impulso

Até o momento, a função de TI teve maior sucesso na obtenção de valor da geração AI. Rowan diz que 28% dos entrevistados afirmam que sua iniciativa de geração de IA mais avançada está na função de TI, com as iniciativas de segurança cibernética vindo em segundo lugar.

Rowan atribui o sucesso em TI a vários fatores, incluindo o interesse saudável das equipes de TI na tecnologia, economia de tempo com os recursos de geração de código de IA e automação da captura de requisitos e testes. Beber o seu próprio champanhe, por assim



dizer, também ajuda as funções de TI a desenvolver a sua base de talentos e a ganhar experiência com ferramentas. E isso, diz Rowan, aponta para a oportunidade que os CIOs têm de se diferenciarem estrategicamente na era da geração AI.

“Os CIOs, em particular, têm a oportunidade de ser o agente de mudança nesta questão”, diz ele. “Eles precisam criar confiança na tecnologia para a empresa. Isso significa trabalhar com o RH – as funções de talentos – para pensar em como construir a confiança empresarial. Os CIOs têm a oportunidade de ser líderes nesse espaço.”

Tão importante quanto, acrescenta, os CIOs devem ser responsáveis por gerir os custos associados ao dimensionamento da IA genérica e encontrar os modelos e soluções certos para os desafios empresariais.

“Eles terão que ser muito cuidadosos ao passar de modelos de parâmetros grandes para modelos de parâmetros pequenos para garantir que estão gerando o TCO correto”, diz ele. “Eles também terão que ficar muito próximos do ecossistema por meio de seus relacionamentos no mundo da tecnologia e entender o que a comunidade de start-ups está fazendo, bem como o que os fornecedores independentes de software e hiperscaladores estão fazendo. Eles precisam unir esse ecossistema e conhecer esses roteiros de produtos.”

Mantenha expectativas realistas

Os CIOs também precisam se concentrar em identificar e superar os obstáculos à implantação de IA em grande escala. Espere cometer erros, diz Rowan, então certifique-se de ter a capacidade de se recuperar rapidamente e girar.

Ao longo do caminho, os CIOs provavelmente terão que gerenciar algumas expectativas e definir níveis para outros executivos de alto escalão. A pesquisa da Deloitte descobriu que, embora o interesse e o entusiasmo pela geração de IA permanecessem relativamente altos em geral, os entrevistados do alto escalão, em relação aos outros, tinham os mais altos níveis de entusiasmo e otimismo, com 21% relatando que a geração de IA já estava transformando suas organizações, em comparação com 8% dos entrevistados que não são de alto escalão.

Os entrevistados do alto escalão também mostraram menos preocupação com barreiras como confiança, gestão de riscos, governança e conformidade regulatória, e tiveram uma visão mais otimista da rapidez com que suas organizações se movem e poderiam lidar com barreiras à expansão e à criação de valor. Mas 60% dos entrevistados que não pertencem ao C-suite acreditam que serão necessários 12 meses ou mais para superar as barreiras de expansão.