

# Chatbots entram na era da pesquisa e transformam dados

## ➔ ARTIGO

Durante anos, o atendimento foi visto como um canal operacional. Um espaço acionado quando algo dava errado, quando surgia uma dúvida ou quando o cliente precisava de suporte. A interação terminava ali, e o valor também. O que começa a mudar agora não é apenas a tecnologia, mas o papel que essas conversas passam a desempenhar dentro das empresas.

Com a maturidade dos chatbots e das plataformas conversacionais, o atendimento deixa de ser apenas uma função operacional e passa a atuar como um fluxo contínuo de leitura de mercado. Perguntas recorrentes, objeções silenciosas e dúvidas aparentemente simples começam a revelar padrões de comportamento que antes

ficavam invisíveis aos relatórios tradicionais. Na prática, o que era tratado como volume passa a se transformar em contexto.

Relatórios recentes da McKinsey & Company revelam que mais de 78% das empresas já utilizam Inteligência Artificial em pelo menos uma função de negócio, com adoção acelerada de capacidades de *gen AI* em 2025. Esses dados mostram que a IA está se tornando onipresente na operação, incluindo funções de atendimento e experiência do cliente, abrindo espaço para que chatbots e plataformas conversacionais sirvam como fontes valiosas de insight.

Diferente de pesquisas estruturadas, que partem de perguntas previamente definidas, o atendimento revela aquilo que o consumidor decide trazer es-



**GABRIEL CAPRA**  
Diretor de Dados na Actionline

pontaneamente. Mostra fricções ainda não mapeadas, lacunas de entendimento e até expectativas

que não aparecem em formulários ou estudos declaratórios. É nesse ponto que o chatbot deixa de ser apenas uma ferramenta de eficiência e passa a assumir uma nova função dentro da organização.

Ele começa a operar como um radar permanente de mercado. Em canais como o WhatsApp, além de aplicativos e plataformas de mensageria corporativa, onde milhões de interações acontecem diariamente, esse volume deixa de ser apenas atendimento e passa a se tornar um termômetro contínuo de comportamento do consumidor.

Ao capturar percepções em tempo real e em escala, essas plataformas transformam conversas isoladas em inteligência acionável. Algo que poucos instrumentos tradicionais conseguem fazer com a mesma

velocidade ou profundidade.

O resultado é um reposicionamento silencioso do atendimento dentro das empresas. Ele deixa de estar na periferia da operação e começa a se aproximar do núcleo de decisão. As conversas passam a ajudar organizações a entender o que está mudando no comportamento do consumidor antes que isso apareça nos indicadores tradicionais de mercado.

O chatbot, nesse novo contexto, não substitui pesquisas, mas passa a complementá-las com algo que nenhuma metodologia declaratória consegue reproduzir: a verdade que surge quando o cliente simplesmente pergunta. E quando essas perguntas são analisadas em escala, deixam de ser apenas atendimento e passam a se tornar inteligência de mercado.

# Competição do Sebrae premiará jovens empreendedores

## ➔ AGENDA

Em um País onde empreender muitas vezes começa mais pela necessidade do que pelo planejamento, iniciativas que antecipam esse contato ainda na escola vêm ganhando força. É nesse contexto que surge a 4ª edição do **Desafio Liga Jovem (DLJ)**, olimpíada de empreendedorismo do Sebrae que está com inscrições abertas até 28 de maio e aposta no protagonismo estudantil como motor de transformação.

A proposta é reunir estudantes e professores para pensar soluções que impactem a realidade ao redor. Pode ser um aplicativo, um jogo, um produto ou até um serviço, o formato é livre, desde que a ideia dialogue com tecnologia e apresente algum potencial de inovação.

### Quem pode participar da competição

Dividido entre Ensino Fundamental (8º e 9º anos), Ensino Médio e Educação Profissional (técnico), o desafio exige a formação de equipes de dois a cinco alunos e um professor orientador, todos da mesma instituição. Cada participante pode integrar apenas um grupo, enquanto os docentes podem acompanhar múltiplas equipes.

Além da competição, há um processo formativo ao longo dos meses. Os inscritos têm acesso a videoaulas, mentorias e encontros ao vivo, construindo o projeto de forma guiada até a primeira entrega, que acontece em junho e se trata de uma



O desafio desenvolvido pelo Sebrae funciona como uma porta de entrada para jovens ao universo da inovação e do empreendedorismo

apresentação escrita acompanhada de um vídeo de até cinco minutos explicando a proposta.

**Não é necessário conhecimento prévio, o desafio funciona como uma porta de entrada para o universo da inovação.** O objetivo é reduzir a barreira técnica que existe no meio e ampliar o foco no pensamento criativo e na capacidade de resolver problemas.

Paralelamente, o programa ainda oferece o Mobiliza, uma campanha opcional que funciona como um "aquecimento criativo". Entre março e junho, estudantes e escolas podem participar de desafios criativos que darão mais de R\$ 50 mil em prêmios, sem interferir na competição principal.

A partir daí, o processo ganha caráter eliminatório. As seis

melhores equipes avançam para a etapa estadual, entre agosto e setembro, quando apresentam suas ideias ao vivo para uma banca avaliadora.

Os vencedores seguem para a fase nacional, em novembro, que inclui uma imersão presencial em ambientes de tecnologia e inovação.

Os incentivos acompanham a progressão, e vão desde

certificados para quem concluir o projeto até premiações como vale-compras, notebooks e até uma viagem internacional com tudo pago para a equipe campeã.

### Como participar

As inscrições para a 4ª edição do Desafio Liga Jovem estão abertas até o dia 28 de maio e podem ser feitas por meio do link [tinyurl.com/53j8xp5x](https://tinyurl.com/53j8xp5x).