

## A IA está economizando tempo ou criando uma nova camada de trabalho invisível?

### ➔ OPINIÃO

A promessa é sedutora: menos tarefas repetitivas, mais produtividade e decisões mais rápidas. Enquanto as empresas aceleram a adoção da Inteligência Artificial, um fenômeno silencioso vem chamando a atenção: o tempo gasto para aprender a usar a tecnologia raramente entra na conta.

O resultado é uma falsa sensação de produtividade, em que os ganhos esperados demoram a aparecer porque o esforço necessário para fazer a IA funcionar é subestimado.

Existe uma curva de aprendizado real no uso de Inteligência Artificial, mais complexa do que parece à primeira vista. Ela acontece em dois níveis: o

do usuário e o da organização que quer automatizar os seus processos. Para os profissionais, o desafio começa ainda na escolha das ferramentas. São muitas opções, e o usuário testa um pouco de cada uma, sem gerar aprofundamento e qualidade em nenhuma.

Quando o assunto é produtividade, os ganhos existem, mas costumam vir acompanhados de um esforço invisível. É preciso formular boas instruções, testar abordagens, revisar o que foi gerado e ajustar quando o resultado não está certo. Muitas empresas deixam de considerar esse investimento de tempo ao avaliar os resultados da adoção da tecnologia.

Esse esforço sempre existiu; o que falta é reconhecê-lo.



**BIANCA AICHINGER**

Especialista em desenvolvimento de lideranças e transformação cultural e sócia da Quantum Development

Quando a empresa ignora esse tempo, deixa de alocar recursos para treinamento, não cria espaço para compartilhamento de conhecimento e para errar e aprender, e não desenvolve padrões internos de uso.

### O papel da liderança na aprendizagem

Nesse contexto, o papel da liderança torna-se decisivo. O que determina o resultado não é a tecnologia em si, mas a forma como a liderança conduz sua adoção. Quando a IA chega sem direção clara, cada pessoa resolve o problema do seu jeito. Frente à esta oportunidade, os líderes precisam criar um ambiente seguro para experimentação e aprendizado, no qual a equipe tenha espaço para testar,

errar e aprender juntos.

As organizações que conseguem extrair valor real da Inteligência Artificial são justamente aquelas que utilizam a tecnologia para revisar a forma como trabalham. Elas tratam a tecnologia como um pretexto para repensar seus próprios processos e percebem que a IA expõe o que sempre existiu: processos mal definidos, decisões sem dono, regras que vivem na cabeça das pessoas.

Mais do que escolher a ferramenta certa, o diferencial está na capacidade de transformar aprendizado individual em conhecimento coletivo. A diferença está no que a organização faz com o que aprende ao usar a tecnologia, muito mais do que na tecnologia em si.

# EmpREENDEDORES cristãos apostam em delivery de hambúrguer em Porto Alegre

**Hoje, o casal entrega mais de 1,3 mil pedidos de lanches por mês**

### ➔ GASTRONOMIA

**GUSTAVO MARCHANT**  
gustavos@jcrs.com.br

Com identidade visual jovial e mensagens de conforto escritas à mão nas embalagens, a **Filhos do Reino Hamburgueria** surgiu como uma hamburgueria cristã delivery, mas mudou de rota ao longo do caminho.

Tudo começou em meados de 2022, quando Eliton Fonseca e Luísa Rassier se conheceram na Igreja Brasa, no bairro Azenha. O relacionamento veio no ano seguinte, junto com o desejo de empreender, que partiu dele. Na época, Eliton liderava o bistrô da igreja, onde preparava hambúrgueres voluntariamente aos sábados para os jovens.

Luísa, por outro lado, é formada em Direito, atuava como advogada e, inicialmente, não tinha planos de abrir um negócio. A decisão de empreender veio ao acompanhar de perto o envolvimento de Eliton com a cozinha e o amadurecimento da ideia. "Achava muita loucura abrir uma empresa no Brasil", lembra.

A ideia inicial era abrir uma "hamburgueria cristã", voltada principalmente ao público

da igreja, inclusive como um espaço de convivência após os cultos. Esse posicionamento se manteve até o início de 2026, quando o negócio passou por uma inflexão.

### Maturidade para mudar

Um vídeo publicado em janeiro, mostrando os bastidores da operação — como a compra de insumos — viralizou nas redes sociais e gerou uma onda de críticas ao negócio. "Me machucou bastante, disseram que a gente estava se apropriando da palavra", conta Luísa.

A repercussão acelerou um reposicionamento que já vinha sendo refletido internamente. Eles não utilizam mais a nomenclatura, por entenderem que o termo comunicava de forma equivocada a proposta e criava uma barreira com parte do público. Hoje, a principal estratégia está nas embalagens: cada pedido leva uma mensagem escrita à mão, com versículos ou palavras de conforto. "A gente sempre recebe mensagens positivas, tipo: 'eu não estava esperando e essa palavra veio no momento certo', ou 'eu não tenho fé, mas achei muito legal como me ajudou'. Qualquer pessoa precisa, às vezes, de um abraço, e é exatamente isso que a gente acredita", diz Luísa.

No cardápio, a proposta também busca diferenciação. Eliton diz que, ao invés de apostar no exagero comum em hambur-

guerias — com combinações volumosas —, o casal se inspira em operações de São Paulo, priorizando insumos de qualidade, como pão de fermentação natural e queijos não processados.

Entre os destaques está o Sinai, que leva o nome do Monte Sinai, no Egito, onde Moisés recebeu os 10 mandamentos entregues por Deus. Carro-chefe da casa, por R\$ 46,00, ele é montado com pão australiano, creme de gorgonzola, cebola caramelizada, rúcula e maionese caseira. O Jordão, uma versão clássica com pão brioche e queijo fior di latte, custa R\$ 36,00. Já o Serafim, que remete ao anjo de seis asas citado na Bíblia, aposta no agridoce, com geleia de pimenta com morango e rúcula por R\$ 40,00. Os hambúrgueres levam discos com 180g de carne Angus, maionese caseira e contam com versões vegetarianas.

A operação registra cerca de 1,3 mil pedidos mensais, com uma taxa de recompra próxima de 70%. Eliton conta que o feito foi alcançado devido ao foco na qualidade, sem precisar "sangrar" o caixa com promoções agressivas.

Com a operação mais estruturada, o casal já pensa nos próximos passos: expandir o delivery para outras regiões de Porto Alegre antes de considerar um ponto físico. **"A gente prefere um crescimento gradual, para não comprometer a excelência e o propósito"**, diz o empreendedor.



Luísa e Eliton estão à frente do delivery de hambúrgueres