

O novo vendedor não será humano nem robô: será uma equipe híbrida

➔ ARTIGO

Durante anos, a discussão sobre Inteligência Artificial no comercial foi colocada da maneira errada. A pergunta parte de uma premissa equivocada de que o futuro do trabalho será uma disputa entre humanos e máquinas. No comercial, o cenário mais provável é outro. O vendedor continuará existindo, mas seu trabalho será radicalmente diferente e, ao seu lado, haverá uma nova camada de "colegas" digitais capazes de pesquisar contas, analisar sinais, priorizar oportunidades, preparar abordagens, atualizar sistemas e executar tarefas em escala.

Portanto, o novo time comercial não será formado apenas por pessoas, mas uma equipe híbrida de pessoas e agentes de IA. O vendedor já está deixando de fazer parte do trabalho que fazia e essa transformação começa pelas tarefas. Pesquisar prospects, organizar informações, atualizar CRM, preparar

reuniões, resumir interações e produzir comunicações são atividades que consomem tempo, mas nem sempre exigem julgamento comercial sofisticado. É justamente aí que a IA começa a ganhar espaço.

A McKinsey estima que cerca de um quinto das funções atuais das equipes poderia ser automatizado. Isso não significa que um quinto dos vendedores desaparecerá, mas que uma parcela relevante do trabalho realizado por eles pode mudar de mãos. Se uma máquina consegue executar uma tarefa operacional em segundos, manter um vendedor fazendo essa tarefa manualmente não é preservar o trabalho humano. É desperdiçar capacidade humana.

Um agente de IA pode trabalhar continuamente, processar grandes volumes de informação e executar tarefas repetitivas sem depender da agenda de um vendedor. O humano, por sua vez, tem outras vantagens, como contexto, relacionamento,



THIAGO HORTOLAN
CEO da Tech Rocket

negociação, empatia, julgamento e capacidade de lidar com situações ambíguas. A questão, portanto, é descobrir qual combinação produz o melhor resultado.

A Microsoft, por exemplo, vem descrevendo essa mudança como a formação de equipes humano-agente. Em sua pes-

quisa de 2025, 82% dos líderes disseram esperar usar "trabalho digital" para ampliar a capacidade da força de trabalho nos 12 a 18 meses seguintes.

O conceito é simples, em vez de aumentar a equipe apenas contratando mais pessoas, as empresas passam a combinar profissionais com agentes capazes de assumir partes específicas do trabalho. O vendedor não terá um assistente, ele terá uma equipe. Essa pode ser a mudança mais interessante. Hoje, pensamos na IA como um copiloto que ajuda o vendedor. A próxima etapa é pensar nela como uma camada operacional do time comercial. O vendedor entra onde sua capacidade humana faz mais diferença, decidindo, negociando, construindo relacionamento e conduzindo a oportunidade. Não é "humano versus robô". É humano coordenando uma rede de inteligência digital. A McKinsey aponta justamente para esse modelo ao defender equipes humano-IA

conectadas e o redesenho dos workflows comerciais. Em uma das análises mais recentes da empresa, a implementação de IA agêntica em uma das jornadas comerciais pode liberar cerca de 10% adicional do tempo do vendedor.

Porém, quanto mais autonomia os agentes ganham, mais importante se torna definir onde termina a máquina e começa a responsabilidade humana. A pesquisa global da Deloitte de 2026 ilustra esse paradoxo: 61% dos líderes esperam que, em quatro anos, a maior parte dos agentes utilizados sejam autônomos, mas apenas 5% das organizações consideram seus processos altamente preparados para agentes de IA. Além disso, 75% concordam que a colaboração entre humanos e agentes cria mais valor do que a automação por agentes isoladamente. Ou seja, o desafio é desenhar a relação entre agentes e pessoas.

Leia o artigo completo em geracaoe.com

Arquiteta investe R\$ 400 mil em cafeteria que mira na vizinhança do bairro Farroupilha

O Cazori Café, de Ana Paula Canova, também aposta na escala de trabalho 5x2

➔ NOVIDADE

GUSTAVO MARCHANT
gustavos@jcrs.com.br

Enquanto muitas cafeterias abrem somente às 9h, um novo café recém-chegado ao bairro Farroupilha pretende se diferenciar. A ideia de Ana Paula Canova, arquiteta e proprietária do **Cazori Café (@cazoricafe)**, é funcionar às 8h, de olho naquele público que está na correria desde cedo e não abre mão de um bom café para começar o dia.

"Eu tinha o hábito de sair da academia, ligar o notebook e trabalhar um pouco antes de ir para o escritório. Sentia falta de um lugar assim na região, muitas vezes acabava tendo que fazer isso em um posto de gasolina", explica a empreendedora.

O estabelecimento terá estrutura de 115m², com salão abrigando 17 mesas com opções de dois a oito lugares, além de uma área de lounge com sofás e poltronas. Para chegar a este

resultado e viabilizar a abertura, marcada para 14 de outubro, Ana Paula investiu mais de R\$ 400 mil. Isso porque o ponto — onde antes funcionava uma farmácia — estava fechado há cinco anos e demandou reconstrução total.

A bagagem de quase 20 anos na arquitetura de varejo e alimentação influenciou diretamente a concepção e funcionamento do espaço. "Vou fazer neste ambiente tudo o que indicava para os meus clientes e eles não faziam. Costumo dizer que ou vai dar muito certo ou vai dar muito errado", brinca a empreendedora, que fez questão de espalhar tomadas por todas as mesas para atender quem precisa trabalhar fora de casa.

Além disso, o espaço traz uma ilha operacional aberta, desenhada para aproximar a equipe do público e integrar o preparo ao salão. Dali, sairá uma produção gastronômica artesanal e diária que, segundo a proprietária, passa longe dos ultraprocessados para entregar receitas sempre frescas, expostas na vitrine que dá as boas-vindas aos clientes logo na entrada.

"Teremos uma grande variedade de tortas, quiches, brownies, pães de mel e bolos quentes saindo do forno para o



Ana Paula Canova comanda o Cazori Café, que abrirá as portas na avenida Venâncio Aires, nº 1082

café da manhã. Nos sanduíches e toasts, vamos explorar diferentes massas, como focaccia, pão sírio e pão italiano, brincando com os contrastes de sabor e com o visual do prato", elenca.

A escolha do ponto no bairro Farroupilha veio após estudos de público, tíquete médio e benchmarking da concorrência na região. "É um endereço estratégico, pois ficamos na zona limite com o Bom Fim, separados pela Osvaldo Aranha. Isso atrai

tanto a vizinhança no dia a dia quanto o pessoal que frequenta a Redenção, o Brique e as feiras nos finais de semana", elucida Ana Paula.

Da porta para dentro, a gestão de pessoas da casa adota a escala de trabalho 5x2 para o time de seis colaboradores. "Produzimos melhor quando temos mais tempo de lazer", defende a proprietária, inspirada no conceito de ócio criativo do sociólogo Domenico De Masi.

A proprietária pontua ainda que uma folga somente na semana é um trabalho extremamente pesado e vai totalmente de encontro à proposta do Cazori Café.

"Estaria vendendo a ideia de relaxamento para o cliente com uma equipe supercarregada, e essa conta simplesmente não fecha", entende Ana Paula, que também defende o modelo pensando em reduzir a rotatividade dos colaboradores no café.