



RELATÓRIO SOBRE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA ÁREA DE PRODUTO DIGITAL NO BRASIL

2025 - 2026



ABERTURA

A Inteligência Artificial é um elemento estratégico e está se tornando essencial no dia a dia dos times de Produto, Tecnologia e outras áreas. De assistente de tarefas pontuais a motor de inovação, a IA redefine como descobrimos, construímos e otimizamos produtos digitais no Brasil.

Esta pesquisa, realizada pela PM3 com base em uma coleta com 674 profissionais, oferece um retrato do estágio atual, desafios e oportunidades da IA aplicada à gestão de produtos.

Com uma análise que vai desde a distribuição dos cargos até os principais desafios de implementação, buscamos oferecer não apenas dados, mas insights práticos para profissionais e empresas que querem navegar com segurança neste novo cenário.

SEU COMPARTILHAMENTO FAZ A DIFERENÇA

Com tantas mudanças acontecendo ao mesmo tempo, parece que a Inteligência Artificial está há anos na nossa rotina. Na verdade, o uso massivo de IA generativa no dia a dia começou apenas em 2022 quando o ChatGPT veio ao público.

Ou seja, ainda estamos amadurecendo o processo de adoção da IA. Por isso, pesquisas como esta são úteis para entendermos o contexto profissional diante dessa novidade. Mas, sobretudo, o que fazer para desenvolvermos habilidades específicas e nos mantermos em linha com as transformações impostas pelo mercado.

Envie este material com amigos e colegas de trabalho e ajude a espalhar informações úteis.

Sugestões de compartilhamento

[Link direto para download da pesquisa](#)

Post no LinkedIn com o link do conteúdo. Marque a @escolapm3 nas suas postagens para que possamos acompanhar você.



ELEVE O SEU CONHECIMENTO EM PRODUTOS DIGITAIS



SOBRE A PM3

Desde 2018, a PM3 transforma o modo como profissionais criam e escalam produtos digitais no Brasil. Somos a escola referência para quem quer dominar gestão de produto, conectar estratégia com execução e se preparar para os desafios trazidos pela Inteligência Artificial.

Contamos com o maior portfólio de cursos voltados para negócios e produtos digitais do país – formações e especializações completas, cursos rápidos e programas ao vivo de desenvolvimento contínuo para quem quer evoluir com profundidade e prática.

Nossas aulas são conduzidas por profissionais que lideram produtos em empresas como Nubank, iFood, Google e Meta. São especialistas que compartilham cases reais, com aprendizados práticos e aplicáveis, baseados em experiências de mercado – inclusive na adoção de IA no dia a dia do produto.

Na PM3, o aprendizado vai além do conteúdo gravado e aulas ao vivo. Alunos e alunas têm acesso a mentorias, workshops, grupos de estudo e eventos presenciais que geram conexões com quem está construindo os produtos mais relevantes do mercado.

Mais de 50 mil pessoas já passaram pelos nossos cursos. E o resultado? 9 em cada 10 se sentem mais preparadas para tomar decisões, liderar iniciativas e crescer na carreira.

Ao concluir um curso, nossos alunos e alunas conquistam um certificado valorizado no mercado, reconhecido como diferencial em processos seletivos e válido internacionalmente. E o melhor: seguem aprendendo com a maior comunidade de Produto do Brasil.

A PM3 faz parte do grupo Alun, o maior ecossistema de educação em tecnologia do Brasil, junto a marcas Alura e FIAP, com mais de 30 anos de atuação que, já transformaram a jornada de aprendizado de mais de 6 milhões de estudantes e 9 mil empresas.

Se você quer criar e escalar produtos com IA e se destacar no mercado, conte com a PM3.



METODOLOGIA

A pesquisa foi conduzida entre junho e julho de 2025, durante atividades gratuitas da PM3 com foco em Inteligência Artificial. Coletamos respostas de 674 participantes, abrangendo diferentes níveis de senioridade e áreas de atuação.

As questões contemplaram:

1. Cargo ocupado.
2. Nível de experiência com IA.
3. Atividades de produto que poderiam ser otimizadas com IA.
4. Dores e desafios atuais.
5. Expectativas de carreira com foco em IA.
6. Desafios percebidos para adoção e escala.

As respostas foram tratadas e analisadas pelo time de analytics da PM3, com limpeza de dados, categorização de respostas abertas e cruzamento por variáveis demográficas e de experiência.

Nota: interessante ressaltar o perfil dos respondentes. Produto reúne 67,46% dos respondentes. Em cargos, destacam-se Product Manager (26,18%), Product Owner (17,16%) e Analista de Produto e Dados (12,72%). Em senioridade, predominam especialistas (63,17%), seguidos por analistas (20,86%) e gestores (10,36%). Em tempo de atuação, 44,67% têm mais de três anos e 25,15% estão em transição de carreira.

PRINCIPAIS ACHADOS



Adoção de IA já existe, porém é principalmente pontual

Uso pontual na rotina aparece em 47%, exploração sem aplicar no trabalho em 27,2% e nenhuma experiência em 16%. Apenas 9,2% criaram funcionalidades com IA.



Interesse por carreira em IA é alto em todas as áreas

No geral, 71% querem se destacar em IA e 21,4 % têm interesse, ainda entendendo aplicabilidade. Em Produto, o desejo de destaque sobe para 77,9%. Ou seja, existe uma intenção clara de diferenciação via IA, pronta para ser convertida em competência aplicada.



Profissionais ainda enfrentam falta de experiência com IA

15,98% dos respondentes afirmaram não ter nenhuma experiência com IA. Para o mercado, isso indica que uma parcela significativa de profissionais ainda não desenvolveu competências essenciais para atuar em um contexto em que inteligência artificial caminha para se tornar requisito básico de trabalho.



1. PERFIL PROFISSIONAL 7

2. NÍVEL DE EXPERIÊNCIA COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL 13

3. OTIMIZAR COM IA 21

4. DORES ATUAIS 24

5. CARREIRA EM IA 27

6. DESAFIOS 31

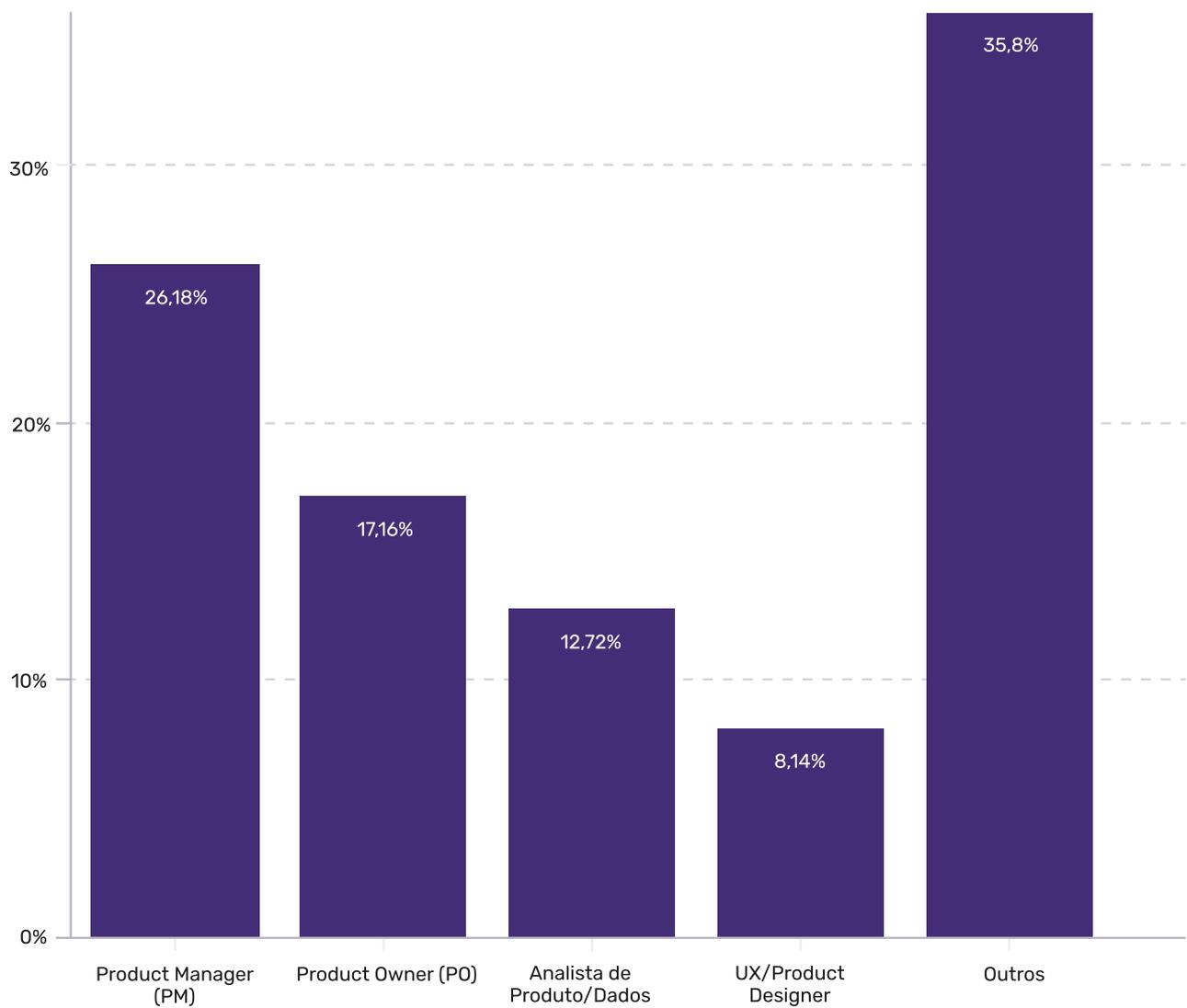


1.

PERFIL PROFISSIONAL

1.1 CARGOS

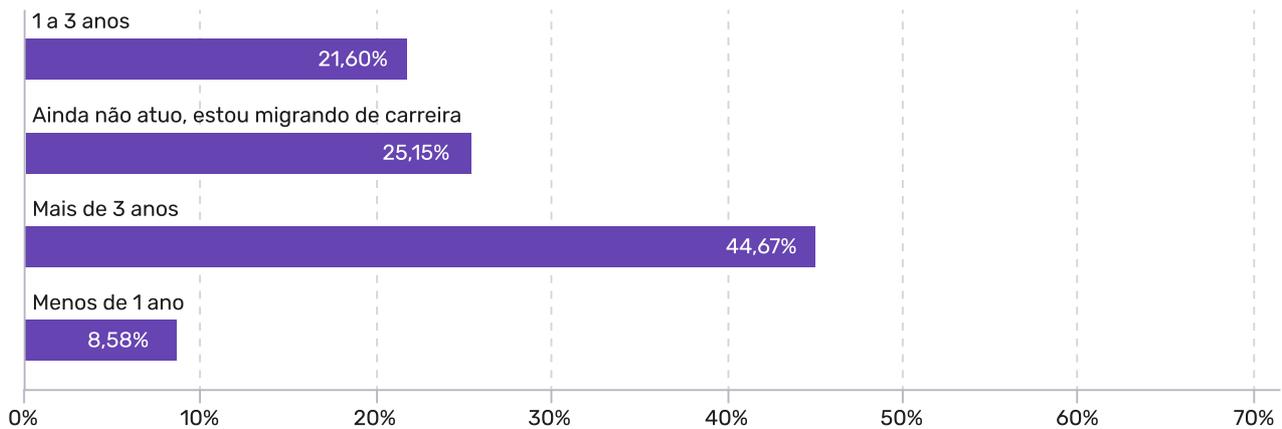
A amostra tem a maioria dos respondentes que se declaram da área de Produto, com destaque para os cargos de Product Managers e Product Owners. Os demais aparecem de forma mais distribuída, tanto em outros cargos da área de tecnologia quanto fora do ambiente Tech. A participação desse público diversificado sugere que profissionais de áreas distintas também sentem necessidade de entender o uso prático de IA em seu contexto de trabalho.



1.2 TEMPO DE CARREIRA

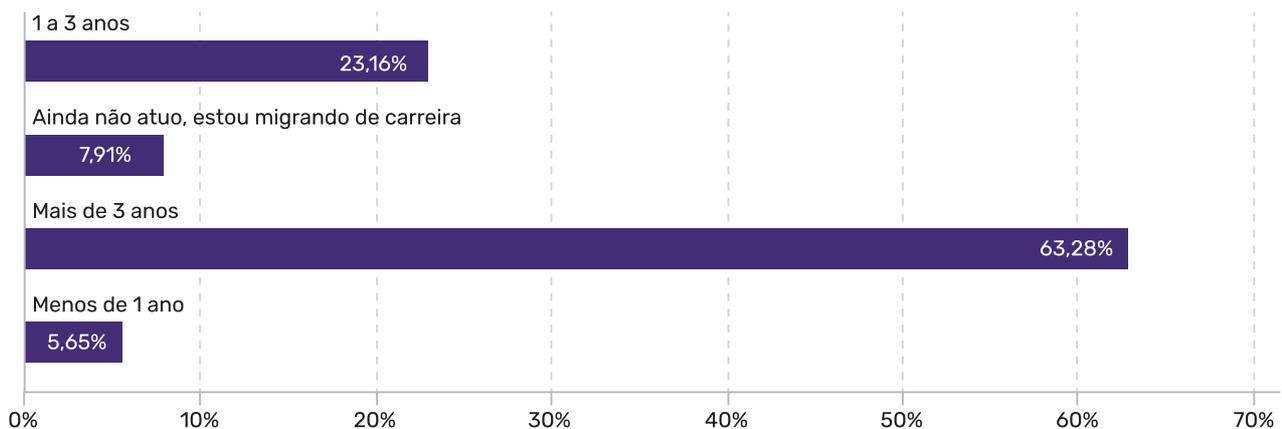
Quase metade dos respondentes, 44,67%, possui mais de 3 anos de experiência, evidenciando uma base sólida de profissionais já consolidados no mercado. Em paralelo, 25,15% afirmam ainda não atuar diretamente na área ou estar em fase de transição de carreira, o que mostra um movimento de migração para Produtos Digitais. Na sequência, temos profissionais com a 1 a 3 anos de experiência com 21,60% e 8,58% para quem possui menos de 1 ano.

Média Geral

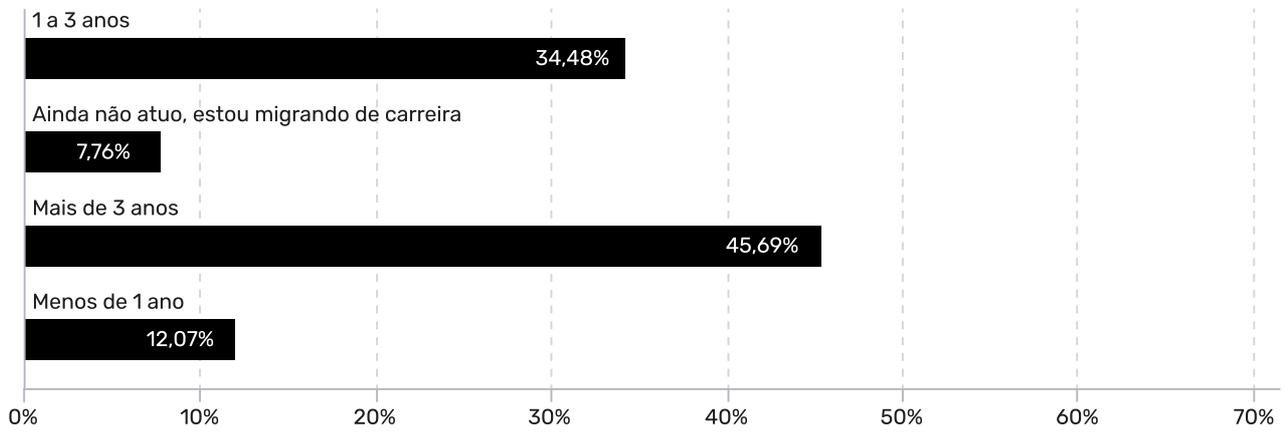


POR ÁREA:

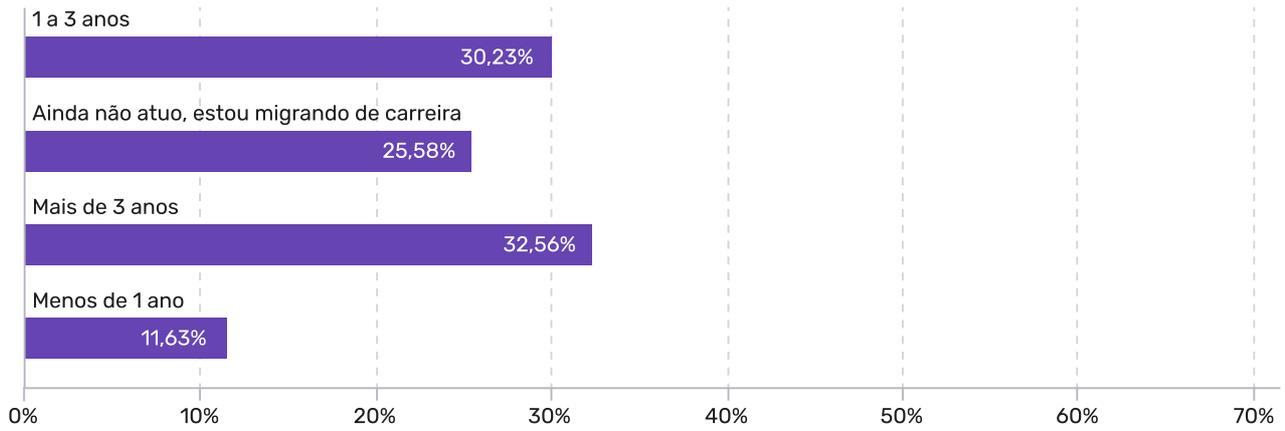
Cargos - Product Manager (PM)



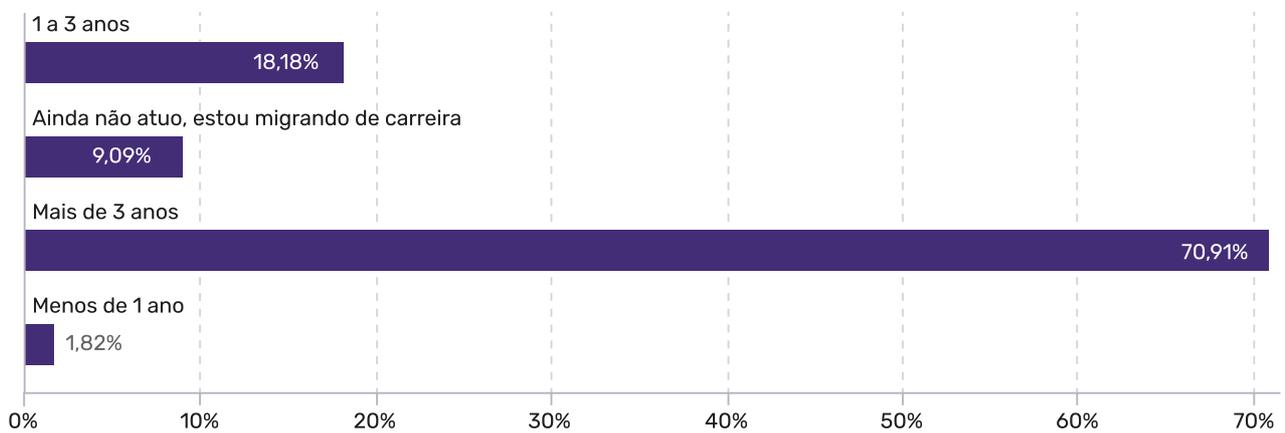
Cargos - Product Owner (PO)



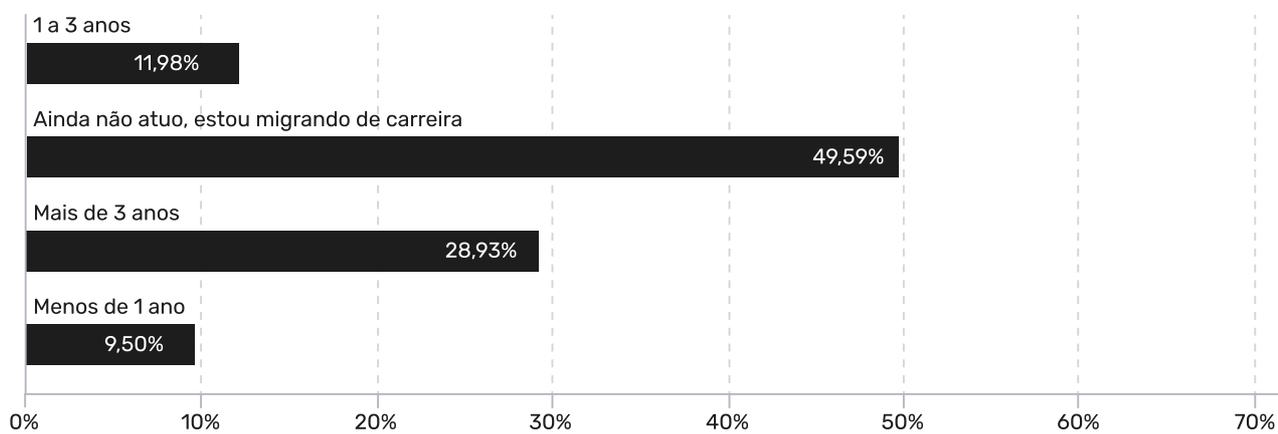
Cargos - Analista de Produto/Dados



Cargos - UX/Product Designer



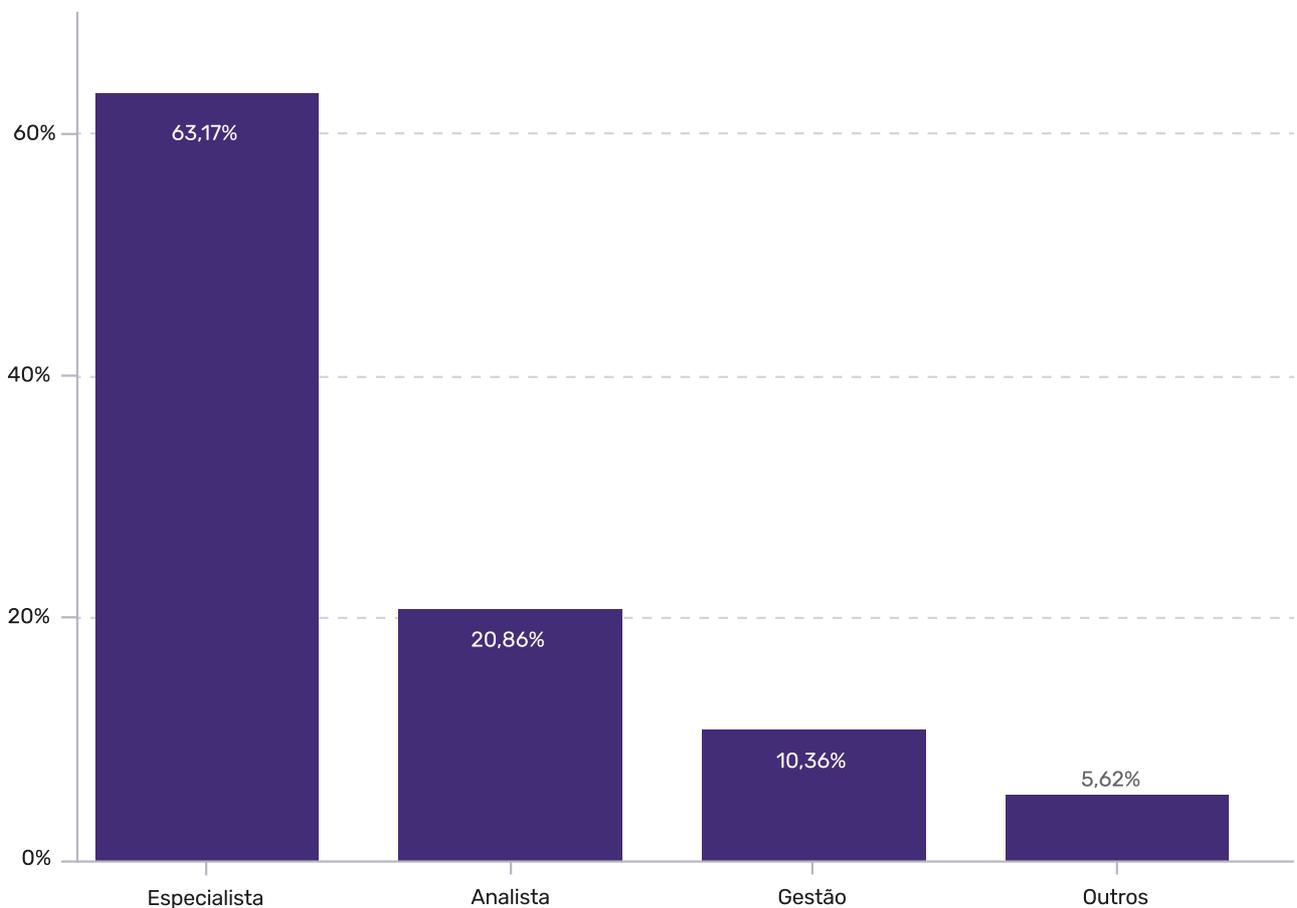
Cargos - Outros



1.3 SENIORIDADE DECLARADA

A maior parte dos respondentes ocupa posições de especialista, **63,17%**, seguida por analista, **20,86%**, sem detalhamento de senioridade nessa camada. Em seguida, aparecem os cargos de gestão, **10,36%**, enquanto a categoria Outros, **5,62%**, engloba assistentes, estagiários e profissionais autônomos.

Importante destacar que, para fins desta análise, consideramos “gestão” como qualquer cargo com responsabilidade direta por pessoas, times, recursos ou áreas de negócio. Estão incluídos nesse grupo os cargos de supervisão, coordenação, gerência, heads, diretoria e C-levels.





2.

**NÍVEL DE EXPERIÊNCIA
COM INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL**

2.1 VISÃO GERAL

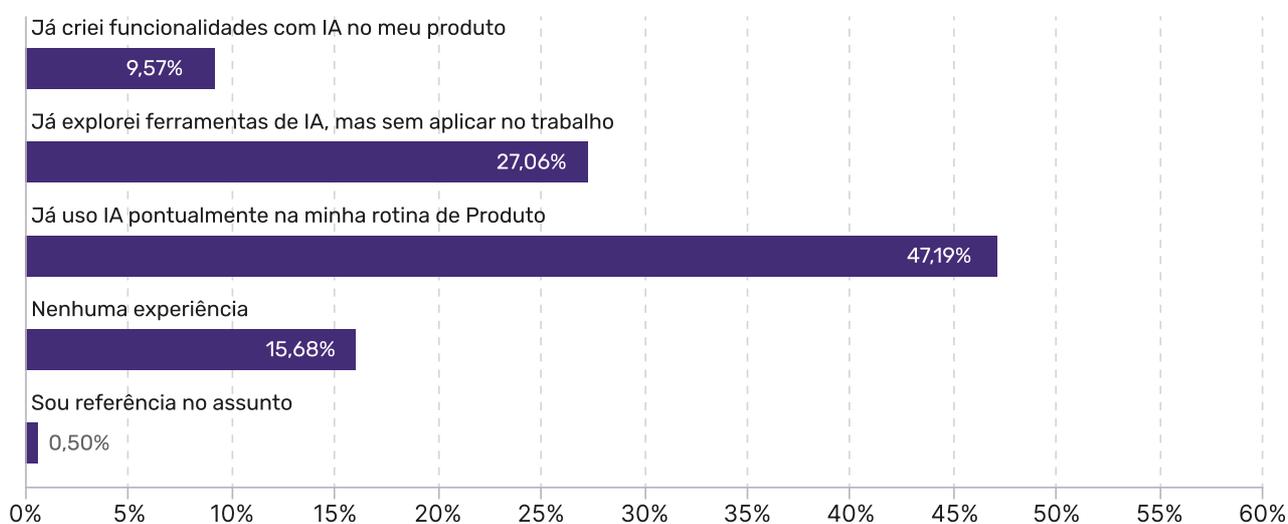
As perguntas deste tópico avaliam a maturidade em IA na prática do dia a dia e traz recortes por senioridade e área.

Considerando as duas categorias, profissionais que utilizam IA apenas de forma pontual no trabalho e aqueles que não têm nenhuma experiência, o cenário revela que **a adoção da IA ainda está em estágio inicial**. Embora a tecnologia esteja em evidência, seu uso contínuo e estruturado no ambiente profissional ainda é limitado.

Mesmo a adoção da IA ainda em um estágio inicial, as pessoas demonstram interesse em entender como essa tecnologia pode impactar suas rotinas e processos.

Para quem já está um passo à frente, esse cenário representa uma **oportunidade de se destacar**, ampliando o leque de opções de carreira e conquistando espaço nas vagas mais estratégicas e disputadas do mercado

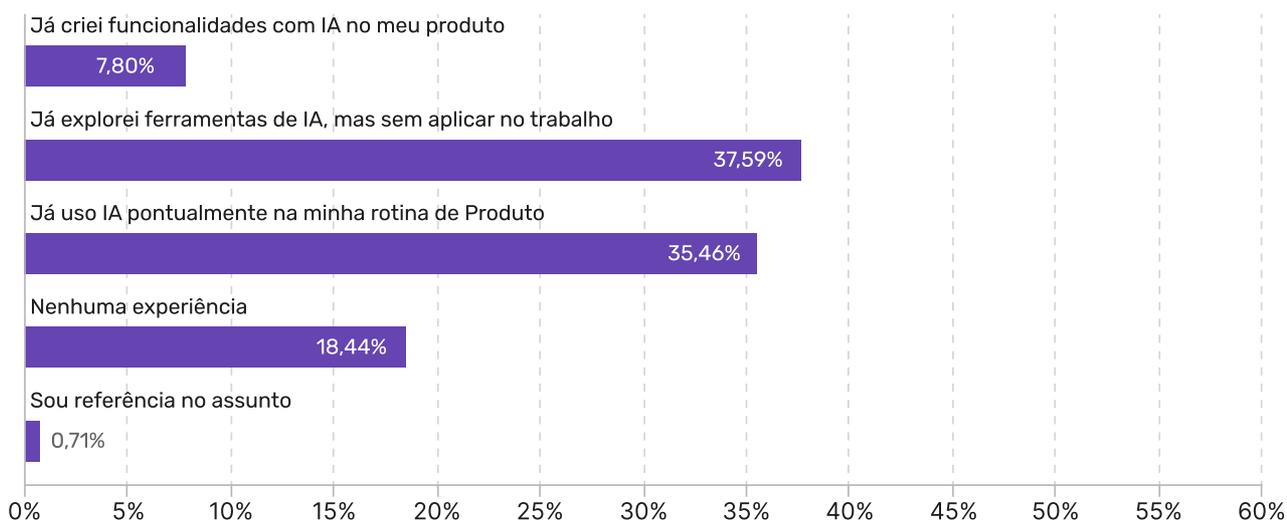
Nível IA - Geral



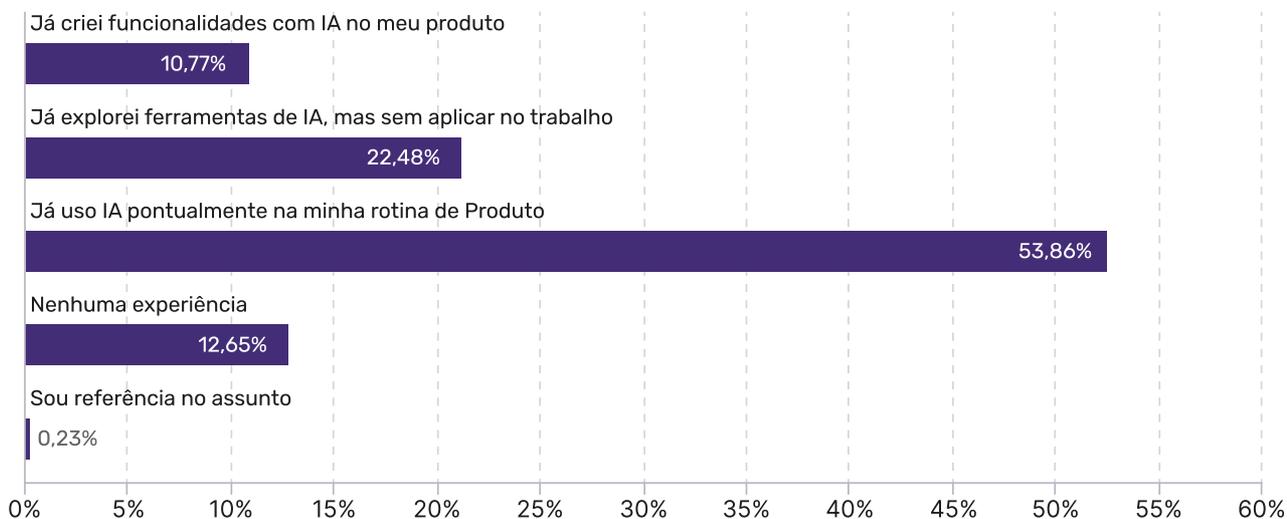
2.2 CORTES POR NÍVEL DE CARREIRA

A pesquisa indica que **especialistas e gestores, seguido por analistas** concentram a maior parte das iniciativas de Inteligência Artificial, enquanto cargos de entrada, como assistentes, demonstram menor familiaridade com a adoção da tecnologia.

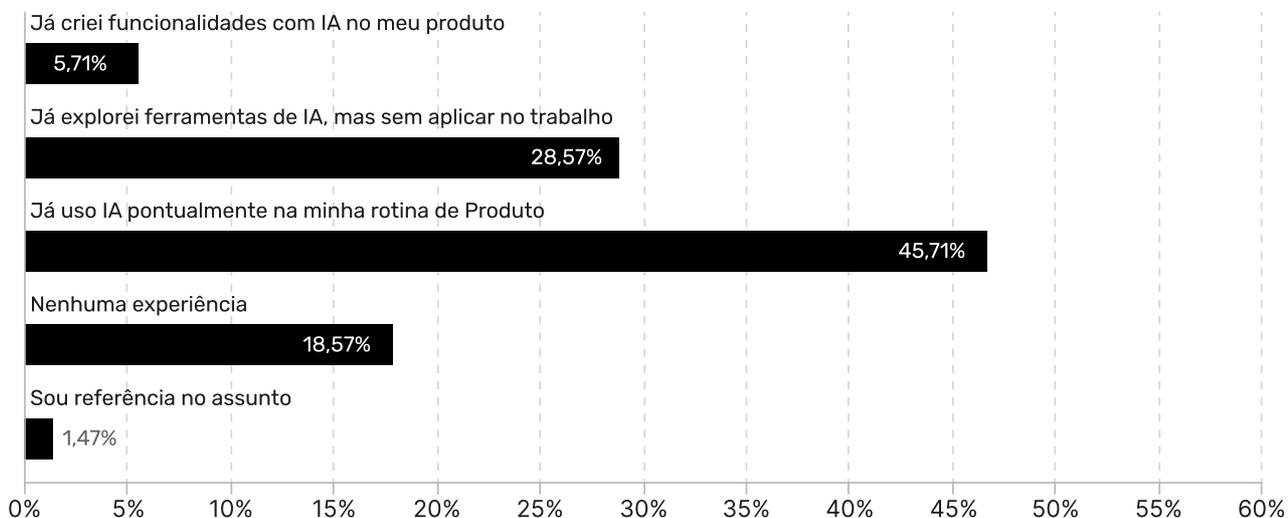
Analista



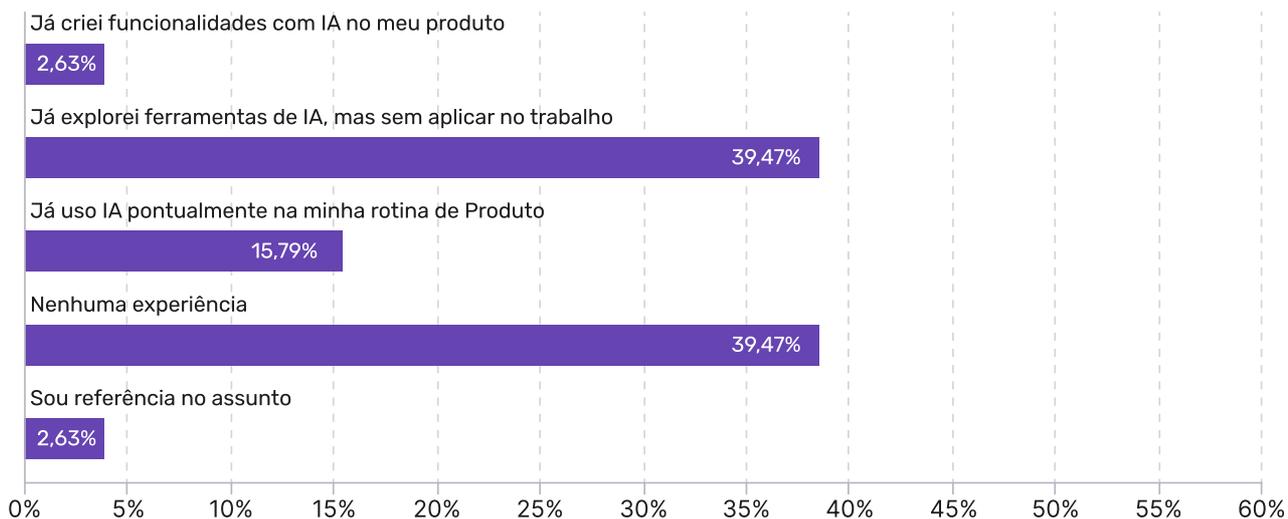
Especialista



Gestão

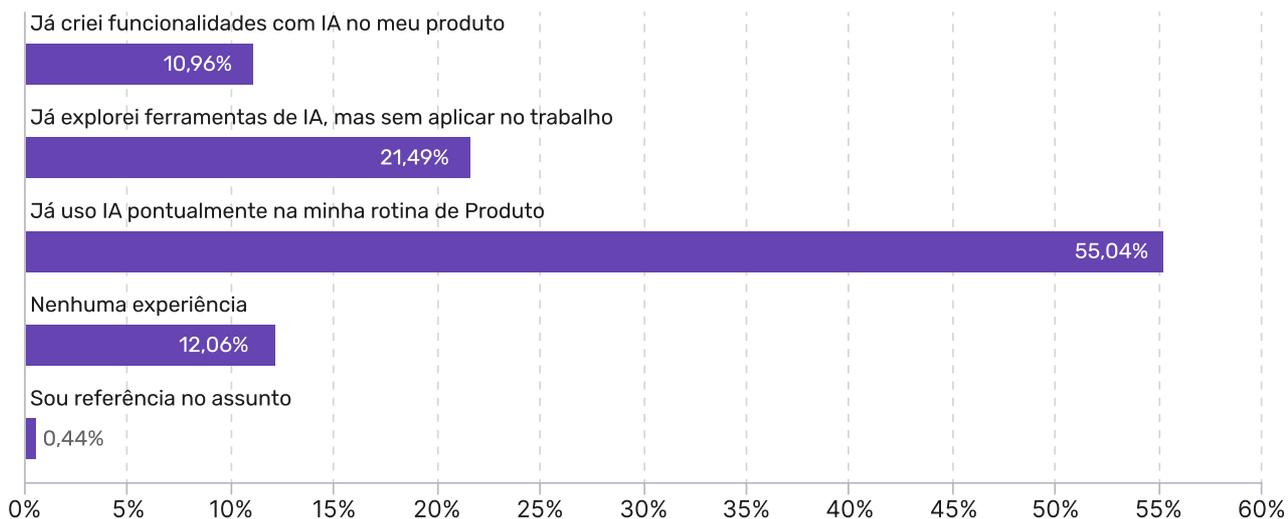


Outros

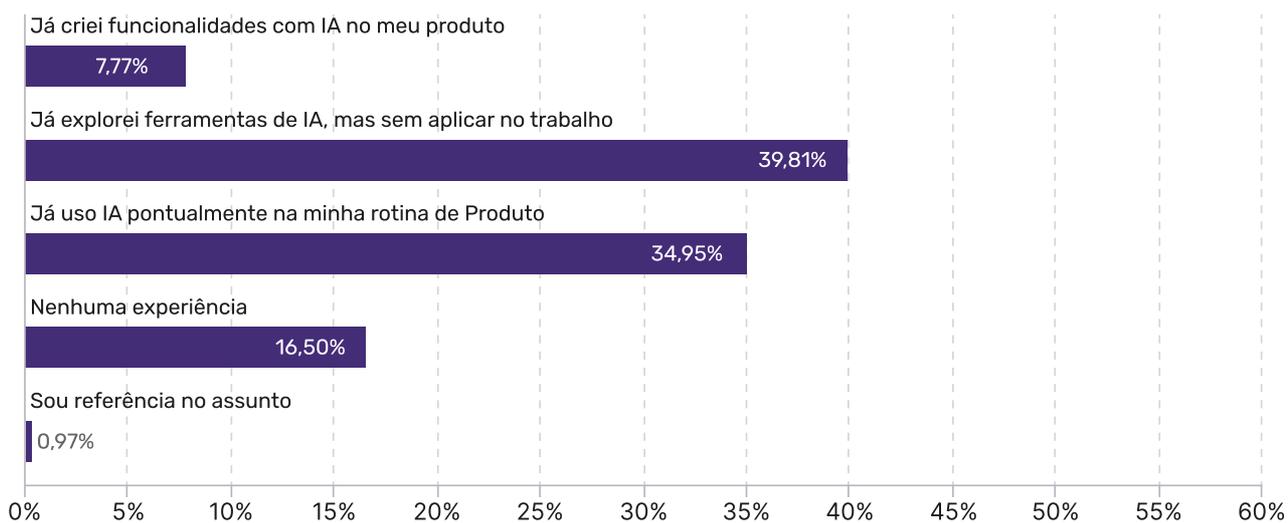


2.3 CORTES POR ÁREA

Produto

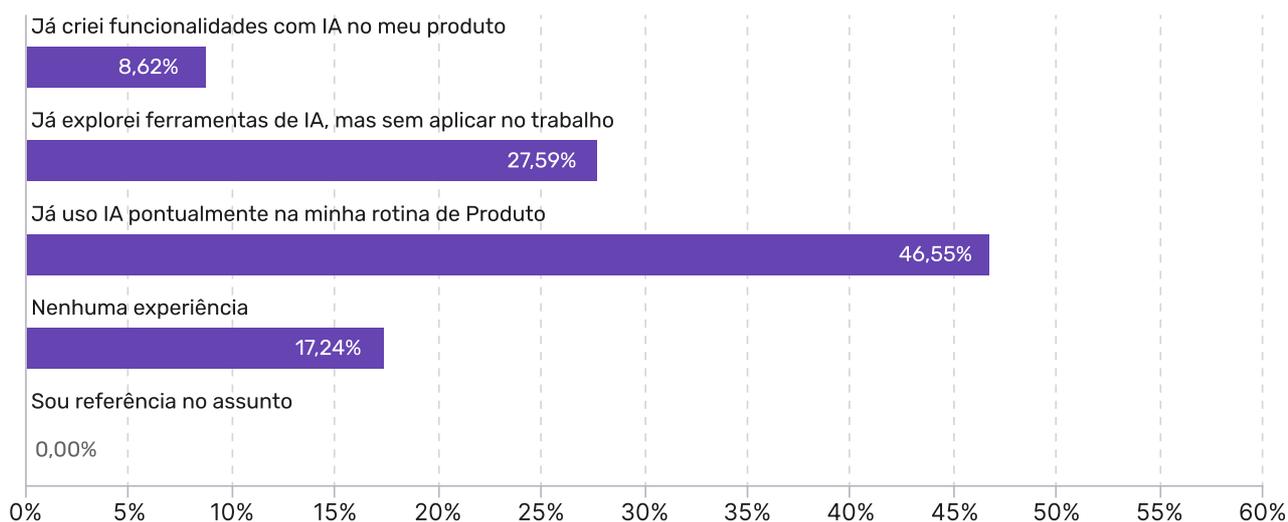


Tech, Marketing, Dados e Design

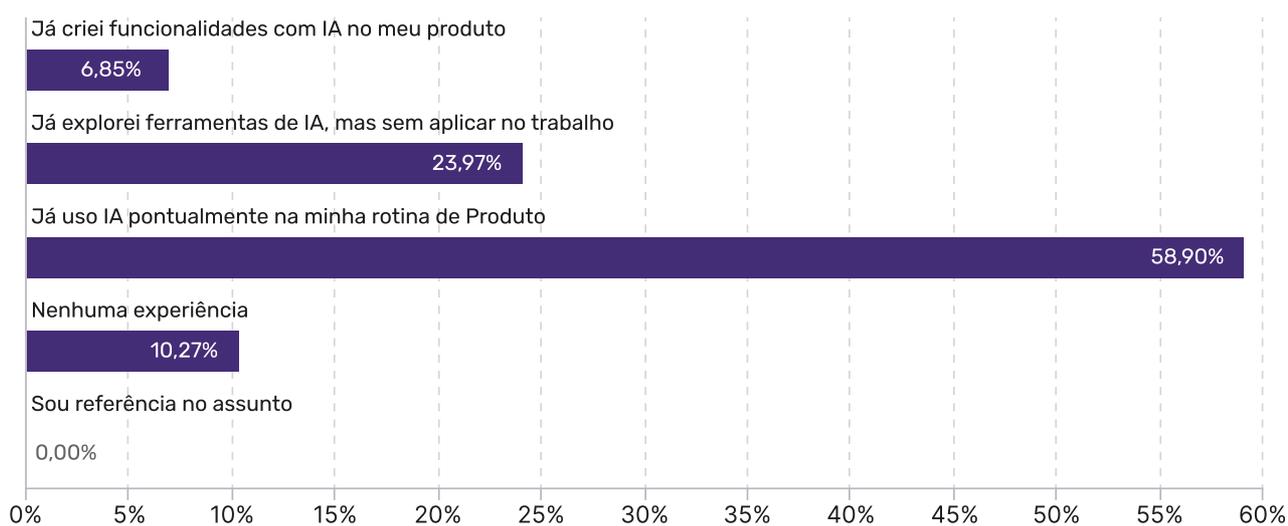


2.4 CORTES POR TEMPO DE ÁREA

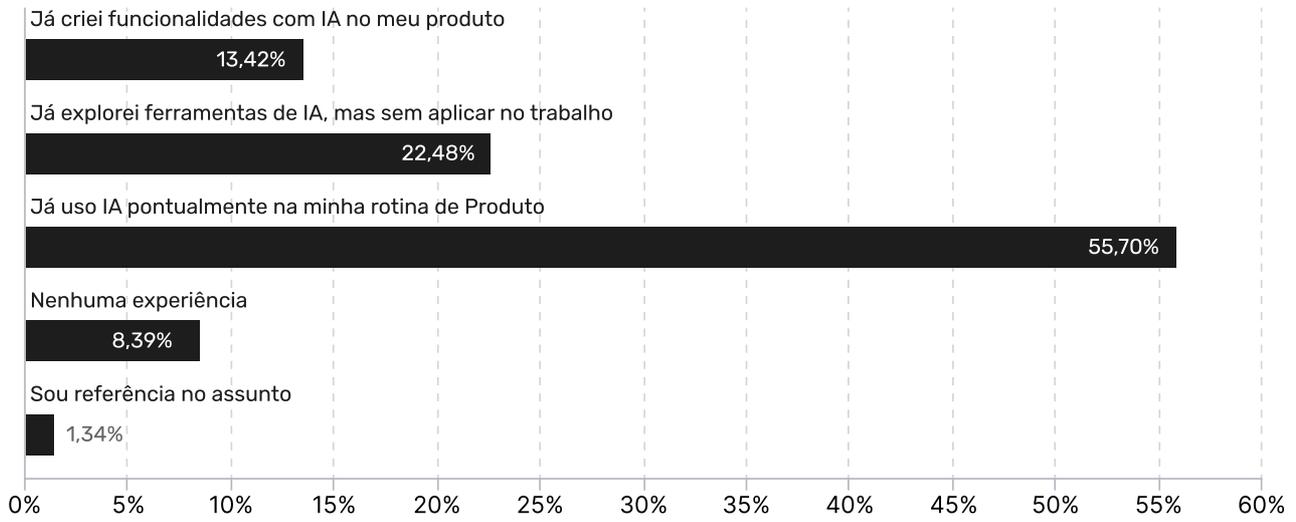
Menos de 1 ano



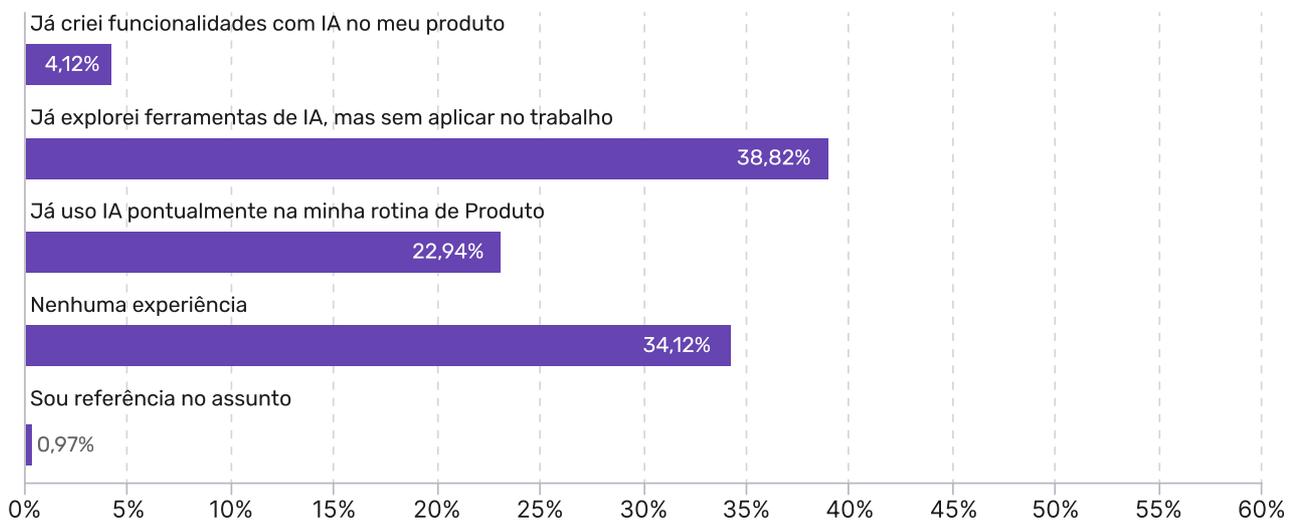
1 a 3 anos



Mais de 3 anos



Ainda não atua ou em migração



Correlações e padrões

Senioridade x Uso de IA

Quanto maior a senioridade, maior a proporção de uso prático. Profissionais com mais de 3 anos de experiência apresentam os maiores índices de criação de funcionalidades (13,42%) e de uso recorrente em Produto (55,70%).

Especialistas x Gestores

A construção de Produto com IA é mais evidente entre especialistas do que entre gestores, indicando que a camada técnica aplica de forma mais direta, enquanto a gestão foca em estratégia, visão, pessoas ou recursos.

Implicações e recomendações gerais da PM3

O mercado já incorporou IA em tarefas pontuais, mas enfrenta a carência do uso extensivo. A lacuna entre líderes e contribuição individual em construção de soluções com IA indica oportunidade de patrocínio ativo da liderança sobre casos de uso reais.

- **Empresas:** é interessante criar trilhas de desenvolvimento por nível. Como os especialistas são usuários mais ativos de IA, é importante ativá-los como multiplicadores para outras camadas profissionais.
- **Profissionais:** analistas podem aderir a IA a partir de tarefas menores. Por exemplo, focar em aprender a automatizar atividades que exigem muito tempo de operação para adquirir a mentalidade "AI first"; especialistas já podem avançar para features mais complexas; líderes têm o papel de remover bloqueios e apontar formas práticas de uso para seus liderados.
- **Gestores:** 5,71% dos gestores afirmam ter criado funcionalidades com IA. Este é um resultado esperado dentro do contexto operacional. Líderes não necessariamente criam soluções, mas têm poder de decisão, influência e capacidade de mobilizar recursos para acelerar a adoção de novas tecnologias. Quando os gestores entendem o potencial da IA, incentiva e propõe maneiras de aplicação em sua área, que podem gerar um efeito cascata em outros times.

3.

OTIMIZAR COM IA

Este tópico lista frentes de trabalho em que pessoas querem usar IA para ganhar eficiência e qualidade. Para focarmos nas atividades, dividimos os respondentes por área de atuação (Produto e outras áreas: Tech, Marketing, Dados e Design). Vale destacar que cada participante pôde selecionar mais de uma opção.

3.1 VISÃO GERAL DAS ATIVIDADES AVALIADAS

Existe uma tendência natural pela busca de ganhos de produtividade, sobretudo na automação de tarefas repetitivas. Em seguida, cresce o interesse em aprimorar a qualidade das análises e apoiar processos de tomada de decisão.

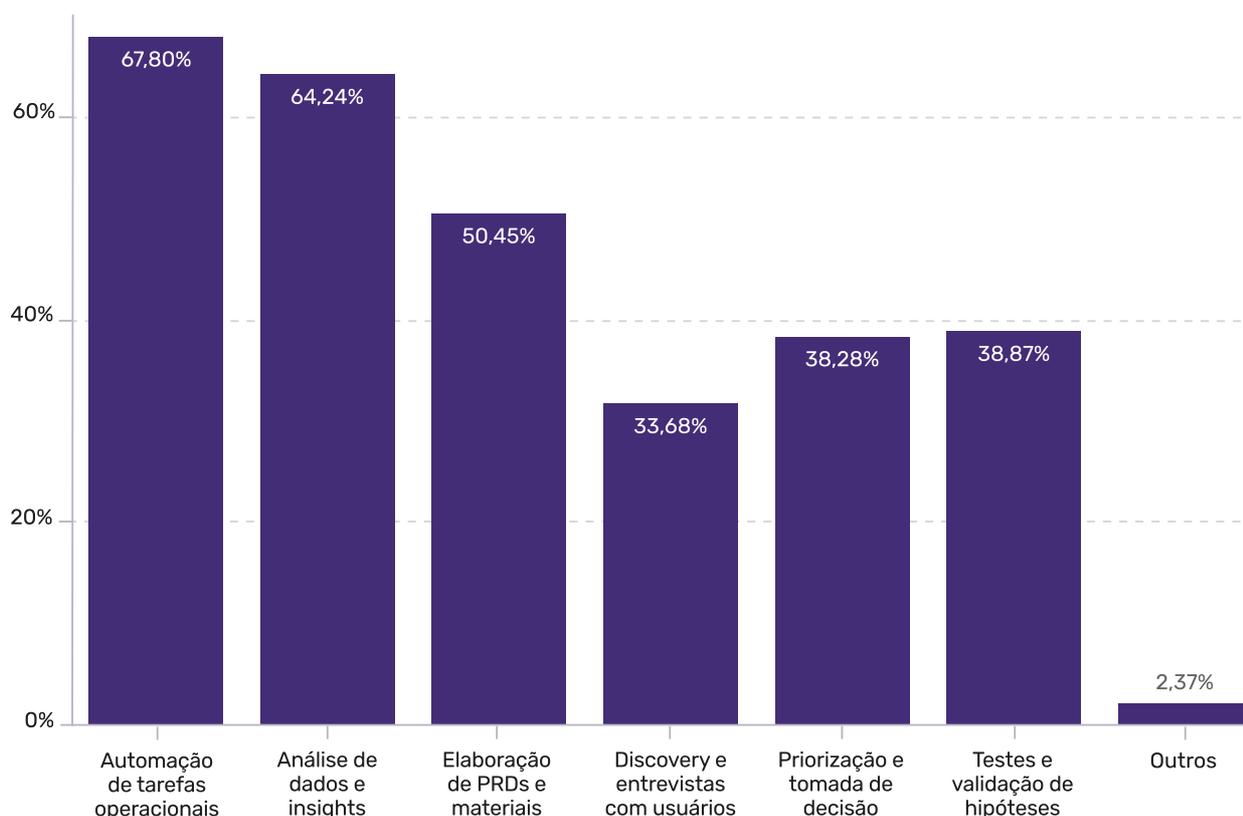
Muitos profissionais ainda concentram esforços em operacionalizar o dia a dia e interpretar dados, um desafio histórico para quem atua em Produto. Nos **Panoramas do Mercado de Produto** anteriores, por exemplo, “contar histórias a partir dos dados” figurava entre as principais dores do segmento.

Atualmente, observa-se que a IA vem sendo aplicada principalmente na elaboração de análises e geração de insights, além de apoiar a automação operacional, desde a criação de fórmulas avançadas em planilhas até o desenvolvimento de sistemas no-code/low-code integrados às rotinas corporativas.

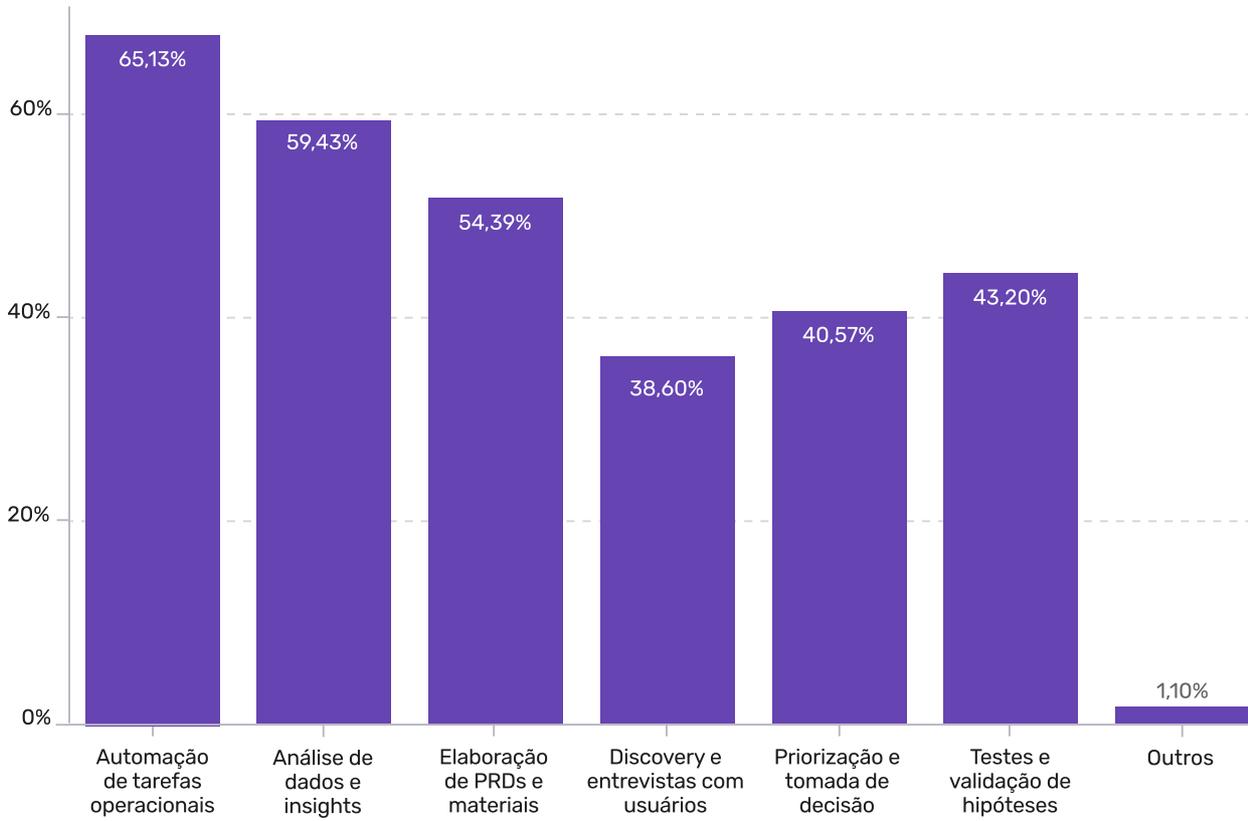
Esse movimento indica que ainda existe insegurança em lidar com dados ou construir sistemas que antes dependiam de programadores. A diferença é que, agora, a IA passou a atuar como um recurso acessível para enfrentar esses desafios recorrentes na rotina dos profissionais.

Embora as iniciativas atuais estejam voltadas sobretudo para ganhos de eficiência, permanece um grande potencial de uso da IA diretamente nos produtos, indo além do papel de ferramenta de suporte. Em geral, a curva de adoção segue esse padrão: começa pela busca de eficiência operacional e, gradualmente, evolui para aplicações mais estratégicas.

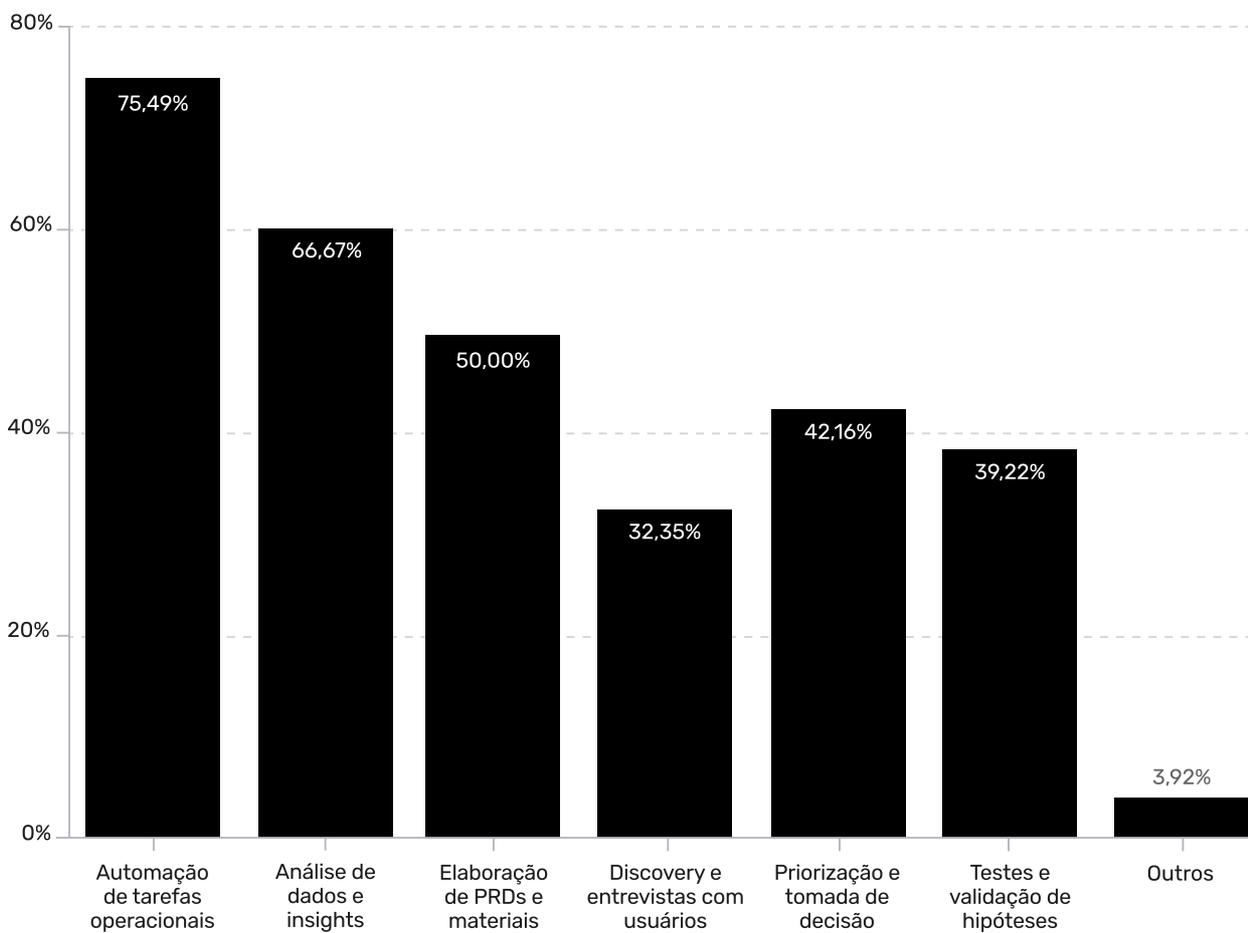
Nível IA - Geral



Nível IA - Produto



Nível IA - Tech, Marketing, Dados e Design





4.

DORES ATUAIS

Nesta etapa, avaliamos as percepções pessoais sobre obstáculos de carreira e de rotina. Cada pessoa pôde marcar mais de um item. Portanto, o cálculo de percentual foi baseado no total de respondentes e, posteriormente, segmentados por áreas. Cada participante pôde selecionar mais de uma opção.

4.1 VISÃO GERAL

Do total de respondentes, 57,40% citaram a IA como uma oportunidade para atuar em um nível mais estratégico, indo além das tarefas operacionais. O interesse está em aplicar a tecnologia para apoiar decisões e gerar impacto no negócio, e não apenas para automatizar tarefas pontuais.

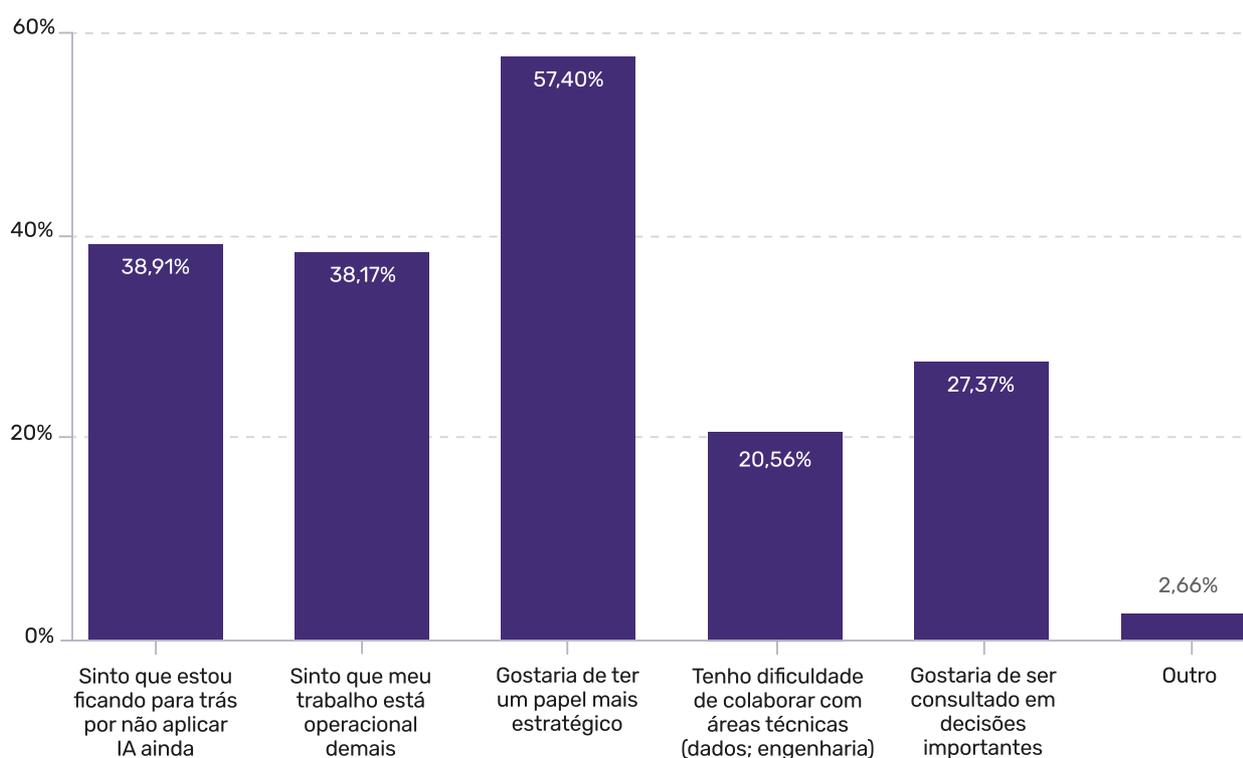
Ainda assim, 38,91% afirmam sentir que estão “ficando para trás” por não aplicar IA no dia a dia, percepção potencializada pela velocidade das evoluções, lançamentos e casos de uso divulgados diariamente. Não operacionalizar a IA no trabalho pode transmitir a sensação de perda de relevância profissional.

Outro dado relevante é que 27,37% desejam ser consultados em decisões importantes e podem associar o uso da IA à possibilidade de ganhar voz e influência dentro da empresa.

Para muitos, adotar IA é também uma estratégia para conquistar mais relevância interna, abrir portas para promoções e impulsionar a carreira. Mesmo entre quem já utiliza IA, o uso é predominantemente pontual e voltado para tarefas operacionais, como elaboração de análises, geração de insights e criação de soluções no-code ou low-code para agilizar o seu dia. Esse cenário reforça que, para grande parte dos profissionais, a IA ainda não está integrada a processos estratégicos.

Por outro lado, colaborar com áreas técnicas não aparece como barreira relevante: o papel do PM segue bem definido, com a área técnica responsável pela implementação das soluções, enquanto a IA pode ser utilizada para apoiar atividades operacionais e estratégicas do próprio produto.

Por fim, apenas 2,66% das respostas se enquadram na categoria “outros”, evidenciando que a maioria das percepções sobre IA está ligada à relevância estratégica, à sensação de atraso na carreira e à busca por eficiência operacional.



Implicações e recomendações gerais da PM3

- **Empresas:** os dados indicam que muitos profissionais querem atuar de forma mais estratégica e enxergam a IA como ferramenta para ganhar relevância e voz em decisões importantes. Nesse cenário, as empresas podem criar programas de capacitação focados no uso estratégico da IA, ajudando colaboradores a desenvolver competências além da automação operacional. Essa iniciativa não apenas aumenta a maturidade no uso da tecnologia, como também contribui para reduzir a sensação de “ficar para trás”, fortalecendo o engajamento e a retenção de talentos.
- **Profissionais:** enquanto as empresas podem oferecer treinamentos estruturados, os profissionais também têm um papel ativo no desenvolvimento dessa competência. Exercitar a aplicação da IA de forma mais profunda e estratégica é essencial para se diferenciar. Isso pode ser feito participando de eventos, comunidades e fóruns da área; cursos e qualificações voltados ao uso estratégico da tecnologia; e explorando casos de uso que unam ganhos operacionais a impacto estratégico. Esses passos aumentam a capacidade de transformar a inteligência artificial em um recurso de impacto real no negócio, não apenas em uma ferramenta para tarefas pontuais.





5.

CARREIRA EM AI

Analizamos o apetite de carreira em IA com recorte específico para a área de Produto e as áreas de Tecnologia, Marketing, Design e Dados.

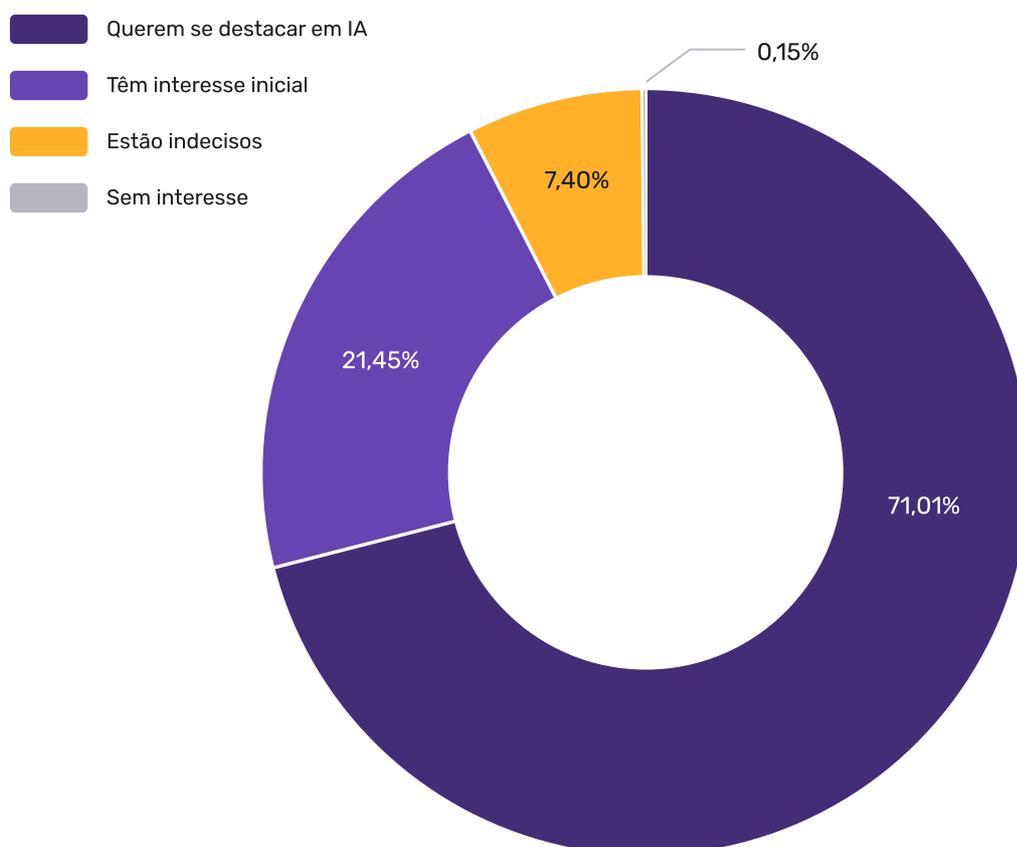
5.1 VISÃO GERAL

Há uma intenção clara dos profissionais de produto em se destacar na área de Inteligência Artificial: 77,85% dos respondentes demonstram interesse em seguir esse caminho profissional. Em contrapartida, quando somamos as áreas de Tech, Marketing, Dados e Design, o número cai para 58,25% com esse objetivo, enquanto 34,95% têm interesse inicial, mas ainda não consideram o momento ideal para seguir carreira em IA.

Esse recorte evidencia um ponto importante: uma coisa é utilizar a Inteligência Artificial no dia a dia, até de forma estratégica; outra, bem diferente, é construir uma carreira especializada em IA.

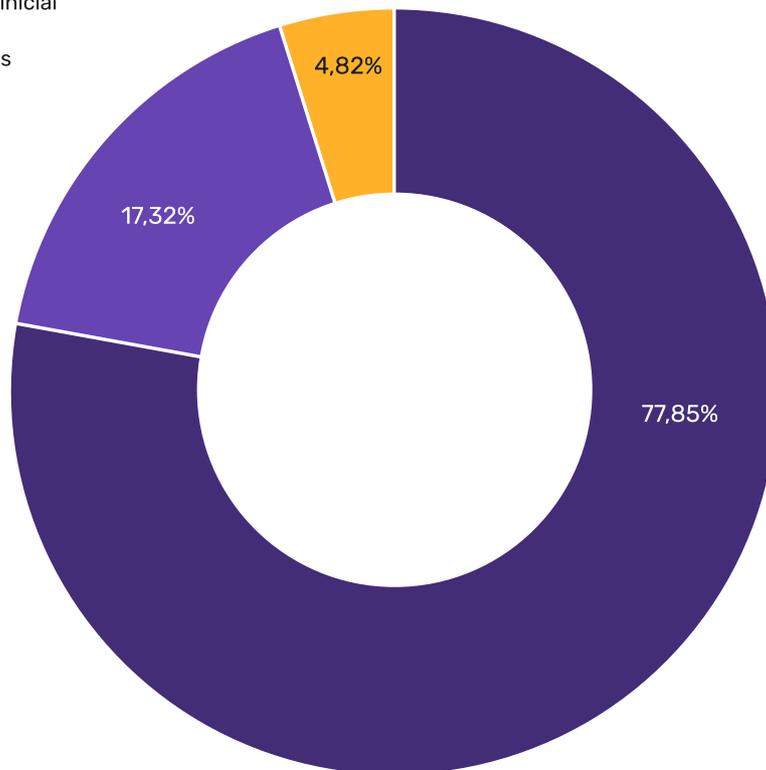
A tendência é que, com a consolidação da tecnologia e o retorno gerado para as empresas, esse interesse cresça também em outras áreas, expandindo o número de profissionais que enxergam a IA não apenas como ferramenta, mas como um eixo central de suas trajetórias. .

Geral



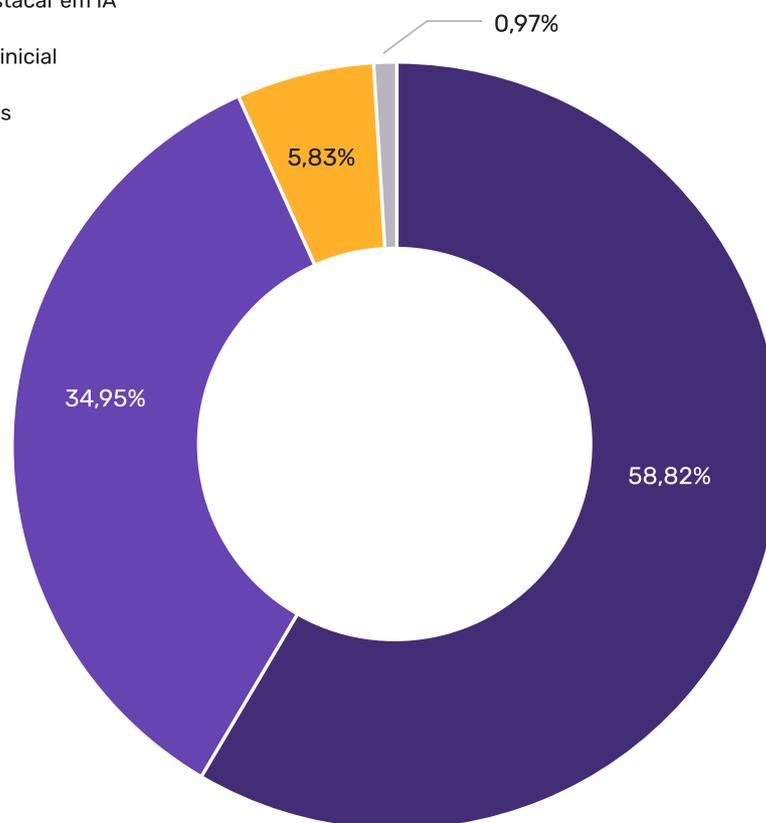
PRODUTO

- Querem se destacar em IA
- Têm interesse inicial
- Estão indecisos
- Sem interesse



TECH, MARKETING, DADOS e DESIGN

- Querem se destacar em IA
- Têm interesse inicial
- Estão indecisos
- Sem interesse



Implicações e recomendações gerais da PM3

- **Empresas:** investir em novas áreas e frentes de aplicação da IA, medindo de forma clara o impacto que a tecnologia gera no negócio. Ao apresentar resultados concretos, especialmente financeiros, a empresa transmitirá segurança ao mercado. Além disso, reforça que se trata de um campo sólido, que tende a demandar cada vez mais profissionais dedicados e com foco em uma carreira especializada em IA.
- **Profissionais:** o caminho passa por continuar investindo em qualificação, conforme detalhado no tópico 4.1. Somado a isso, criar projetos, mesmo que sejam pequenas automações para o dia a dia, ajuda a desenvolver competências práticas que, no futuro, podem ser aplicadas em iniciativas mais robustas e incorporadas a produtos.





6

DESAFIOS

6.1 DESAFIOS

Os participantes deram respostas abertas sobre o maior desafio para usar IA. Como resultado, criamos uma nuvem de palavras dominantes que resumem os anseios dos profissionais.

Palavra principal	Sinônimos	Quantidade
Aplicar	aplicar, aplicação, aplicabilidade, utilizar, uso, usar	268
Entender	entender, aprender, saber, conhecer, conhecimento, conhecimentos	236
Trabalho	trabalho, tarefas, atividades, rotina	150
Produto	produto, produtos	133
Empresa	empresa, organização, negócio, área, áreas	95
Automatizar	automatizar, automações, otimizar, processos, funcionalidades	64
Criar	criar, criação, gerar, geração, desenvolver, desenvolvimento	63
Dados	dados, análise, insights, identificar	59
Estratégia	estratégica, estratégico, estratégicas, estratégia	32

Síntese interpretativa

- A análise das palavras mais frequentes revela que os principais desafios e interesses no uso de IA estão divididos entre compreensão e aplicação prática da tecnologia no contexto de trabalho. Termos como **Aplicar** e **Entender** mostram que muitos profissionais ainda buscam clareza sobre como utilizar a IA de forma efetiva, integrando-a às suas rotinas e estratégias de produto.
- Palavras como **Trabalho**, **Produto**, **Automatizar** e **Dados** indicam que há grande interesse em aplicar IA para otimizar processos, automatizar tarefas repetitivas, gerar análises mais robustas e melhorar funcionalidades de produtos.
- O destaque para **Empresa** aponta para o desejo de aplicar IA de forma estruturada no ambiente organizacional, ampliando o impacto no negócio e gerando valor tangível. Já termos como **Criar** e **Estratégia** sinalizam a ambição de ir além da automação operacional, desenvolvendo soluções inovadoras e conectando a IA a decisões de alto impacto.
- Em síntese, os dados mostram que os desafios combinam lacunas de conhecimento, necessidade de aplicação prática e oportunidades de ganho estratégico e organizacional. Isso evidencia que a maturidade no uso de IA ainda está em construção, mas já existe um interesse crescente em expandir seu papel de ferramenta de suporte para um elemento central na criação e evolução de produtos.

Implicações e recomendações gerais da PM3

- Embora haja um interesse crescente no uso de IA, principalmente para otimizar processos, automatizar tarefas e gerar insights mais robustos, ainda existe um gap claro entre a curiosidade e a aplicação estratégica da tecnologia. Profissionais de produto querem integrar a IA às suas rotinas e estratégias, mas esbarram em lacunas de conhecimento e prática, o que atrasa a maturidade de adoção no setor.
- Investir em programas de formação que unam fundamentos técnicos e aplicações reais de IA no contexto de produto. A começar por ganhos operacionais e avançando para uso estratégico em discovery, priorização, tomada de decisão e desenvolvimento de funcionalidades. Também é recomendável preparar os profissionais para comunicar soluções de IA de forma clara para stakeholders, conectando o uso da tecnologia aos objetivos e resultados de negócio.





CONCLUSÃO

Este é o primeiro relatório feito pela PM3 com recorte específico para o uso de Inteligência Artificial no contexto de Produto Digital.

Como toda primeira versão, nasceu enxuta e pretendemos expandi-la para se tornar referência no assunto, assim como é o nosso Panorama do Mercado de Produto, realizado há 6 anos. Apesar da pequena amostragem, o estudo evidencia que os profissionais estão em linha com os anseios do mercado, que ainda busca a aplicação da IA de forma mais profunda e estratégica no dia a dia e nos negócios.

Nosso olhar é sobretudo para o mercado de Produto Digital, mas é possível notar que outras áreas compartilham a mesma curiosidade sobre o uso da Inteligência Artificial e seu real impacto no contexto profissional.

O interesse coletivo de se aprofundar no assunto e sair do estágio de “arranhar a superfície” é um ponto relevante desse estudo, que pode ser a virada de chave entre teoria e real aplicação.

É um insight que aponta a necessidade de empresas investirem não somente no conhecimento técnico dos times, mas fomentar a experimentação por meio de projetos-piloto e estudos de caso que demonstrem o impacto mensurável da IA para criar confiança na adoção em escala.

Se você acha que essa conversa merece ganhar mais espaço, compartilhe este documento. Quanto mais vozes tivermos, mais real e profundo será o próximo estudo.



PM3.COM.BR