

# OS ROBÔS JÁ ESTÃO PRONTOS PARA O MERCADO. AS EMPRESAS ESTÃO PRONTAS PARA OS ROBÔS?

*O ALCANCE DAS FERRAMENTAS DE CHATBOT AUMENTA A CADA DIA, MAS AINDA HÁ MUITO O QUE APRENDER PARA OBTER O MÁXIMO DESSAS TECNOLOGIAS*

POR MELISSA LULIO

Os robôs têm muitos números a seu favor. Prova disso é que estudos das maiores consultorias do mundo apontam para o aumento do desempenho e da presença dessas tecnologias em um futuro próximo. Um estudo da Gartner, por exemplo, aponta que 3 milhões de trabalhadores em todo o mundo terão seus trabalhos supervisionados por robôs ainda em 2018.

A McKinsey Global Institute, por sua vez, por meio de um relatório, aponta que 30% dos empregos atuais mundiais poderão ser automatizados até 2030. Além disso, mostra que muitos empregos serão extintos, enquanto muitos outros surgirão. Ou seja, o aumento dos robôs não representa necessariamente a ausência do humano.

“Certamente as funções mais suscetíveis à substituição por elementos de Inteligência Artificial (IA) são aquelas repetitivas e com maior incidência”, explica Marildo Matta, diretor de Inteligência Artificial da Plusoft. “Devemos estar atentos ao fato de que os novos postos de trabalho que surgem demandarão novas habilidades e especializações”.

Nesse sentido, ele comenta que, a cada dia, surge uma nova solução que lança mão da IA em seus algoritmos. “A mais popular delas é o chatbot, usado para relacionamento com o consumidor, vendas e cobrança”, diz. E, ao contrário do que alguns ainda imaginam, embora a maioria das empresas não esteja totalmente preparada para o uso dessas ferramentas em suas atividades, existe uma corrida para entendimento, ou mesmo para o estabelecimento de planos de implementação dos chatbots.

A atuação do humano fica bastante clara inclusive quando o assunto é chatbot, afinal, a tecnologia precisa da colaboração humana para ter um desempenho de qualidade. A Plusoft, por exemplo, possui equipes de especialistas que se encarregam da preparação dos chatbots para as empresas, como também treina os profissionais que alimentam os cérebros digitais dessas soluções. “Chega a ser curioso que as universidades estejam preparando seus alunos para a construção de algoritmos de IA, mas, em grande maioria, não



**Marildo Matta**, diretor de Inteligência Artificial da Plusoft

preparam os alunos para a organização da informação que será armazenada e disponibilizada nesse cérebro digital”, observa.

Hoje, Matta comenta que os Assistentes Virtuais são verdadeiros concierges personalizados para apoio ao cliente nos seus mais variados anseios. “As tecnologias mais avançadas, de quarta geração, permitem, hoje, o atendimento personalizado do cliente, chegando a ter as respostas personalizadas, de acordo com características de consumo, perfil do consumidor ou dispositivo utilizado”, diz.

## **A UNIÃO ENTRE O HUMANO E A MÁQUINA**

Mas, afinal, como é possível treinar um indivíduo para que ele lide tranquilamente com um robô? “Para as empresas que utilizam os assistentes virtuais, ter os atendentes humanos cuidando dos casos mais complexos de relacionamento é uma realidade”, explica o executivo. “Do ponto de vista dos processos de negócio, as equipes precisam estar adaptadas e trabalhar em conjunto com esse ‘novo funcionário’”.

Na prática, significa que as equipes precisam estar atentas e ensinar as informações

sobre os processos da organização. O chatbot aprende com cada nova interação e tem a vantagem de que nunca irá se esquecer ou se cansar.

Diante de tudo isso, os colaboradores poderão ter consciência do alcance do chatbot e do fato de que eles não tirarão o espaço do humano dentro das empresas. “Todas as questões repetitivas e que correspondem ao maior volume do atendimento podem ser realizadas pelo assistente virtual, enquanto os operadores tornam-se especialistas de segundo ou terceiro níveis, em suas áreas”, explica Matta.

## **EDUCANDO O CHATBOT**

Outro grande desafio relacionado à implementação dos bots é a gestão da base de conhecimento – e essa também é uma grande oportunidade para o setor de atendimento das empresas.

“A implementação dos chatbots avançados vai muito além da configuração de palavras-chave e conjuntos de regras que obedecem a um fluxo de navegação”, explica o executivo. Por isso, mesmo quando se trata de autosserviço, as empresas devem manter uma equipe especializada para monitorar, configurar e evoluir a solução. 