

Criado em parceria com Financial Times

Revolução dos robôs: como o bom uso da IA constrói melhores negócios

Além da longa hipérbole, as ferramentas de inteligência artificial e automação provam ser verdadeiras transformadoras para muitos setores.

SAP Concur



As empresas que dão atenção a manchetes malucas sobre os incríveis avanços trazidos pela inteligência artificial podem correr o risco de perder os enormes benefícios já disponíveis. Uma nova pesquisa da [Harvard Business Review](#) sugere que a agitação por ferramentas emergentes, como ChatGPT, poderia fazer com que os líderes de negócios ignorassem os ganhos atualmente disponíveis com as atuais tecnologias de inteligência artificial (IA) e automação. “Isso significa valor real, desde que você evite o exagero”, diz o relatório da HBR. O segredo é fazer bom uso das implantações de IA e adotar os impactos positivos disponíveis agora.

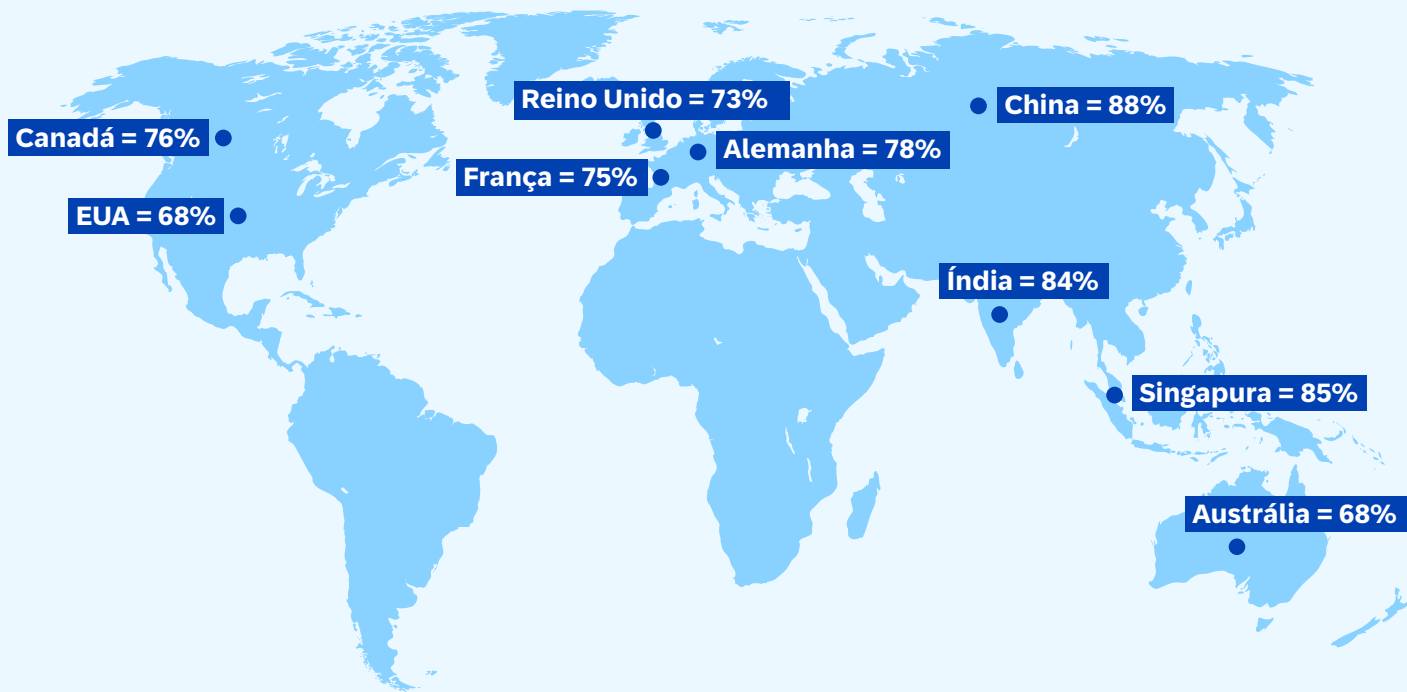
A boa notícia é que muitas empresas estão bem avançadas na implantação das ferramentas de IA já disponíveis, particularmente em funções como Finanças. Elas estão entusiasmadas com a agilidade que essa tecnologia pode lhes oferecer, particularmente em um ambiente econômico incerto, e veem a oportunidade de construir negócios mais fortes, que funcionem melhor para todas as partes interessadas, incluindo clientes e colaboradores. Uma pesquisa [recente da SAP Concur](#) identificou que 75% dos executivos acreditam que o maior uso de IA e machine learning pode aumentar a eficiência e a produtividade.



Como o mundo adotou as ferramentas de IA¹

Porcentagem de empresas que adotaram ou exploram a IA

Média global = **76%**



A promessa dessa tecnologia é de liberar a equipe das tarefas manuais repetitivas, permitindo usar seu tempo em esforços com propósito e valor agregado. Isso inclui atividades que impulsionam o crescimento estratégico, mas também áreas como prioridades ambientais, sociais e de governança (ESG).

“A vitória rápida é que a IA pode processar todas as informações disponíveis para nós com rapidez, já que humanos têm capacidade limitada para isso”, diz Tomoko Yokoi, especialista em tecnologia digital da escola de negócios IMD, na Suíça. “O maior ganho é a velocidade na tomada de decisão, com redução de custos causada ao delegar o processo de tomada dessa decisão à IA.”

As organizações mais orientadas a dados já adotaram essa velocidade. As ferramentas de automação lhes permitem criar ciclos de feedback para constantemente fazer iterações de produtos, serviços e de sua abordagem ao mercado. Essa agilidade é particularmente valiosa no cenário atual de contínua inovação e volatilidade do mercado. Ela permite que as empresas se expandam ou retraiam rapidamente, conforme a mudança nas perspectivas.

“

Concentre-se no resultado que sua empresa procura e, em seguida, explore as soluções tecnológicas que podem levar até lá.”

Tim Lebel, vice-presidente e líder de produtos de gastos da SAP Concur



Como avançar com a IA

Como, então, os líderes de negócios avançam com IA e automação? A ideia pode intimidar, mas seus concorrentes certamente estarão analisando suas opções. Uma [pesquisa](#) realizada pela Forbes mostra que 56% das empresas já usam IA para melhorar o atendimento ao cliente. Outros casos comuns de uso incluem melhorias no processo de produção, automação de processos e segurança cibernética.

A chave para progredir, diz Tim Lebel, vice-presidente e chefe de produtos de gastos da SAP Concur, é pensar nas metas finais do seu negócio, em vez de começar com a tecnologia. “Concentre-se no resultado que sua empresa procura e, em seguida, explore as soluções tecnológicas que podem levar até lá com mais velocidade e economia”, diz ele. “Esse resultado pode ser um desafio interno de negócios ou algo voltado para o cliente.”

Muitos especialistas em tecnologia defendem começar com pequenos projetos, em que um contratempo seria decepcionante, mas não desastroso. A ideia é ir aprendendo à medida que a empresa avança para implantações maiores. A experimentação pode ser uma boa maneira de avançar, diz Tomoko Yokoi. “Os projetos digitais geralmente começam como esquemas piloto antes de serem aplicados a toda a empresa”, afirma. “Construir um centro de excelência que direcione e dimensione esses projetos pode funcionar bem.”

Um erro que algumas organizações cometem é confiar demais no departamento de TI. “Houve um momento em que TI tomava todas as decisões tecnológicas, mas com IA e automação, o processo de adoção precisa ser muito mais colaborativo”, argumenta Lebel. “Os líderes de negócios de várias funções precisam trabalhar juntos para identificar casos de uso e possíveis soluções.”

Também será importante monitorar os resultados com atenção. As empresas devem ajudar seus clientes a mapear o valor que podem esperar de novas tecnologias, com métricas claras para medir o progresso em relação a essa trajetória planejada. O segredo é responsabilizar os líderes de projeto e fornecedores terceirizados, projetos que oferecem baixos retornos sobre o investimento prejudicarão a confiança em mais transformações.



Os colaboradores querem mais IA no local de trabalho²

81%

dos colaboradores acham que a IA melhora seu desempenho geral no trabalho

89%

dos colaboradores acham que a IA poderia ajudar com pelo menos metade de sua carga de trabalho

51%

dos colaboradores acham que a IA pode lhes ajudar a alcançar melhor equilíbrio entre trabalho e vida pessoal

Não tenha medo de ser curioso

Por fim, embora seja importante não ser exagerado em relação às tecnologias emergentes, novos avanços também não devem ser ignorados. Diz Lebel: “A IA generativa é uma tecnologia que vai acelerar rapidamente, possivelmente ainda mais do que queremos, dadas algumas considerações éticas e de segurança.” Nesse caso, os líderes de negócios precisam estar curiosos sobre o que pode ser possível e como gerenciar tudo isso.

“A adoção da tecnologia precisa ser cuidadosa.”

Tim Lebel, vice-presidente e líder de produtos de gastos da SAP Concur

Pesquisas da KPMG ressaltam a questão. Uma [pesquisa](#) recente da consultoria identificou que 65% dos líderes de negócios esperam que a IA generativa tenha impacto significativo em suas organizações nos próximos três a cinco anos, e metade deles acredita que a confiança em suas empresas poderia ser prejudicada.

As empresas precisam prosseguir com cautela, adotando as possibilidades dessa tecnologia emergente e, ao mesmo tempo, implementando proteções. “Estabelecemos um conselho de ética em 2022 porque queríamos que os clientes entendessem que estamos lhes protegendo”, diz Lebel. O futuro da IA é empolgante, ele acredita, mas a adoção da tecnologia precisa ser criteriosa.

Transparência é importante³

Porcentagem de consumidores que concordam com:

74%

As marcas devem ser transparentes no uso de conteúdo gerado por IA

75%

Os clientes devem ser notificados se não forem atendidos por uma pessoa real

67%

A IA não deve fingir ser humana ou agir como se tivesse personalidade