

OPINIÃO

Amígdala: por que ela pode impedir a inovação?

Ronaldo Fernandes da Silva (*)

“Aqui, isso não funciona”. “Sempre fizemos assim”.

“Não é minha responsabilidade”. “Conheço alguém que tentou e foi demitido”.

É bem provável que você já tenha ouvido essas e muitas outras frases na sua empresa. Elas trabalham a favor do que chamo de sistema imunológico empresarial. E, infelizmente, a grande maioria das empresas tem um sistema forte e robusto, que zela para que tudo continue como sempre foi. E a chave para essa questão pode ser a amígdala.

É possível que você esteja dizendo: “não tenho esse problema, já que retirei a amígdala ainda na infância”. Calma. Não estamos falando dessa amígdala, que fica na garganta, mas sim da que fica no seu cérebro e é responsável, entre outras funções, por regular as nossas emoções e comportamentos sociais. E ela tem um papel fundamental para nos alertar de que algo pode nos colocar em perigo.

É por causa dessa amígdala que tendemos a prestar muito mais atenção em notícias ruins, já que elas podem representar algum risco à nossa própria sobrevivência. Ou seja, a amígdala é, provavelmente, uma das maiores responsáveis pela perpetuação da nossa espécie. Temos que considerar que ela tem o seu valor.

No entanto, por mais que tenha um papel essencial, é necessário destacar que ela também tem um aspecto bastante negativo, em especial no que tange à inovação. Como zela pela preservação e manutenção do status quo, a amígdala tende a nos levar sempre a tomar medidas mais cautelosas e já conhecidas, a fim de nos mantermos em ambientes seguros.

O problema é que a inovação demanda um comportamento exatamente oposto, que nos estimule ao risco e à ameaça. Então, combater esses comportamentos protetivos é fundamental para quem deseja inovar na essência. Precisamos então desconstruir velhos métodos mentais - que nos levam sempre à lei do menor esforço - para buscar o novo. A boa notícia é que nosso cérebro é muito mais inteligente do que nós mesmos podemos imaginar.

No passado, os cientistas achavam que esse era um órgão que se mantinha intacto ao longo de toda a nossa vida. Foi só nos anos 1970 que se descobriu a neuroplasticidade. Ou seja, nosso cérebro é plástico, podendo ser moldado por

meio de estímulos. Em outras palavras, ele funciona como um músculo, podendo ficar muito forte e sarado - desde que seja estimulado.

Sendo assim, precisamos de doses diárias de estímulos. O professor emérito da Universidade da Califórnia, Michael Merzenich, defende que é possível, ao longo de toda a vida, criar novos circuitos e conexões neuronais em resposta a estímulos e experiências, o que resulta em mudanças funcionais. Nas décadas de 1970 e 1980, por meio de experimentos com animais, Merzenich demonstrou que os circuitos neuronais e as sinapses se modificam rapidamente de acordo com a atividade praticada.

Segundo ele, o cérebro foi construído para mudar de acordo com as experiências vivenciadas e a forma como é usado. Quando trabalhamos para aprimorar uma habilidade, ocorre uma mudança na “fiação cerebral” (nas sinapses ou conexões neuronais). Assim, quando o cérebro é exercitado, alteramos todo o seu funcionamento, seu suprimento de sangue e de energia, bem como a força de suas operações.

Portanto, não apenas melhoramos uma habilidade em si, mas todo o maquinário cerebral. Entre as atividades que mais turbinam o cérebro estão as novas aprendizagens, as mudanças de comportamento, aprender a tocar um instrumento musical, um novo idioma, mudar de emprego e até mudar rotas. Ou seja, tudo o que nos tira do “piloto automático”.

Então, a partir de agora, toda vez que você se sentir desconfortável, fora de sua zona de acomodação, lembre-se que você está, na verdade, trabalhando a favor do seu cérebro. Quanto mais você se desafiar, correr riscos e estiver apto a ressignificar possíveis erros, mais inovação será capaz de gerar. E por mais aterrorizante que tudo isso possa parecer no início, logo você descobrirá que o processo será exatamente o mesmo de quando começa a frequentar uma academia: dói muito, mas com uma boa dose de persistência, você logo pega gosto.

Assim, a amígdala deixa de ser a protagonista e se torna uma coadjuvante que só entra em ação quando for realmente necessário. Como nos músculos, os resultados costumam aparecer em pouco tempo. E como valem a pena!

(*) - É sócia-fundadora da Palas, consultoria pioneira na implementação da ISO 56.002, de gestão da inovação (www.gestaopalas.com.br).

O impacto da tecnologia nos bancos durante a pandemia da COVID-19

Já faz um tempo que o comportamento das pessoas para consultas e transações financeiras passou a ser digital. De acordo com recente pesquisa da FEBRABAN relacionada ao comportamento financeiro em 2019, o orçamento total que o segmento de tecnologia obteve dos bancos foi de R\$ 24,6 bilhões, 24% maior do que os R\$ 19,8 bilhões registrados em 2018.

Reginaldo Santos (*)

Agora com a pandemia global da COVID-19 uma série de adaptações tecnológicas tornaram-se necessárias para que o setor bancário continue a operar de forma cada vez mais digital. Mas, qual é o verdadeiro impacto da tecnologia nos bancos neste momento tão delicado?

Antes de mais nada, é importante contextualizar e relembrar as iniciativas realizadas pelos bancos neste momento. No que diz respeito aos negócios, as primeiras medidas adotadas foram a criação de linhas de crédito e a prorrogação/renegociação dos contratos vigentes. O impacto recessivo da COVID-19 sobre a economia reduz a inflação e torna o ambiente cada vez mais propício à queda das taxas de juros, cuja tendência de declínio já se apresentava desde antes da crise. Outro aspecto a ser considerado é que, embora tenha havido um crescimento da abertura de novas contas bancárias, grande parte desses clientes não tem perfil de consumo de outros produtos bancários. Logicamente, os bancos terão que tentar capitalizar e fidelizar estes clientes. Desta forma, é necessário que estejam preparados para lidar com este cenário e todas essas questões, especialmente para o risco de perdas, uma vez que inevitavelmente ocorrerão inadimplências.

A resposta para o enfrentamento desta situação passa cada vez mais pela tecnologia, pela digitalização de tudo o que envolve a atividade bancária. Em relação ao atendimento, é extremamente necessário educar o comportamento dos clientes durante o período da crise, ensinando-os e incentivando-os a poupar, direcionando-os para as linhas mais interessantes, entre outros.

No campo dos produtos tornou-se ainda mais importante acelerar o que já estava sendo feito para operacionalizar as vendas e os serviços digitais. De fato, existem bancos mais maduros e outros menos, porém, o caminho do digital foi obrigatoriamente acelerado neste momento. Há questões bem específicas a serem tratadas, como por exemplo, os refinanciamentos que, neste momento, apresentam-se como cruciais. Existem necessidades relacionadas ainda a ajustes no modelo operacional e ao controle de custos, já que investir em soluções que sobreviverão após a pandemia e que continuarão interessantes é sempre o caminho mais estratégico.

Atendimento ao cliente X tecnologia nos bancos

A multiplicação dos canais digitais



Reginaldo Santos



Freepik

de atendimento é uma solução já existente, mas deve ser aprimorada. Hoje, diversos bancos já utilizam tecnologias mais avançadas como inteligência artificial e chatbots, para minimizar a necessidade de interação com os atendentes. Os bancos que já nasceram digitais estavam com toda a plataforma tecnológica preparada para o atendimento não presencial. Alguns bancos tradicionais, no entanto, por conta da pandemia tiveram que acelerar a corrida por mudanças em sistemas e procedimentos, inclusive com a reconstrução de suas plataformas de internet banking e mobile banking.

O aumento da demanda por canais digitais reforçou a necessidade do segmento bancário em ampliar e aprimorar os seus recursos, com a implementação de novas tecnologias. A multicanalidade, por exemplo, consiste em oferecer várias formas de acessar os produtos, por meio de canais diferentes. Já o conceito omnichannel, representa oferecer uma ótima experiência ao cliente independentemente do canal pelo qual o cliente entrou e uma resposta padronizada e satisfatória. Além disso, há a continuidade do atendimento. Para o omnichannel, ainda há um caminho a ser perseguido e este é mais um processo no qual os bancos que já nasceram digitais possuem vantagem frente aos bancos tradicionais.

O open banking é outro conceito, mais do que nunca, importante, já que permite que as pessoas levem seus históricos de relacionamento com uma determinada instituição financeira para outra, democratizando o segmento e permitindo uma maior competição no setor. Ou seja, o usuário final terá acesso às suas informações financeiras para compartilhar com a instituição financeira que desejar e com isso buscar melhores taxas e preços, com liberdade ao cliente de diversificar o ambiente e alinhar os serviços financeiros de acordo com os seus interesses.

Desafios da tecnologia nos bancos

É fato que hoje, não ser digital não é uma opção. A digitalização para atender aos clientes é importante e necessária. O desafio é quebrar a mentalidade tradicional, mesmo em um banco que já nasceu 100% digital e entender qual é a real necessidade do cliente. Um exemplo, é a abertura de conta. Muitas vezes, é irrelevante para o cliente se existem ou não pessoas e processos por trás, se ao final ele conseguir abrir sua conta virtualmente. Sendo assim, um processo que ainda não é 100% digital atinge essa necessidade do cliente. Porém, quando

olhamos internamente, este banco gastou muito mais do que um banco completamente digital. A pandemia evidenciou que as instituições que estavam mais avançadas nesse processo encontram-se em uma posição mais vantajosa.

Pagamentos instantâneos e open banking

Recentemente, o Banco Central anunciou que o sistema de pagamentos instantâneos (PIX), será gratuito para pessoas físicas. Segundo o BC, o baixo custo para o consumidor é uma questão central do PIX, já que a iniciativa se propõe a ser um meio de pagamento acessível para quem paga e para quem recebe, além de permitir um funcionamento 24x7, simples e sem burocracia. O PIX promete transações seguras com período de liquidação de poucos segundos, sem restrições de datas ou horários. É uma iniciativa que vem ganhando força em outros países e proporciona assim, um ambiente disruptivo e novo no Brasil. O PIX veio para trazer uma experiência mais rápida para o consumidor já que a movimentação financeira é instantânea, diferentemente de uma TED, em que você tem um tempo para a compensação.

Considerando o PIX e o open banking, onde os dados passam a estar disponíveis, está mais fácil criar um negócio novo hoje no setor financeiro do que há dois anos, por exemplo. O PIX e o open banking permitirão a inclusão de mais pessoas nesse universo financeiro, sendo uma excelente oportunidade para oferecer serviços diferenciados. Até 2010, o mercado financeiro no Brasil era fechado e reduzido a um pequeno número de instituições. Após essa abertura, empresas focaram em inovação e apostaram em tecnologia para criação de produtos e soluções para as Instituições de Pagamentos-IP. Embora sejam muito semelhantes aos bancos tradicionais, especializados em intermediar o dinheiro investido e empréstimos, as IPs viabilizam serviços de pagamento e cobrança e movimentação de recursos, diferenciados dos bancos.

Por todos estes aspectos mencionados, o forte impacto da COVID-19 no setor bancário acentuou ainda mais a busca por soluções tecnológicas. O desafio imposto pela pandemia escancarou a importância e a urgência em investir em tecnologias que mantenham e promovam a relevância das instituições financeiras.

(*) É Diretor Executivo da Provider IT, uma das principais consultorias e provedoras de serviços de TI do país.

News @TI

Pós-Graduação em Engenharia Urbana da UFSCar abre inscrições em seleção para mestrado

Programa de Pós-Graduação em Engenharia Urbana (PPGEU) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) está com inscrições abertas até 13 de agosto no processo seletivo para ingresso em seu curso de mestrado em 2021. As vagas são distribuídas nas áreas de Urbanismo, Saneamento e Geotecnia. Todas as informações sobre inscrições, documentos necessários e etapas da seleção devem ser conferidas no edital, disponível no site do PPGEU (em www.ppgeu.ufscar.br). O PPGEU, criado em 1994, foi um dos primeiros programas no Brasil com abordagem de pesquisa em sistemas de Engenharia aplicáveis no território urbanizado.

Empresas & Negócios José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Publisher: Lillian Mancuso (lilian@netjen.com.br)

Editorias
Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioalph.com.br);
Comercial: Tatiana Sapateiro - tatiana@netjen.com.br
Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; Edição Eletrônica: Ricardo Souza.
Revisão: Maria Cecília Camargo; Serviço Informativo: Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

Jornal Empresas & Negócios Ltda
Administração, Publicidade e Redação: Rua Vergueiro, 2949 - 11º andar - cj. 111 - Vila Mariana - Cep: 04101-300. Tel. 3043-4171 / 3106-4171 - E-mail: (netjen@netjen.com.br) - Site: (www.netjen.com.br).
CNPJ: 05.687.343/0001-90 - JUCESP, Nire:35218211731 (6/6/2003) - Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.

Colaboradores: Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro.

ISSN 2595-8410

RIO DE JANEIRO: J.C. REPRESENTAÇÕES E PUBLICIDADES EIRELI
Av. Rio Branco, 173 / 602 e 603 - Centro - Rio de Janeiro - CEP 20040-007
Tel. (21) 2262-7469 - CNPJ 30.868.129/0001-87