

Cinco formas como a IA está revolucionando as cadeias de suprimentos

A ascensão da Inteligência Artificial (IA) está mudando a forma como as empresas gerenciam suas cadeias de suprimentos, sendo essencial para a transformação inovadora da operação logística

Um estudo recente do The Economist revelou que a IA está ajudando empresas a tomar decisões mais rápidas, inteligentes e enxutas devido ao impacto econômico impressionante que teve em comparação a qualquer outra aplicação de tecnologia.

A IA está afetando atualmente um número maior de empresas, que estão buscando maneiras de usar o aprendizado de máquina para melhorar a execução de suas fábricas e depósitos.

Velocidade na tomada de decisões, redução do tempo de ciclo, eficiência operacional e melhoria contínua se tornaram as forças motrizes por trás de uma nova era na logística da cadeia de suprimentos. A seguir, listo cinco mudanças fundamentais ocasionadas pelo impacto da IA no setor de logística:

1) Abordagem proativa

- Tradicionalmente, as cadeias de suprimentos têm sido reativas, respondendo a interrupções conforme elas ocorrem. A IA permite uma abordagem proativa ao antecipar problemas potenciais e tomar medidas preventivas.

2) Melhores tomadas de decisões

- Outra importante mudança que podemos perceber. A IA capacita a tomada de decisão baseada em dados. Ao analisar grandes quantidades de informações, a IA fornece insights que um analista pode não

Antonio Wroblewski (*)

perceber, levando a escolhas mais informadas e otimizadas.

3) Automação - Outra vantagem da IA refere-se à automação de tarefas repetitivas em toda a cadeia de suprimentos, reduzindo erros humanos e liberando pessoal para focar em atividades de nível mais alto. Isso pode incluir robôs de depósito, planejamento automatizado de rotas e chatbots com tecnologia de IA para atendimento ao cliente.

4) Maior visibilidade

- As plataformas de IA também podem conectar diferentes partes da cadeia de suprimentos, fornecendo visibilidade em tempo real e permitindo melhor colaboração entre fornecedores, fabricantes, distribuidores e varejistas.

5) Customização

- Por fim, a IA pode ser usada para personalizar e customizar a cadeia de suprimentos para atender às demandas específicas do cliente. Isso permite tempos de resposta mais rápidos para tendências de mercado em mudança e preferências do cliente.

Com a revolução que a IA está trazendo ao mercado de supply chain, as empresas precisam estar preparadas para seguir em direção a um futuro de maior eficiência, melhor tomada de decisão e excelência operacional.

É, portanto, mais do que necessário investir em IA e outras tecnologias digitais. Quem não fizer a lição de casa, vai ficar para trás. E lá na frente, o preço para correr atrás do prejuízo, literalmente, sairá muito caro.

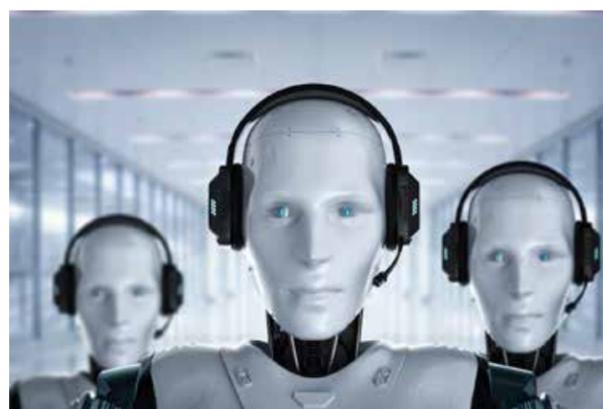
(*) - É presidente da BBM Logística (<https://www.bbmllogistica.com.br/>).

João Aquino (*)

Essa tecnologia, que tem a capacidade não só de compreender, mas também de criar conteúdos novos, representa um avanço significativo, especialmente no ambiente de call centers. Há 15 anos, o cenário dos Business Process Outsourcing (BPOs) era quase inteiramente dominado pela comunicação por voz.

Com a popularização da internet e o lançamento dos smartphones, teve início a transição para um modelo multicanal. O call center tornou-se um contact center, atendendo clientes por meio de diversos canais como chat, e-mail e redes sociais. A evolução natural foi o surgimento de abordagens omnichannel, que permitem uma visão 360° das interações com o cliente em uma plataforma unificada.

Nesse contexto, começaram a surgir as primeiras aplicações de IA, como o processamento de linguagem natural (Natural Language Processing - NLP) e o entendimento de linguagem natural (Natural Language Understanding - NLU). Essas tecnologias permitiram que bots identificassem problemas e intenções dos clientes, agilizando o atendimento sem a necessidade de intervenção humana.



Phonima/Photo's Images, CANVA

Com o avanço da IA generativa, que ganhou notoriedade em 2022 com a popularização de modelos como os da OpenAI, surgem novos desafios e oportunidades para o setor de contact center. Para começar, é preciso falar que a ferramenta vai além da simples identificação de intenções: ela é capaz de criar conteúdo, o que pode ser extremamente útil em ambientes onde a base de conhecimento é extensa e técnica.

Entretanto, essa nova tecnologia não deve ser vista como uma ameaça aos atendentes humanos, mas como uma ferramenta que potencializa suas capacidades. O foco deve estar na capacitação dos colaboradores para que eles possam fazer perguntas assertivas à IA e na sua utilização para agilizar tarefas repetitivas e complexas, como a suma-

riação e categorização de atendimentos.

Para facilitar o entendimento, existem três pilares fundamentais para implementação eficaz da IA Generativa:

1) Capacitação dos associados

- A transição de voz para texto exigiu que os atendentes desenvolvessem novas habilidades de comunicação. Agora, com a IA generativa, a capacitação deve se concentrar em ensinar os times a explorar ao máximo o potencial dessa tecnologia. A eficácia da IA depende diretamente da qualidade das interações que os humanos têm com ela.

2) Qualidade da base de conhecimento

- A eficácia da IA generativa está intimamente ligada

à riqueza da base de conhecimento que ela utiliza. Se a biblioteca de dados for limitada ou pobre, as respostas geradas pela IA também serão insatisfatórias. Portanto, é crucial investir na criação de uma base de conhecimento robusta e abrangente.

3) Ética e Segurança

- A implementação deve ser acompanhada de uma rigorosa atenção às questões de ética e segurança. É essencial definir claramente os limites do que a IA pode acessar e gerar, especialmente em relação à proteção de dados sensíveis dos clientes, em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

A IA generativa não é apenas uma tendência, ela é uma ferramenta poderosa que, se bem implementada, pode transformar radicalmente o setor de contact center, potencializando o atendimento e melhorando a experiência do cliente.

Contudo, sua adoção deve ser estratégica, focada na capacitação, na qualidade das informações e na ética, para garantir que a tecnologia seja utilizada de forma eficaz e segura.

(*) - É executivo de TI da Algar Tech CX.

Como a Geração Z pode organizar suas finanças pessoais?

Começar a organização das finanças pessoais não é um processo fácil, independentemente da idade. Porém, pode ser especialmente desafiador para os jovens, que enfrentam uma vastidão de ofertas supostamente imperdíveis, desde produtos e serviços até experiências. A tentação de seguir as tendências do momento é forte e atinge milhões de pessoas, especialmente integrantes da Geração Z, que possuem de 13 a 27 anos.

Diante de um cenário constante de endividamento das famílias e juros altos no Brasil, o especialista em finanças pessoais, João Victorino, professor de MBA do Ibmec e especialista em finanças pessoais, explica ser comum que esses jovens, ao conseguirem um trabalho e melhorarem suas condições financeiras - mesmo que ainda não sejam totalmente independentes -, sintam a vontade de gastar boa parte do salário comprando coisas de seu interesse.

Isso é válido e pode ser feito, porém, desde que seja com sabedoria e com um bom controle financeiro. Segundo João, é fácil se deixar levar por hábitos consumistas. "Vivemos em um mundo onde o acesso rápido a tudo pela internet é uma realidade. Essa agilidade pode ser positiva, já que nos permite obter informações a qualquer momento, mas também tem seu lado negativo.

A Geração Z, por exemplo, é bastante ativa nas redes sociais e, às vezes, passa a querer determinado produto cuja existência era desconhecida há

poucos minutos, desembolsando altas quantias para adquiri-lo sem maiores reflexões. Isso pode trazer sérias consequências para as finanças pessoais".

Dados de um estudo realizado em 2024 pela CNDL e pelo SPC Brasil em parceria com o Sebrae, apontam que 47% das pessoas da Geração Z que foram entrevistadas não realizam o controle das finanças pessoais. Entre as justificativas, estão: não saber fazer (19%), sentir preguiça (18%), não ter hábito ou disciplina (18%) ou não ter rendimentos (16%).

O especialista demonstra preocupação com esses dados, pois considera a organização das finanças pessoais como fundamental para garantir uma vida financeira mais plena e consciente. Para ele, é essencial que os pais e responsáveis comecem a ensinar os filhos sobre dinheiro desde cedo, respeitando a faixa etária para garantir a compreensão do tema.

Essa atitude vai ajudar as crianças a ampliarem sua consciência e, assim, se tornarem jovens mais interessados em entender e controlar seus gastos. João ressalta que, mesmo diante de eventuais dificuldades, o importante é dar o primeiro passo. "Um planejamento financeiro não nasce da noite para o dia, é necessário ter dedicação para mantê-lo organizado e atualizado, vivendo na sua vida real o que você escreve no papel.

No entanto, saber o valor do seu dinheiro, quanto você gasta ou deixa de gastar, quanto você pode econo-

mizar, entre tantos outros fatores, vai te trazer uma enorme liberdade e uma melhor relação com as finanças", pontua. De acordo com o especialista, se a pessoa realmente conseguir criar o hábito de fazer um orçamento e de ter um controle formalizado, terá grandes chances de alcançar a chamada 'felicidade financeira'.

O primeiro passo desse orçamento é saber exatamente o quanto se ganha e o quanto se gasta, pois é o principal para manter-se no caminho de uma vida financeira equilibrada. Neste sentido, João Victorino, elencou mais duas dicas para ajudar a Geração Z com as finanças pessoais:

- Em primeiro lugar, estabeleça metas financeiras de curto e longo prazo, como poupar para uma viagem ou investir em um curso, e direcione parte de sua renda para essas metas. Para ajudar a atingir estas metas, automatize seus investimentos, transforme o valor que você deseja guardar em um formato que você nem percebe que está separando e guardando - e sempre na mesma data que você recebe seu salário, honorários, pró-labore, etc.

- Por fim, antes de qualquer compra, faça a si mesmo três perguntas: 'Eu realmente preciso disso? Eu realmente quero? Eu realmente posso comprar este produto ou serviço?'. Essa reflexão ajudará a evitar gastos desnecessários e manter um equilíbrio saudável nas finanças. - Fonte e outras informações: (<https://ahoradodinheiro.com.br/>).

