

A revolução da economia das máquinas e o futuro do trabalho

Fábio Seixas (*)

A ideia de uma economia onde as máquinas não apenas cumprem tarefas, mas também tomam decisões autônomas está rapidamente se tornando uma realidade tangível

Conhecida como Machine Economy (ME) - ou economia das máquinas - esse conceito sugere um futuro onde a inteligência artificial (IA) e outras tecnologias, como a Internet das Coisas (IoT) e o blockchain, moldam a forma como produtos e serviços são criados, distribuídos e consumidos.

Em vez de simplesmente atuarem como ferramentas, as máquinas começarão a operar como agentes econômicos, tomando decisões e até mesmo negociando entre si, realizando transações sem a necessidade de intervenção humana direta.

O cenário da Machine Economy compartilha uma característica em comum com a Creators Economy - ou economia do criador -, um ecossistema emergente que permitiu que influenciadores e criadores de conteúdo monetizassem produções e audiências diretamente, por meio de plataformas digitais.

No entanto, enquanto a Creators Economy é centrada em seres humanos que criam conteúdo e engajam com os públicos, a Machine Economy será dominada por sistemas inteligentes que não apenas realizam tarefas, mas também criam valor e interagem.

O potencial de transformação trazido por essa economia é imenso. A eficiência, por exemplo, se tornará um dos pilares. Máquinas e dispositivos inteligentes poderão operar sem descanso, corrigindo erros e melhorando continuamente os processos, de maneira que seria impossível para os seres humanos acompanharem em tempo real.

Desde a produção de bens até a entrega de serviços, as empresas poderão se beneficiar de uma produtividade elevada e uma redução significativa nas falhas, o que trará uma revolução na forma como as operações são pensadas no mundo dos negócios. Além disso, a ME promete abrir novas oportunidades. Empresas poderão criar produtos e serviços totalmente novos, com um grau de automação e customização impensáveis em mercados tradicionais.

Por exemplo, máquinas poderão negociar entre si

a compra de insumos de produção, e carros autônomos poderão coordenar a coleta de passageiros e as rotas de trânsito, tornando as transações mais rápidas, eficientes e menos suscetíveis a fraudes ou erros humanos. Isso impulsionará uma nova onda de inovação, criando nichos de mercado voltados para a automação.

Outro grande benefício é a redução de custos. Ao eliminar intermediários e retirar a manualidade dos processos, as empresas poderão operar de forma mais enxuta, economizando recursos que, de outra forma, seriam consumidos em atividades administrativas e operacionais. A consequência disso será uma redução nos preços finais dos produtos e serviços para os consumidores, criando um ciclo virtuoso de aumento da competitividade e da acessibilidade no mercado.

No entanto, não se pode ignorar os desafios que essa inovação pode trazer. Muitas funções repetitivas e até complexas poderão ser automatizadas, o que pode resultar em uma diminuição das oportunidades em certos setores. Por outro lado, novas profissões e habilidades serão exigidas, especialmente nas áreas de desenvolvimento e gestão de IA, segurança cibernética e manutenção de sistemas autônomos. Assim, a adaptação será fundamental para que a força de trabalho se mantenha relevante e preparada.

A transparência e a segurança também são aspectos cruciais na Machine Economy. O uso do blockchain, uma tecnologia descentralizada que permite transações seguras e auditáveis, terá o papel de garantir que as interações entre máquinas sejam transparentes e confiáveis. Esse modelo fortalece a segurança dos dados e também cria um sistema econômico mais ético e sustentável, pois as partes envolvidas poderão acompanhar, de forma clara e rastreável, cada transação realizada.

O impacto da ME será, portanto, profundo. Não é apenas um avanço técnico, mas uma verdadeira mudança na forma como as economias operam. Por mais que se trate de uma transição gradual, ela pode redefinir as noções de produção, troca e valor no mercado.

O cenário que antes parecia distante, com a capacidade de adaptação por parte das empresas, se tornará cada vez mais palpável.

(*) - É CEO da Softo (<https://sof.to/pt-BR>).

Produto e negócio: como integrar estratégias para maximizar resultados

Na era digital, a transformação das empresas B2B vai muito além da simples implementação de novas tecnologias. Trata-se de uma revolução na forma como elas operam e geram valor

Para João Zancelo, Head de Produto e Marketing e cofundador da BossaBox, startup que aloca e gerencia squads para grandes organizações e scale-ups, a integração entre estratégias de produto e negócio é fundamental para garantir o sucesso a longo prazo.

Neste contexto, líderes de produto enfrentam o desafio de alinhar suas iniciativas com os objetivos corporativos, criando sinergias que impulsionam a inovação e a eficiência operacional.

“O trabalho conjunto entre as equipes de Produto e Negócio não só otimiza recursos, mas também posiciona as companhias de forma competitiva em um mercado em constante evolução. Essa coesão atende não apenas às demandas, mas também contribui para o aumento da receita, eficiência ope-



racional e a promoção da inovação contínua”, explica o especialista.

No passado, a estratégia de produto se concentrava principalmente na gestão de projetos e na entrega de soluções, muitas vezes operando de forma isolada dentro das empresas. “Embora as interações existissem, eram frequentemente superficiais e qualitativas. Para resolver esse cenário, houve um

esforço significativo para integrar os processos de planejamento, especialmente dentro das unidades de negócio (BUs)”, relembra João.

“Hoje, é cada vez mais comum ver equipes de Produto e Negócios atuando de maneira colaborativa, com objetivos claros e alinhados, baseados nas áreas de impacto de cada equipe, e a BossaBox vem trabalhando muito para defender essa

iniciativa”, pontua. Sabendo desses benefícios para o negócio, João revela algumas estratégias recomendadas para organizações e líderes de produto:

“Todos os membros da organização precisam estar alinhados com os objetivos estratégicos da companhia, principalmente os de produto. Estabelecer a priorização baseada em ROI (retorno sobre investimento) é importante, mas é preciso também conectar as métricas de produto a outras métricas de negócio para avaliar o sucesso real das iniciativas.

Esse alinhamento permite que o roadmap de produto vá além de uma simples lista de entregas, funcionando como uma estratégia sólida para promover crescimento e resultados relevantes”, conclui o cofundador da BossaBox. - Fonte e outras informações: (<https://bossabox.com/>).

IA deve reduzir burocracia no segmento financeiro

Com a Inteligência Artificial ganhando força no mercado global e pretendendo movimentar cerca de US\$ 733 bilhões até 2027, de acordo com Grand Review Research, o segmento financeiro caminha para um cenário cada vez mais positivo.

Isso porque 78% das instituições bancárias ao redor do mundo já utilizam a tecnologia, segundo a IBM. Já um estudo da Accenture vai além: a solução deve englobar mais de 60% das tarefas diárias dos profissionais de banco, aumentando a produtividade em 30% nos próximos anos.

Segundo Igor Castroviejo, country manager da Idatapipe, plataforma de consumer insights baseada em Inteligência Artificial, a principal atuação da tecnologia está na automação de tarefas repetitivas, que acabam atrapalhando a rotina dos colaboradores.

“Funcionários de banco, no geral, precisam avaliar muitas papeladas, principalmente nos casos relativos a crédito, como empréstimos e financiamento. Dessa maneira, dependendo do dia, o foco deles acaba sendo totalmente em questões burocráticas que não trazem resultados efetivos para a instituição”, explica.

Um estudo da Unico corrobora a fala de Castroviejo. Segundo o levantamento, 93% dos brasileiros consideram os bancos e as fintechs como os campeões de burocracia digital, com 36% dos entrevistados alegando já terem desistido de acessar crédito por conta do excesso de documentos solicitados.

Além disso, pesquisa da Deloitte aponta que 96% das instituições bancárias já possuem tecnologias de IA, sendo a automação robótica de processos e a inteligência cognitiva umas das maiores aplicações. Dessa maneira, a tecnologia vem para mudar o horizonte e proporcionar resultados mais efetivos.



“Por meio da utilização dessa solução em conjunto com Machine Learning, as instituições bancárias conseguem fazer uma avaliação em diversos documentos de uma só vez, já que o sistema é capaz de aprender padrões e realizar uma leitura mais dedicada. Com isso, os profissionais humanos conseguem otimizar seu tempo e se dedicar a tarefas mais frutíferas, deixando apenas trabalhos mais operacionais a cargo da IA”, explica Castroviejo.

Para se ter uma ideia, um estudo da Cinnecta mostra que 50% das instituições financeiras brasileiras utilizam IA em seus procedimentos de crédito, sendo que todas apontam rapidez e personalização de produtos como as principais vantagens da tecnologia.

“Esse tipo de solução veio para somar com o mercado financeiro, tornando o acesso a produtos e serviços mais democrático e permitindo que mais pessoas acessem benefícios outrora limitados a uma pequena parcela da população”, finaliza Castroviejo.

Cinco motivos para as empresas investirem em logística reversa

Segundo um levantamento realizado pela Allied Market Research, o mercado de logística reversa foi avaliado em aproximadamente 635 bilhões de dólares globalmente em 2022, e a previsão é que ele cresça entre 5% a 7% ao ano até 2030. Esse crescimento é impulsionado pela pressão para que empresas reduzam o impacto ambiental e adotem práticas de economia circular.

Investir em logística reversa é fundamental para empresas e para o meio ambiente, pois contribui para a sustentabilidade, a economia circular e a redução de resíduos, além de ser uma estratégia que melhora a imagem da marca e, ao mesmo tempo, reduz custos operacionais.

Com essa perspectiva, Saville Alves, Líder de Negócios da SOLOS, startup de impacto socioambiental que desenvolve soluções inteligentes de economia circular, elenca cinco motivos para investir em logística reversa. Confira:

- 1) Sustentabilidade e redução de custos** - Adotar essa prática facilita o reaproveitamento de materiais e componentes, permitindo que eles sejam reciclados ou reutilizados em novos produtos. Isso reduz custos com matérias-primas, energia e descarte de resíduos, diminuindo o impacto ambiental da extração e produção de recursos, levando a uma redução geral nas despesas da empresa.
- 2) Fortalecimento e valorização da imagem da marca** - Os consumidores estão cada vez mais atentos às práticas sustentáveis das empresas e preferem marcas que se comprometam com o meio ambiente. Ao investir em logística reversa, as organizações melhoram a sua reputação, conquistam a lealdade dos clientes e passam a ter um diferencial no mercado.
- 3) Vantagem competitiva** - Ao demonstrar um compromisso claro com a sustentabilidade, a marca

possui maior probabilidade de atrair investidores interessados em práticas ambientais, sociais e de governança (ESG).

- 4) Contribui com a Economia Circular** - A logística reversa é um dos pilares da economia circular e, ao investir nessa prática, as empresas reduzem o impacto ambiental, evitam o descarte excessivo e contribuem para um futuro mais sustentável, alinhando-se com as metas de neutralidade de carbono e zero resíduos.
- 5) Cumpre com as legislações do país** - Investir em logística reversa ajuda a estar em conformidade com as leis estabelecidas no Brasil, em especial a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), que incentiva ou exige que as empresas recolham as embalagens dos produtos após o uso. - Fonte e mais informações: (<https://www.alimentesolos.com.br/>).