



BackOffice Inteligente: O próximo salto estratégico das empresas na era da IA

Marco Silva e Silva (*)

Nos bastidores silenciosos das corporações, longe dos holofotes do atendimento ao cliente ou das metas comerciais, mora um dos maiores potenciais de transformação da era digital: o BackOffice. É lá que departamentos jurídicos, áreas de RH, folha de pagamento, compras, marketing, TI, finanças, logística etc., operam em um ritmo muitas vezes ainda manual, em silos e baseado em e-mails, planilhas e burocracias que custam tempo, dinheiro e oportunidades. Mas esse cenário está mudando – e rápido.

Pensemos em algo que ainda persiste, em maior ou menor grau, para qualquer executivo: processos manuais intermináveis, comunicação fragmentada por e-mails, planilhas desconectadas e uma necessidade constante de recursos humanos para executar tarefas repetitivas. Esta realidade, além de custosa, representa um obstáculo significativo para a agilidade e competitividade empresarial. A pergunta que se impõe é: como transformar essa engrenagem complexa em um sistema inteligente, automatizado e estratégico?

A revolução silenciosa que atravessa os processos administrativos das empresas tem nome: Inteligência Artificial (IA). E mais do que um novo modismo tecnológico, a IA está se tornando um alicerce estrutural para redesenhar fluxos, automatizar tarefas e liberar pessoas para atividades mais analíticas e estratégicas. Na vanguarda desse movimento, uma plataforma se destaca: a ServiceNow.

Tradicionalmente reconhecida por sua atuação em IT Service Management (ITSM), ela deixou de ser uma ferramenta exclusivamente voltada à tecnologia da informação. Hoje, posiciona-se como uma plataforma empresarial completa, apta a gerenciar e integrar fluxos de trabalho que percorrem todas as áreas de uma organização. No ServiceNow, todos esses fluxos podem ser mapeados, interconectados e automatizados, eliminando redundâncias e garantindo que nenhuma etapa seja esquecida.

Pense no onboarding de um novo colaborador: ele transita pelo RH, precisa de aprovação jurídica, acessos de TI, equipamentos, inclusão em folha, integração cultural e mais. A plataforma é capaz de mapear, automatizar e acompanhar esse processo de ponta a ponta, eliminando fricções, reduzindo erros e tornando cada etapa mensurável. Tudo isso com apoio de IA preditiva e generativa, além de agentes inteligentes que aprendem e se adaptam.

Como os especialistas e executivos mais renomados do mercado dizem a plenos pulmões nos últimos meses, o futuro está nos agentes de IA, capazes de lidar com tarefas complexas ao correlacionar dados estruturados e não estruturados em tempo real. Neste sentido, a ServiceNow segue a mesma trilha. Durante o seu principal evento, o Knowledge 2025, a plataforma reforçou seu compromisso em “colocar a IA para trabalhar pelas pessoas”, focando na eficiência de agentes autônomos e colaborativos.

Esses agentes não são apenas scripts automatizados. Eles representam a evolução natural dos sistemas RPA (Robotic Process Automation). Enquanto o RPA tradicional falhava frequentemente ao lidar com dados não estruturados ou mal

estruturados, a IA Generativa foi projetada especificamente para trabalhar com essas informações complexas. Com ela, os agentes ganham em percepção, autonomia, interatividade e reatividade. Sua missão é transformar atividades repetitivas e propensas a erros em operações fluidas, inteligentes e controladas. É aqui que o BackOffice encontra sua redenção: em vez de sobrecarregar equipes com a leitura de planilhas, documentos com diferentes padrões ou o encaminhamento de e-mails, a IA pode ler, interpretar e agir – de forma escalável.

A força da IA no BackOffice já é sentida em setores como o financeiro, onde o ServiceNow auxilia no compliance regulatório e automatiza auditorias internas. No setor de seguros, a plataforma acelera a análise de documentos e sinistros. Em telecomunicações, integra o atendimento ao cliente interno com operações de campo e suporte técnico. Na manufatura, conecta chão de fábrica e gestão administrativa, otimizando recursos. E no setor de saúde, atua na digitalização de prontuários, solicitações jurídicas e triagem de atendimento administrativo. Já no marketing, por exemplo, é possível usar o ServiceNow para automatizar aprovações de campanhas, integrações com o jurídico, liberação de verbas e produção de conteúdo com compliance. Tudo fluindo em um mesmo painel, sem depender de múltiplos sistemas desconectados.

Outros três pontos relevantes para uma transformação do BackOffice através da IA devem ser considerados:

- Mapear completamente os processos existentes, identificando pontos de fricção, redundâncias e oportunidades de automação. Este mapeamento deve considerar não apenas os fluxos de trabalho, mas também os dados que transitam entre diferentes sistemas e departamentos.
- Implementação gradual e baseada em valor, começando com processos de menor complexidade e maior impacto permite que a organização desenvolva competências internas e demonstre resultados tangíveis antes de expandir para áreas mais críticas.
- Investir em treinamento e mudança cultural é tão importante quanto a implementação tecnológica. Os funcionários precisam compreender não apenas como usar as novas ferramentas, mas também como colaborar efetivamente com sistemas de IA.

No passado, o BackOffice era o backstage invisível das organizações. Hoje, com o apoio do ServiceNow e da IA, ele se torna o cérebro operacional que integra, orquestra e acelera o desempenho das empresas, com redução de riscos, controle de processos, eficiência de custos e previsibilidade. À medida que fluxos administrativos se tornam menos manuais, mais inteligentes e autônomos, companhias ganham não apenas em produtividade, mas em resiliência, previsibilidade e capacidade de escalar inovação.

A pergunta agora não é mais “quando” automatizar o BackOffice. A pergunta é: você está pronto para liderar essa transformação na sua organização?

(*) Diretor-executivo da GFT Technologies no Brasil.

Soluções Omnichannel são aliadas na recuperação de crédito

Com muitos anos de experiência ajudando empresas a adotarem novas tecnologias, vi que poucas mudanças foram tão relevantes quanto a adoção de plataformas de comunicação baseadas na nuvem

Hoje, essas soluções deixaram de ser apenas uma modernização da telefonia e se tornaram ferramentas-chave, especialmente na complexa e vital missão de recuperar crédito.

Os números mais recentes são alarmantes. Em abril de 2025, a CNDL (Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas) e o SPC Brasil (Serviço de Proteção ao Crédito) mostraram um recorde preocupante: 70,29 milhões de brasileiros estão negativados — o que representa 43,36% dos adultos do país. Além disso, segundo o Serasa, o total de dívidas de pessoas físicas no Brasil em 2025 chega a R\$ 274 bilhões. Esses dados não são apenas estatísticas. São um sinal claro de alerta para a saúde financeira das empresas e da urgência de se adotar abordagens mais eficientes, personalizadas e tecnológicas na gestão de recebíveis.

Recuperar crédito é, por si só, uma tarefa delicada e dispendiosa. Exige empatia, persistência e, acima de tudo, as ferramentas certas. É aqui que as plataformas de comunicação omnichannel, com destaque para a telefonia em nuvem, se mostram decisivas.

A boa notícia é que o setor financeiro no Brasil tem investido mais em tecnologia. Segundo a Febraban, em 2024, foram cerca de R\$ 47,4 bilhões — 21% a mais que em 2023. Mas a pergunta é: estamos direcionando esses investimentos para as áreas de maior impacto?

A integração de múltiplos canais de comunicação — como WhatsApp, SMS, e-mail, chat, telefonia IP e redes sociais — em uma única plataforma omnichannel transforma a forma de se relacionar com o cliente inadimplente. Ela centraliza as interações e permite que o consumidor escolha como prefere ser atendido. Isso melhora a taxa de resposta e a efetividade da cobrança, ao mesmo tempo que reduz o desgaste nas abordagens.

Veja como uma boa plataforma de atendimento e cobrança em nuvem faz diferença:

Quando a IA conversa, entende e recomenda

Jorge Iglesias (*)

Com evolução da IA, soluções de banking conversacional saem do básico e passam a oferecer recomendações financeiras inteligentes e ações personalizadas em tempo real.

Se por muito tempo o atendimento bancário foi sinônimo de burocracia, filas e uma linguagem distante, hoje o setor financeiro tradicional se transforma com a evolução das tecnologias de inteligência artificial conversacional. E o que antes era apenas um chatbot que respondia perguntas básicas, agora se torna algo muito mais sofisticado: um banco empático.

Enxergamos essa transformação não como tendência, mas como um imperativo de futuro. O que chamamos de banco empático é mais do que uma solução

tecnológica: é um novo modelo de relacionamento entre instituições financeiras e seus clientes, com atendimento mais humano, mais proativo e, acima de tudo, mais relevante para a vida financeira das pessoas.

O banco empático é a evolução do sistema de conversational banking, que já realiza funções básicas como consulta de extrato, transferência de valores ou esclarecimento de dúvidas por meio de linguagem natural. Mas, com os avanços recentes da inteligência artificial essa solução está entrando em outro patamar.

Estamos falando de uma IA que não apenas responde, mas compreende. Que realiza cálculos financeiros em tempo real, sugere ações personalizadas com base no comportamento de uso do cliente e oferece recomendações inteligentes para

ajudar nas decisões do dia a dia, desde a melhor data para pagar uma fatura, melhor condição para a contratação de linhas de crédito, até a indicação de produtos compatíveis com o perfil de risco e objetivos do usuário. Trata-se de um verdadeiro assistente financeiro digital, que fala a língua do cliente e o ajuda a tomar decisões com mais segurança, agilidade e confiança.

O diferencial aqui está na empatia como premissa tecnológica. O banco empático não é intrusivo, mas presente. Ele aprende com cada interação, respeita os dados e o contexto do cliente, e evolui constantemente. O atendimento não depende mais de um clique ou ligação: ele simplesmente acontece, no tempo e no canal certo.

Esse avanço é resultado direto de um compromisso



Comunicação unificada com o cliente

Com soluções omnichannel, todos os pontos de contato são reunidos em uma única interface. O agente pode iniciar um atendimento por WhatsApp, continuar por telefone e finalizar por e-mail — tudo com histórico completo e sem perder o contexto.

Integração com sistemas da empresa

Conectar a central de atendimento ao CRM ou ERP é essencial. Isso permite acesso em tempo real ao histórico do cliente e agiliza decisões, proporcionando uma experiência personalizada e eficiente.

Cobranças automáticas e inteligentes

Discadores automáticos aumentam a produtividade dos agentes. URAs inteligentes oferecem autoatendimento e facilitam negociações. Lembretes automáticos por SMS, e-mail, WhatsApp ou mensagens de voz reduzem o esforço manual e aumentam a taxa de sucesso nas cobranças.

Análise de dados em tempo real

As plataformas em nuvem geram indicadores valiosos, como taxa de contato, melhores horários de abordagem, performance dos agentes e tempo médio de atendimento. Essas informações são a base para otimizar estratégias e reduzir a inadimplência com mais precisão.

Os benefícios dessa abordagem multicanal e em nuvem são claros:

- Redução de custos operacionais, com automação de tarefas repetitivas e centralização das comunicações;
- Eliminação de investimentos pesados em infraestrutura física, graças ao modelo SaaS (software como serviço);
- Melhora significativa da experiência do cliente, que sente-se mais respeitado e acolhido ao poder escolher seu canal preferido;
- Aumento da eficiência operacional, com mais dívidas recuperadas em menos tempo;

Crescimento direto da receita, ao reduzir perdas com inadimplência e melhorar os resultados da área financeira.

Ignorar o potencial das soluções de comunicação omnichannel — com a telefonia em nuvem como base —, em um cenário de inadimplência recorde, não é apenas uma oportunidade desperdiçada. É abrir mão de competitividade. Investir em tecnologia que atua diretamente nos gargalos de receita não é um diferencial: é uma necessidade estratégica.

A hora de agir é agora.

(Fonte: Leandro Motta, COO do Grupo C&M, formado pelas empresas C&M, Vocom e Apago Coffee).

contínuo com inovação tecnológica. Estamos acompanhando em tempo real as evoluções da IA generativa e integrando rapidamente as novas funcionalidades aos nossos sistemas. Com isso, colocamos no mercado uma solução que não apenas acompanha a evolução do comportamento do consumidor digital, mas antecipa suas necessidades.

Acreditamos que o futuro da experiência financeira será conversacional e mais do que isso, será empático. Em um cenário onde confiança, personalização e agilidade são critérios inegociáveis, soluções como o banco empático colocam o ser humano no centro, mesmo em um ambiente 100% digital. A tecnologia de verdade não substitui pessoas, ela as aproxima.

(*) CEO da Topaz, uma das maiores empresas de tecnologia especializada em soluções financeiras digitais do mundo e parte do grupo Stefanini.