

OPINIÃO

Como a IA vem transformando a experiência do consumidor na construção civil?

Wanderson Leite (*)

Quem nunca enfrentou dores de cabeça ao realizar uma obra ou, ao menos, já ouviu relatos de pessoas que passaram por isso?

Empecilhos relacionados a orçamentos, contratação de mão de obra e extensão do prazo estipulado são fatores extremamente comuns na construção civil que prejudicam a experiência do consumidor – mas, que precisam ser revertidos para aumentar a competitividade da empresa e criar um diferencial estratégico para o negócio. Nessa missão, contar com o apoio da inteligência artificial se torna imprescindível.

Por mais que muito ainda precise ser explorado e aproveitado desse recurso, é fato que a IA apresentou um crescimento notório nos últimos anos em vista de seus enormes benefícios proporcionados às empresas de todos os portes e segmentos. Em dados divulgados no estudo Inteligência Artificial na América Latina 2023, como prova disso, 71% das empresas acreditam fortemente no potencial dessa tecnologia para revolucionar os negócios e viabilizar seu crescimento contínuo. E, claro que a construção civil não poderia ficar de fora disso.

Existem muitas formas de aplicar a IA na rotina deste setor, indo desde a captação de dados em tempo real da construção dos canteiros no território, até no apoio em cenários de risco, monitoramento, e muitas outras funcionalidades que permitem uma maior otimização e segurança nos profissionais do segmento. Considerando, especificamente, a melhoria da experiência do consumidor no ramo, um dos maiores usos desta ferramenta está no aspecto financeiro envolvido nas obras.

Até hoje, é muito comum observar enormes dificuldades dos clientes em realizar suas construções com o melhor custo-benefício. Infelizmente, se tornou “normal” ter más experiências em encontrar boas lojas com orçamentos adequados e dentro do prazo estipulado, o que desencadeia um enorme efeito dominó prejudicial ao andamento do projeto.

Afinal, uma simples demora em conseguir fechar um orçamento de qualquer material

eleva os riscos de encarecer a compra final, estendendo ainda mais o tempo previsto para finalização da obra e, conseqüentemente, demandando um maior custo de contratação de mão de obra pelo maior tempo necessário para sua realização. Tudo isso, além de impactar severamente a economia dos consumidores, o que apenas os deixa mais insatisfeitos e com a impressão de que qualquer necessidade de reforma trará experiências ruins. Não à toa, muitos costumam preferir comprar um imóvel “pronto” para evitar esse processo.

Mesmo sendo uma situação muito usual atualmente, o investimento da IA pode ajudar a reverter essa realidade com excelentes resultados. Uma de suas maiores contribuições está, justamente, em servir como uma ponte entre quem precisa construir e quem vende os insumos necessários para isso – estreitando o relacionamento entre as partes e tornando o planejamento da obra muito mais eficiente através da captura de dados em tempo real sobre as empresas do setor.

Na prática, com a ajuda dessa tecnologia, ela conseguirá solicitar as demandas dos consumidores em seus projetos e enviá-los às empresas do setor, de forma que elas mesmas entrem em contato com seu público-alvo com seus orçamentos para facilitar a compra dos materiais precisos. Assim, o próprio cliente terá em mãos um leque muito maior de opções para escolher a que mais esteja dentro de suas condições financeiras, tendo acesso aos melhores preços e prazos do mercado.

O uso da IA irá beneficiar todos os envolvidos da cadeia, permitindo uma maior economia por parte do cliente em sua demanda e uma maior competitividade da empresa em seu ramo, tornando-a mais vista em sua região e permitindo que aumente suas vendas. Ela cada vez mais será um intermediário estratégico para essa relação, assegurando que os consumidores tenham a melhor experiência possível, de forma que as construções e reformas não sejam mais motivos de gerar dores de cabeça.

(*) Fundador do EuConstruindo.com, IA especializada em orçamentos para construção civil; e da Prospecta Obras, empresa de análise de dados especializada em mapeamento de obras.

Airbnb proíbe câmeras de segurança

Preocupado com questões relacionadas à privacidade, o Airbnb anunciou que irá proibir o uso de câmeras de segurança em ambientes internos dos imóveis que anuncia.

Vivaldo José Breternitz (*)

Até agora, o Airbnb permitia que os proprietários dos imóveis mantivessem câmeras de segurança em áreas internas, como corredores e salas de estar, desde que essa informação constasse na página do imóvel. Não eram permitidas câmeras em banheiros e quartos de dormir.

A empresa informou que agora proíbe câmeras de segurança em todos os ambientes internos, e que essa mudança ocorre em função de relatos de hóspedes que encontraram câmeras ocultas nos imóveis que alugaram – é importante ressaltar que a proibição não elimina o problema das câmeras ocultas.

O Airbnb também está introduzindo novas regras para câmeras de segurança externas: os locadores serão obrigados a divulgar



a presença e localização das câmeras externas antes da reserva e não poderão usá-las para monitorar espaços internos, não sendo permitido instalá-las em áreas externas privativas, como chuveiros ou saunas ao ar livre.

As novas regras entram em vigor em 30 de abril. Se um hóspede relatar a presença de uma câmera irregular, o Airbnb investigará e poderá remover o anúncio ou a conta do anunciante de sua plataforma, o que em tese deve trazer-lhe prejuízos.

A privacidade corre cada vez mais perigos!

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor da FATEC SP, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjnitiz@gmail.com.

Especialista traz dicas para uma compra online segura e sem fraudes

O Dia do Consumidor, mundialmente comemorado no dia 15 de março, é marcado por ofertas especiais no mercado de varejo. Os e-commerces por oferecerem, muitas vezes, descontos mais expressivos são uma ótima opção para quem quer aproveitar a data para comprar com preço mais acessível. Para se ter uma ideia, um estudo realizado pela Nuvemshop, que contou com mais de dois mil empresários e empreendedores digitais, mostrou que o Dia do Consumidor foi a segunda data comercial mais utilizada como chamariz de ofertas em 2022, ficando atrás apenas da Black Friday, que acontece em novembro.

Pensando em quem vai aproveitar a data para fazer compras online, Márcio D'Avila, especialista em segurança e identificação digital e DPO da CertiSign, preparou dicas sobre como identificar sites seguros e não cair em possíveis fraudes e ciladas digitais. Entre as sugestões para uma navegação confiável estão:

Cuidado com o phishing

Os ataques de phishing acontecem por meio do envio de promoções. A isca é enviada por e-mail, WhatsApp ou SMS e a mensagem chama a atenção pelo senso de urgência e preços imperdíveis. Ao clicar, a vítima é direcionada a cópias de sites famosos e, na ânsia de aproveitar a promoção, acaba tendo os dados roubados.

Por isso, a dica é: evite clicar em links de promoções, principalmente aqueles que são encurtados, impossibilitando verificar o endereço de direcionamento. Em ataques de phishing, também, é possível observar erros no remetente, na digitação da mensagem e, também, no domínio, no caso, de e-mail. Exemplo: o e-mail é da loja 'João Eletrônicos', mas o e-mail é eletronicos@promo.12.br, desconfie. Para se precaver de golpes, conferir sempre a oferta diretamente no site da loja em questão – sem clicar no link suspeito.



Mensagem e ofertas conferidas? Antes de efetivar a compra é preciso observar se o site é autêntico e seguro. Essa validação ocorre por meio da presença do certificado SSL.

“A maioria dos golpes pode ser identificada observando as informações da transação. Um site seguro apresenta um cadeado na barra do navegador, a letra "S" no HTTP, ficando HTTPS, e o selo de segurança, que geralmente é fixado no rodapé da página. Ao observar esses sinais, clique no cadeado ou no selo e verifique as informações. Se o SSL estiver em nome do site em questão, a loja é autêntica”.

Pagamentos via Pix

Nesta modalidade, o golpe se dá no momento de efetivar a compra, por meio de um QR Code de forma instantânea. É importante ter um antivírus no celular e, ao escanear o código, verificar atentamente todos os dados, como o nome da pessoa/empresa e valor, antes de efetivar a operação. Também é imprescindível observar se o site, para qual você foi direcionado, está protegido pela criptografia de dados

de um certificado SSL emitido, de fato, para a empresa em questão.

Pagamentos por boleto

Nas compras com boleto, no momento de efetivar o pagamento, verifique os dados da empresa antes de efetivar a transação. Não raro, criminosos criam boletos falsos para aplicar golpes financeiros.

Compra pelas redes sociais

Os marketplaces em redes sociais estão cada vez mais ganhando atenção dos consumidores, mas, como em toda compra, é recomendado uma atenção especial. Verifique se aquela página é confiável, se há selo de verificação ou até mesmo um número considerável de seguidores. Atente-se nos comentários de outros usuários e não se iluda por preços muito abaixo do mercado.

“Pesquise antes de comprar, não acredite em preços extremamente atrativos e só efetive sua compra depois de verificar se o site é seguro e a loja autêntica. Seguindo essas dicas o consumidor com certeza terá uma boa experiência”, finaliza D'Avila.

News @TI

Wake leva troféu no Prêmio ABComm 2024

A Wake foi destaque na noite de premiação da 9ª edição do Prêmio ABComm de Inovação Digital, realizado pela Associação Brasileira de Comércio Eletrônico nesta segunda-feira (12) em São Paulo. A Wake competiu de forma simultânea em três categorias e garantiu seu troféu de volta para a casa. Por meio do prêmio Mulheres no E-Commerce, a diretora de marketing, Mariana Tahan, foi contemplada em 2º lugar na categoria “Marketing&Vendas”. A diretora de parcerias, Adriana

Mesquita, também foi finalista, por meio da categoria “Liderança”, já a Ideris, também empresa do grupo, foi finalista na categoria “Fornecedor de Tecnologia para e-commerce” (https://wake.tech/).

Trilha de capacitação online voltada a candidatos a franqueados

O Sebrae e a ABF estão lançando mais uma leva de conteúdos online e gratuitos no Portal da Parceria Sebrae ABF. A segunda

trilha de conteúdos foca nos empreendedores que buscam comprar uma franquia, ou seja, potenciais franqueados. A nova trilha, batizada de “Quero ser um franqueado”, aborda os desafios de iniciar um novo negócio, o papel do empreendedor, como estudar o potencial de mercado, desenvolver um modelo inovador, conhecer profundamente o público-alvo, pesquisar concorrentes, criar diferenciais competitivos e, principalmente, a importância do planejamento (https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/parceriaabf).

ricardosouza@netjen.com.br

Editores

Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.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 Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP: 04128-080

Telefone: (11) 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.