

ARTIGO

Hey! Artigos podem ser enviados para geracaoe@jornaldocomercio.com.br.
Os textos para este espaço devem ter no máximo 2200 caracteres e estarão sujeitos à edição.

Inteligência Artificial está revolucionando as instituições financeiras

A Inteligência Artificial (IA) tem ganhado cada vez mais espaço no setor financeiro, além de ter se tornado uma ferramenta primordial nas operações das empresas. Ao longo dos últimos anos, a solução tecnológica evoluiu exponencialmente, permitindo que as instituições financeiras aprimorassem a automação de processos, aumentassem a segurança nas transações e melhorassem a experiência dos clientes. Desde o uso inicial em sistemas de detecção de fraudes até soluções avançadas de análise de dados, a IA está redefinindo a maneira como o mercado financeiro opera, trazendo agilidade e inovação para o setor.

De acordo com dados da IBM Institute for Business Value

(IBV), 86% das instituições financeiras de todo o mundo estão desenvolvendo ou se preparando para utilizar IA Generativa.

Além disso, um estudo revelou que, em bancos da América Latina, cerca de 31% dos colaboradores utilizam IA para focar no engajamento com os clientes, enquanto 25% aplicam a tecnologia em operações de risco e segurança. Outros 25% a empregam em áreas como marketing, recursos humanos e operações de compras, e 19% utilizam IA para o desenvolvimento da área de TI.

Os benefícios não se restringem apenas à otimização de processos. A IA também está proporcionando uma nova era de personalização no atendimento, permitindo que bancos

e outras instituições financeiras ofereçam soluções sob medida para cada cliente. Isso inclui desde recomendações personalizadas de investimentos até a criação de produtos financeiros adaptados ao perfil e histórico de cada consumidor.

Tecnologias como chatbots avançados e assistentes virtuais já estão transformando o atendimento ao cliente, tornando-o mais rápido e acessível, ao mesmo tempo em que permitem que colaboradores se concentrem em atividades mais complexas e estratégicas. Para se ter uma ideia do crescimento, de acordo com a Pesquisa Febraban de Tecnologia Bancária 2024, realizada pela Deloitte, cerca de 71% dos bancos utilizam chatbot e 54% IA Generativa.



MARCELO MODESTO
CEO e fundador da Avivatec

Apesar dos avanços, o uso da IA nas instituições financeiras também levanta questões sobre segurança e privacidade. Com o aumento da digitalização, o volume de dados pessoais e financeiros circulando em plataformas digitais é cada vez maior, o que

exige uma atenção redobrada às políticas de proteção de dados.

Regulamentações como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil e o GDPR na Europa são fundamentais para garantir que as informações dos clientes estejam protegidas e que as instituições operem dentro de limites éticos. Nesse sentido, um dos maiores desafios para o setor será conciliar inovação com conformidade legal.

Outro fator é a regulação do uso de inteligência artificial. À medida que a tecnologia avança, é necessário que os órgãos reguladores acompanhem essa evolução e estabeleçam diretrizes claras para o seu uso. A falta de uma estrutura regulatória adequada pode limitar o potencial da IA e criar riscos para o sistema financeiro. Com isso, um debate constante sobre ética, segurança e impactos no emprego é fundamental para garantir que os avanços tecnológicos sejam usados de maneira responsável.

BOM SABER

dicas, sugestões, informações



O CEO da Profissionais SA observa que muitos palestrantes, apesar de terem grande conhecimento e capacidade transformadora, não possuem a visibilidade necessária.

Porto Alegre é sede de primeiro reality show de palestrantes

JÚLIA FERNANDES
@eujuliafernandes

O The Best Speak Brasil é o primeiro reality show de palestrantes do Brasil, que busca encontrar novos talentos neste mercado. Promovido pela empresa gaúcha Profissionais SA (PSA) (@profissionaisa) – que está há 12 anos atuando na curadoria e contratação de palestras – o vencedor do programa irá receber R\$ 1 milhão em prêmios, incluindo dinheiro, contratos, cursos e consultorias. Ao fim da seleção, 12 palestrantes irão participar do reality show, que ocorrerá em Porto Alegre e proporcionará uma imersão aos participantes, resultando na escolha de um único vencedor.

“O palestrante vencedor

do The Best Speak Brasil será lançado ao mercado de forma meteórica através da PSA”, afirma Márcio Spagnolo, CEO da empresa e idealizador da iniciativa. Segundo Spagnolo, a ideia é acelerar a carreira desse profissional, apresentando-o a 50 clientes em potencial, facilitando o acesso de grandes empresas ao vencedor.

De acordo com o CEO, para profissionais iniciantes, esse tipo de visibilidade demoraria de cinco a 10 anos para ser alcançada. “O reality nasceu para tirar da sombra pessoas que possuem conteúdo extremamente relevante, mas que, por diversos motivos como perfil pessoal ou falta de habilidades de marketing, não conseguem se promover adequadamente”, explica Márcio.

A seleção inicial será dividida em seis etapas. Na seleção final, haverá 12 categorias: Creator Economy, Negócios e Empreendedorismo, Vendas, Educação, Comunicação e Marketing, Inteligência Artificial e Novas Tecnologias, Motivação, Gestão de Pessoas e Liderança, Saúde Física e Mental, Diversidade e Inclusão, Autoconhecimento e Inovação.

De cada categoria, serão escolhidos 25 palestrantes, somando um total de 300 participantes. Após isso, será realizada uma votação popular, que reduzirá o número de candidatos para 100. No fim, 24 candidatos – dois de cada categoria – participarão da seleção presencial em Porto Alegre.

“Essas pessoas passarão por uma análise criteriosa sobre

perspectiva, inovação, persuasão, adaptabilidade, entre outros critérios, até chegarmos aos 12 finalistas que participarão do reality”, garante.

Márcio observa que muitos palestrantes, apesar de terem grande conhecimento e capacidade transformadora, não possuem a visibilidade necessária para serem identificados pelo mercado corporativo.

“Muitas vezes, esses profissionais são low profile, e não estão na mídia tradicional ou nas redes sociais. Isso faz com que eles fiquem nas sombras, enquanto seu potencial de transformar colaboradores e empresas como um todo não é aproveitado”, enfatiza o CEO, explicando que o reconhecimento de um palestrante pode ocorrer por diferentes caminhos.



Márcio Spagnolo, CEO da PSA