

**Contexto:** Atualmente, as pessoas habituaram-se a ter velocidade e comodidade na utilização de diversos serviços digitais: buscas de informação na internet, transporte em veículos compartilhados, compra de comida e itens pelo smartphone, etc. Dado este contexto, um banco digital precisa oferecer a mesma praticidade através de seus produtos e serviços

**Desafio:** Considerando que você tem todos os dados gerados pela plataforma digital de um banco, além de dados de fontes externas, como aplicaria ciência de dados na criação de algoritmos que ofereçam essa praticidade e agilidade, apoiando os produtos e serviços de um banco digital existentes ou criando novas experiências?

Você deve elaborar uma resposta para o desafio. Pode ser em qualquer formato (texto, vídeo ou apresentação), não tem limite de caracteres, pode usar imagens. É **livre** para você compartilhar sua visão sobre o desafio do projeto.

Eu acho que a pergunta mais plausível seria: Como o banco se destaca da concorrência no meio digital? Acho que essa que é a pergunta que se deve fazer. Outra seria: Como se diferenciar das Fintechs? Ou indo mais além: O que um banco digital precisa ter?

Veja bem, ser digital não se trata apenas de oferecer um aplicativo que seja capaz de facilitar a vida dos clientes nos processos bancários. O buraco é muito mais em baixo. Isso é apenas um dos desafios dos muitos que os bancos têm pela frente. Para o banco funcionar como empresa e poder sobreviver no ambiente digital, ele tem que ser bastante competitivo, traçar estratégias para se destacar da concorrência. Para ter sucesso na inovação tecnológica o banco deve simplificar seus produtos e processos, proporcionando uma experiência mais intuitiva e agradável ao usuário. E não ficar preso as amarras do passado, por isso que muitas Fintechs têm ganhado espaço no mercado, porque os bancos tradicionais evoluem até certo ponto, não acompanham as grandes tendências do mercado e as insatisfações de seus clientes. Por isso e por outros fatores que nascem os concorrentes, para resolver problemas que os tradicionais não resolvem, não querem resolver ou não conseguem. Só para ter ideia da ineficiência dos bancos tradicionais, vou dar um exemplo, de acordo com a Associação Brasileira de Fintechs (ABFintechs) empresas que usam tecnologia de forma intensiva (as chamadas Fintechs) oferecem produtos na área de serviços financeiros de uma forma inovadora, sempre focada (veja bem essa palavra “FOCADA”. Tem peso não tem?), pois bem, continuemos, FOCADA na experiência e necessidade do usuário (“USUÁRIO” essa é outra palavra quem tem peso). Beleza vamos continuar, essas startups tiveram um crescimento rápido, passando de 83 fintechs em 2015 para 553 até maio de 2019. Viu aí? O tamanho da ineficiência dos bancos tradicionais e a grande oportunidade que escancararam para a concorrência. Pois é, provavelmente os bancos tradicionais estavam focados apenas só no lucro não no cliente. Eles esquecerão o principal, que absurdo! Essa que é a GRANDE diferença das Fintechs em relação aos Bancos. Por isso que nascem as Fintechs para resolver problemas que os bancos não conseguem ou que estão em nichos diferentes por ser micro e não macro, aí meu amigo vai perdendo espaço mesmo. Por isso que muitos bancos tradicionais estão correndo meio que retardatariamente, para (re)conquistar clientes. Bom, já é alguma coisa não é mesmo? Antes tarde do que nunca, mas muitos ainda pensam que algoritmos de machine learning, redes neurais e deep learning podem resolver tudo. Engana-se! O que resolve mesmo é FOCAR no USUÁRIO, as técnicas apenas ajudam, mas não fazem milagres. A primeira regra do jogo é focar nos clientes, os ouvir, dialogar com eles, trocar ideias e por aí vai. É essa interação entre banco e cliente que estreita os laços e os clientes acabam não olhando o banco como banco, algo que devem ter medo, mas sim, como

um parceiro. Algo que se possam contar no dia a dia. Bom, já falei muito. Bora responder isso aí.

Afim de atender a nova geração de clientes mais exigentes e conectados, o banco digital tinha que nascer já pronto, tinha que ser um neobanks que nada mais é do que instituições que nascem 100% digital. Quando um banco tradicional resolver se tornar digital ou criar algum ramo digital, nem sempre esse processo se realiza de forma totalmente digital. Algumas instituições ainda possuem processos manuais de aprovação de propostas, por exemplo, mesmo com uma captura digital. Ou seja, vai se adaptando ao longo do processo. Aos trancos e barrancos. Cadê a agilidade nesse processo? Ficou na gaveta, né! Esqueceu lá.

Veja bem, o cliente do banco digital espera que ele seja atrativo e interessante e que possibilite a interação pessoal, para isso faz-se necessário o uso de diversas mídias e canais para realizar transações que antes só eram possíveis de forma presencial. É importante fornecer ao cliente a possibilidade de escolha dos canais com os quais ele queira interagir. Tem que ficar atento a isso. Tem que FOCAR no CLIENTE.

E para combinar dados internos de transações bancárias com dados externos de redes sociais e aplicativos, criando interações e novas formas de informar e aconselhar clientes, antecipando-se aos problemas de forma proativa faz-se necessário o uso de uma poderosa ferramenta do banco digital que é fazer o uso da **computação cognitiva**. Ou seja, quanto mais personalizado for o atendimento oferecido pelo banco, maior vantagem competitiva ele terá. Muitos pensam que ciência de dados é ficar fazendo algoritmo, não é só isso, já tem muita ferramenta por aí que resolvem boa parte dos problemas atuais, a construção de algoritmos é para um problema específico que ainda não tem solução por isso que se cria as ferramentas para que elas possam resolver problemas. Você acha que as fintechs já chegam construindo algoritmos avançadíssimos para resolver problemas do dia a dia? Claro concordo quem diga que sim, de louco a tolo todo mundo tem um pouco. Mas, muitos usam tecnologia já existente no mercado, depois eles vão evoluindo, ou seja, construindo seus próprios algoritmos.

Para otimizar todos os processos bancários com modelos pré-treinados, habilitados cognitivamente e alinhados ao negócio, a **automação de ponta a ponta** é uma boa solução. Uma vez que, o **backoffice cognitivo** é capaz de agilizar os processos, ganhando tempo e produtividade para as empresas. E aliado a isso tem-se a inteligência artificial que consegue aprender e melhorar continuamente para aprimorar ainda mais o desempenho. Ou seja, tudo voltado para a experiência do cliente, é ele que é o padrão, é ele que paga o salário de um monte de gente.

Por isso o **backoffice digital** é um dos desafios do banco digital pois possibilita agilizar as demandas internas e ainda reduzir os custos operacionais. Desse modo, a computação cognitiva aliada ao backoffice que está associado à Inteligência Artificial em seus diferentes aspectos seja ele Aprendizado de Máquina, Processamento de Linguagem Natural, visão computacional ou ainda reconhecimento de voz, serve justamente para apoiar a jornada para unir os dados pessoais e bancários (tipo assim fazer um match) dos clientes e propor uma interação digital inteligente, ganhando tempo e produtividade nos processos que hoje demandam uma interação humana constante para serem realizados. Assim, os bancos podem agilizar as suas atividades, como cadastros de clientes; confirmação de documentação; processamento de contas a pagar e despesas; processamento de folha de pagamento; realizar contabilidade de receita; gestão de contratos de serviços ao cliente: seguros, jurídicos e crédito; gestão de recalls e auditorias de

produtos; avaliação de atendimento e satisfação do cliente; gestão de logística e armazenagem, preciso dizer mais? Não, beleza então coloca ai também “além de outros serviços”. Fechou!

Bom, é isso! Deixa eu voltar minha atenção agora para a continuação da construção da plataforma que estou ajudando a desenvolver sobre vendas de Pitaya, estamos fazendo o match entre produtor e comprador dessa fruta, além de outras é claro. Queremos fazer do café também, no entanto, ele é um pouco mais complicado, por isso resolvemos fazer da Pitaya, com match FOCADO na experiência dos clientes, com cursos online, ebooks e muito mais. Pitaya também é digital. 100% digital, focada no cliente.