



RPA não é remédio para todos os males

Por David Claro

Head de oferta RPA da Solutis



A Indústria 4.0 chegou. Mas, isso não significa que seja um tema novo. Ao contrário, a automação já existe desde o século 18, com

a criação da primeira máquina a vapor. De lá para cá, o uso de robôs tornou-se mais abrangente com o surgimento nas linhas de produção. Com o grande avanço tecnológico e com o uso do RPA (Robotic Process Automation) já é possível ter robôs em atividades de backoffice, dentro dos escritórios, integrando-se com tecnologias de IA (Inteligência Artificial), IoT (Internet das Coisas) e Cloud (Computação em Nuvem).

Essa maior abrangência pode dar ao mercado a falsa impres-

são de que, no futuro, muitas atividades serão exclusivamente realizadas por robôs. Não é bem assim. À medida que se torna realidade, a aplicação do conceito de RPA deixa claro que não se trata do remédio para todos os males da produtividade. Ao contrário, para implementar projetos bem sucedidos de RPA é preciso ter uma visão clara do todo, identificando o que de fato pode ser automatizado.

E é esse choque de realidade que tem determinado uma nova abor-

dagem por parte dos fornecedores de soluções de RPA. Mais conscientes, eles se veem hoje mais preocupados em entender as dores de seus clientes do que em automatizar tudo a qualquer custo. Essa nova postura tem se traduzido em uma aposta de muitas empresas: projetos de RPA baseados em customer Experience e IA.

É a partir dessa visão que as empresas mais atentas ao mercado estão redesenhando suas ofertas. A ideia aqui é, mais do que oferecer redução de custos, manter o foco na geração de valor ao cliente. Mais uma vez, a realidade tem demonstrado que, muitas vezes, as reduções trazidas pela pura e simples substituição do ser humano por um robô não se traduzem em melhores produtos ou serviços e, por consequência, em clientes satisfeitos.

Nessa abordagem voltada a geração de valor, a eficiência operacional é garantida pelo trabalho conjunto de humanos e robôs. Isso porque, em muitos casos, o ponto de equilíbrio se encontra justamente na robotização parcial do processo, deixando espaço para interações pessoais que garantam a experiência do usuário.

Do ponto de vista do ambiente de TI, essa abordagem tem garantido a sobrevivência de diversos sistemas legados que, ao final, não são totalmente substituídos.

Isso significa economia e o adiamento de investimentos que, em uma visão de um ambiente 100% robotizado, teriam que ser feitos imediatamente.

O interessante aqui é que a robotização parcial de processos amplia a possibilidade de criação de soluções mais robustas. Ao adotar essa visão, o fornecedor avalia os processos que poderiam ser automatizados levando em conta não apenas essa possibilidade, mas também critérios como visão de negócio, experiência do consumidor, arquitetura, uso de inteligência artificial e DevOps, por exemplo. Com isso, na prática, ele está maximizando o poder do RPA.

Mas é sempre bom lembrar que estes projetos não nascem somente da expertise do fornecedor. Para que sejam bem sucedidos, eles precisam surgir de uma dinâmica de cocriação e práticas de design que estimulem a troca de conhecimento com o cliente, permitindo que este possa gerenciar e definir sua estratégia de automação. Isso, somado ao uso de IA, contribui enormemente para a excelência de projetos de RPA, permitindo que os clientes se envolvam e tenham a liberdade de conduzir suas próprias jornadas.

Ao priorizar o cliente, é possível ajudá-lo a entender e calcular a real redução de custos e ganhos de eficiência que ele pode

obter em cada projeto de RPA. Para isso, muitas empresas têm utilizado o modelo RICE Scoring, que avalia alcance (Reach), Impacto (Impact), Confiança na efetividade da automação (Confidence) e Estimativa de recursos necessários (Effort). Com ele, é possível entender quais processos seriam mais eficientes do ponto de vista de RPA.

Para que tudo isso aconteça, vale dizer, é preciso que o fornecedor esteja preparado para discutir junto com o cliente a viabilidade do projeto e seu retorno e seja capaz de ajudá-lo a priorizar quais processos devem ser automatizados. O cliente precisa embarcar no processo, conhecer todas as fases para então decidir se ele vale a pena.

Não há dúvidas de que a RPA é revolucionária e tende a inovar processos, mas é preciso ter claro que não se trata de um big bang, mas de algo que vai se implantando aos poucos. Nesse processo, cabe às empresas fornecedoras de soluções acompanhar a execução dos robôs, identificar interoperabilidade e disparar correções, além de cuidar de questões de governança, como gestão de ativos de automação, boas práticas de desenvolvimento e mitigação de riscos operacionais. Tudo isso sem perder de vista a experiência e a satisfação do cliente.