

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Dados, IA e parcerias redesenham a logística do transporte



MIT Technology Review Brasil

Inteligência Artificial, dados em tempo real e contact center em nuvem estão reorganizando a mobilidade de passageiros, conectando planejamento, operação e atendimento em uma experiência mais integrada, eficiente e previsível.



O que você vai encontrar neste artigo

- A **evolução do transporte**, de operação logística fragmentada para jornada digital conectada
- De que maneira Inteligência Artificial e análise preditiva apoiam decisões, reduzem riscos, aumentam a eficiência e potencializam a **experiência do passageiro**
- Por que o **contact center em nuvem** se torna um hub de dados e relacionamento no setor aéreo
- Lições de Aeromexico, Virgin Atlantic e Ethiopian Airlines no **uso de IA** para sustentar a operação e melhorar a experiência do cliente
- Um **roteiro prático** para líderes de transporte

O novo código do transporte de passageiros

Na aviação, o deslocamento de pessoas é só a parte visível de uma engrenagem muito mais complexa. Por trás de cada embarque há camadas de sistemas, regras e decisões que começam muito antes do check-in e se estendem depois do pouso.

Um passageiro, ou mesmo o responsável por uma carga, pode iniciar a jornada em um aplicativo de reserva, receber alertas sobre status de voo, ser avisado sobre conexões e atrasos e acompanhar a chegada ao destino. Em cada etapa, plataformas digitais trocam informações para garantir rastreabilidade e transparência.

Essa trilha depende de motores de reserva, meios de pagamento, sistemas de gestão de tripulação, controle de tráfego aéreo, infraestrutura aeroportuária e ferroviária, aplica-

tivos logísticos e soluções de atendimento ao cliente. Quando esses ambientes não se conectam, a visão sobre a operação se fragmenta, o repasse de informações falha e aumentam atrasos, retrabalho e custos.

Não bastasse o enorme desafio técnico, soma-se a ele outro ponto desafiador: o Brasil tem uma média de dois processos judiciais por voo, de acordo com a Associação Brasileira das Empresas Aéreas (Abear). Em resposta a esse cenário, a adoção de Inteligência Artificial e de plataformas em nuvem permite conectar dados que antes ficavam espalhados.

Modelos preditivos ajudam a identificar padrões de demanda, sugerir ajustes de capacidade e apoiar decisões de operação, enquanto a infraestrutura em nuvem facilita a integração entre áreas e parceiros. Com essa aplicação de Inteligência Artificial, tanto o

atendimento ao cliente quanto a experiência do colaborador das companhias que atendem os passageiros saem ganhando.

Como diz Amanda Andreone, Country Manager da Genesys no Brasil, empresa que atende grandes companhias de transporte do mundo, a tecnologia amplia a atuação humana, em vez de substituí-la. “Os agentes de IA funcionam como uma equipe estendida, capaz de automatizar tarefas repetitivas, antecipar necessidades e oferecer respostas mais rápidas e precisas.”

Empresas de logística e mobilidade usam análise preditiva para prever demanda, antecipar falhas e ganhar agilidade na entrega

O objetivo deixa de ser apenas transportar alguém ou entregar um produto e passa a ser a criação de um percurso conectado, em que a informação circula sem fricção e as soluções chegam ao passageiro de maneira proativa. É essa orquestração da jornada, que conecta planejamento, operação e atendimento, que redesenha o transporte aéreo.

Análise preditiva: da operação à gestão inteligente de dados

A Inteligência Artificial já aparece como peça central no planejamento de transporte. O re-

latório “Analytics of the Future: Predictive Analytics”, do MIT Center for Transportation & Logistics, mostra como empresas de logística e mobilidade usam análise preditiva para prever demanda, antecipar falhas e ganhar agilidade na entrega, combinando diferentes fontes de dados em modelos capazes de orientar decisões diárias de operação.

Na prática, esse tipo de inteligência permite que operadores de transporte:

- Ajustem capacidade de frota e equipes com base em histórico, clima, eventos e sazonalidade, antes que o nível de serviço seja afetado
- Identifiquem com antecedência rotas com maior probabilidade de atraso e re-desenhem conexões ou horários
- Automatizem comunicações com clientes, enviando alertas de alteração de voo, status de carga ou opções de remarcação sem sobrecarregar os atendentes

Esses recursos não substituem o planejamento tradicional, mas acrescentam camadas de automação e precisão que ajudam gestores a reagir mais rápido a eventos inesperados.

Quando essa inteligência se conecta a um contact center em nuvem, o atendimento deixa de ser apenas canal de resposta e passa a funcionar como sensor e atuador da operação. Ao cruzar dados operacionais, histórico de relacionamento e contexto de cada interação, a central de atendimento orienta decisões de malha, oferta e comunicação quase em tempo real, além de revelar pontos de atrito na jornada.

Parcerias e serviços especializados conectam toda a cadeia

Tecnologia por si só não resolve o desafio da mobilidade. A integração de dados entre empresas e fornecedores é tão importante quanto os algoritmos. A pesquisa “Optimizing urban mobility with multi-modal transportation solutions: A digital approach to sustainable infrastructure”, publicada no Engineering Science & Technology Journal, destaca que plataformas de dados compartilhados e infraestrutura conectada tornam soluções multimodais mais eficientes e sustentáveis, ao dar visibilidade de ponta a ponta sobre fluxo de pessoas e cargas.

Seja no transporte aéreo, no ferroviário ou no rodoviário, isso significa alinhar companhias, operadores logísticos, empresas de tecnologia e provedores de atendimento em torno de uma mesma visão da operação. A Pesquisa CNT de Mobilidade da População Urbana 2024, da Confederação Nacional do Transporte, mostra que o ônibus ainda é o meio de transporte mais utilizado nas cidades brasileiras, responsável por 30,9% dos deslocamentos, praticamente empatado com o carro próprio, com 29,6%, mas que perdeu 14,3 pontos percentuais de participação em sete anos, em meio a queixas de falta de conforto, insegurança e viagens mais demoradas.

Ao integrar dados de frota, trânsito e atendimento em uma plataforma em nuvem, operadoras de ônibus e metrô conseguem atacar exatamente esses pontos, ajustando oferta, praticamente, em tempo real, avisando sobre atrasos e lotação, e oferecendo alternativas antes que a frustração leve o passageiro a abandonar o transporte coletivo.

Parcerias entre empresas do setor, operadores logísticos e plataformas tecnológicas aju-

dam a melhorar a visibilidade das operações, aumentar a previsibilidade e garantir mensagens consistentes para o passageiro ou mesmo o embarcador. A combinação de modelos de IA, dados atualizados e alianças especializadas se torna a base de um transporte mais inteligente e eficiente.

Experiência decola com IA e foco no passageiro

Algumas companhias aéreas já tratam seu contact center como peça estratégica desse arranjo sistêmico, consolidando dados de operação e relacionamento em uma única plataforma dedicada à melhoria do serviço para os passageiros. É o que vemos em estudos de caso publicados pela Genesys.

Ao migrar para a Genesys Cloud, a empresa obteve aumento de 55% no NPS e redução de 75% na taxa de abandono de chamadas

A Aeromexico enfrentava desafios típicos de um grande hub regional, com sistemas legados, pouca visibilidade das interações e dificuldades para apoiar o trabalho remoto dos agentes. Ao migrar para a plataforma Genesys Cloud e reposicionar sua central de atendimento como núcleo de experiência do cliente, **a empresa obteve aumento de 55% no NPS** do contact center, **redução de 75% na taxa de abandono de chamadas**, além de economia em telecomunicações e ganhos em produtividade.

Esses resultados estão ligados à capacidade de unificar dados de interação, aplicar modelos de IA para priorizar demandas em períodos de pico e automatizar respostas de rotina. Com isso, os colaboradores da empresa dedicam menos tempo a tarefas mais simples e mecânicas, delegadas aos agentes de IA, e concentram energia em situações mais complexas, em que empatia e negociação são determinantes.

Na Virgin Atlantic, segunda maior companhia aérea do Reino Unido, a combinação de IA, bots e contact center em nuvem mostra até onde essa orquestração pode ir. Quando a empresa substituiu uma arquitetura fragmentada por uma visão única da jornada, encurtou filas, ganhou eficiência operacional e reduziu custos de sistema.

Os bots passaram a conter 20% dos contatos sem a necessidade de um agente humano, elevando em 28 pontos o índice de satisfação do cliente

Com o uso intensivo de comunicação em tempo real com os passageiros e automação, **a companhia passou a processar 220% mais interações digitais e reduziu em 50% o tempo médio de atendimento**, enquanto os bots passaram a conter 20% dos contatos sem a necessidade de um agente humano, o que ajudou a elevar em 28 pontos o índice de satisfação do cliente (CSAT) em um ano.

A Ethiopian Airlines seguiu caminho semelhante ao implementar a mesma plataforma e a solução de Predictive Engagement, que monitora o comportamento dos visitantes no site e identifica em que momento oferecer assistência em tempo real. A companhia registrou **aumento de 49% nas conversões de vendas digitais** e reduziu em 17% a taxa de abandono de chamadas, além de melhorar os níveis de serviço.

“O que acontece hoje, no contact center, lembra o movimento da chegada das linhas de produção, que tirou pessoas de tarefas mecânicas e as levou para funções mais criativas e seguras”, afirma Paschoal Castro, executivo sênior de contas da Genesys. “Hoje, essa é uma das profissões mais estressantes do mundo. O atendente lida com crise, frustração e, muitas vezes, com falta de empatia. No fim, o humano permanecerá onde ele é insubstituível: na empatia, na escuta, na capacidade de criar vínculo.”

Nessa configuração, o contact center deixa de ser um balcão de reclamações e se torna a torre de controle da experiência, em que agentes trabalham com mais contexto e menos tarefas básicas, reposicionando o atendimento como ativo estratégico no transporte de passageiros.

Como organizar o transporte inteligente
Para líderes do setor, em especial no transporte aéreo, ferroviário e rodoviário, que buscam otimizar operações e resultados, alguns passos ajudam a estruturar essa orquestração:

1. Unificar dados de clientes e operações

Criar um identificador único por passageiro ou carga, conectando his-

tórico de viagens ou entregas, interações com canais de atendimento e status logístico. Isso evita duplicidades, melhora a rastreabilidade e abre espaço para análises mais robustas.

2. Combinar análise preditiva com contexto operacional

Usar modelos de IA para projetar demanda, cruzando informações de clima, tráfego, calendário e eventos locais, e ajustar rotas, capacidade e alocação de recursos antes que os problemas apareçam.

3. Transformar o contact center em hub de inteligência

Ao migrar para uma plataforma em nuvem, integrar dados operacionais, informações de clientes e recursos de automação, dando aos agentes acesso ao contexto em tempo real e permitindo que o próprio contact center gere insights sobre gargalos e oportunidades de melhoria.

4. Estruturar um ecossistema de parcerias e serviços especializados

Trabalhar com operadores logísticos, transportadoras, provedores de tecnologia e consultorias especializadas para acelerar integrações, compartilhar dados com segurança e manter a operação em evolução contínua, sem que cada companhia precise desenvolver tudo sozinha.

nente. Empresas que conseguirem combinar Inteligência Artificial, dados atualizados, plataformas em nuvem e um ecossistema sólido de parceiros estarão mais preparadas para enfrentar picos de demanda, interrupções inesperadas e mudanças de comportamento dos clientes.

Ao adotar uma abordagem orquestrada e baseada em dados, organizações não apenas otimizam a eficiência interna, como também fortalecem o relacionamento com passageiros e embarcadores, oferecendo jornadas mais tranquilas, com menos fricções e mais previsibilidade.

Em um setor de transporte competitivo, o diferencial estará na capacidade de arranjar interações e operações com estratégia e foco no cliente, usando a tecnologia para ampliar, e não diminuir, o espaço da empatia humana. ■

Quando a tecnologia encontra a empatia

O transporte tende a ser cada vez mais dinâmico, conectado e em comunicação perma-

