



## **Relatório Técnico da Pesquisa Comportamental** **“Inteligência Artificial no Atendimento ao Consumidor”** **2023**

### **Introdução**

O primeiro passo para a aplicação de Inteligência Artificial (IA) no atendimento ao consumidor é entender como a empresa se comunica com o cliente para auxiliá-lo com dúvidas, demandas e reclamações, seja por canal de atendimento próprio, ou então utilizando o WhatsApp e as redes sociais<sup>1</sup>.

A Inteligência Artificial, cada vez mais está inserida no mercado de consumo, é uma ferramenta que promete ajudar a automatizar e aprimorar o atendimento e o relacionamento com consumidores.

Diante disto, o Procon-SP, por meio do Núcleo de Inteligência e Pesquisas da Escola de Proteção e Defesa do Consumidor, realizou enquete para saber a opinião dos consumidores em relação ao atendimento realizado por sistemas baseados em Inteligência Artificial, cada vez mais comuns nos canais de interação das empresas com seus clientes.

### **Objetivo**

O objetivo desta pesquisa foi captar como o consumidor avalia esta nova forma de atendimento e se as interações têm sido suficientes para atender às suas necessidades e expectativas.

Os resultados serão usados para desenvolver ações de educação para o consumo, materiais educativos e para aprimorar os cursos e palestras oferecidos pelo Procon-SP, como também aprimorar o atendimento e as orientações aos consumidores e gerar mais conhecimento sobre este tema.

### **Metodologia**

A pesquisa foi efetuada por meio de um questionário estruturado com seis questões e disponibilizada no site e nas redes sociais da Fundação Procon-SP, no período de 18/09 a 16/10/23. Responderam espontaneamente ao questionário 1043 pessoas.

---

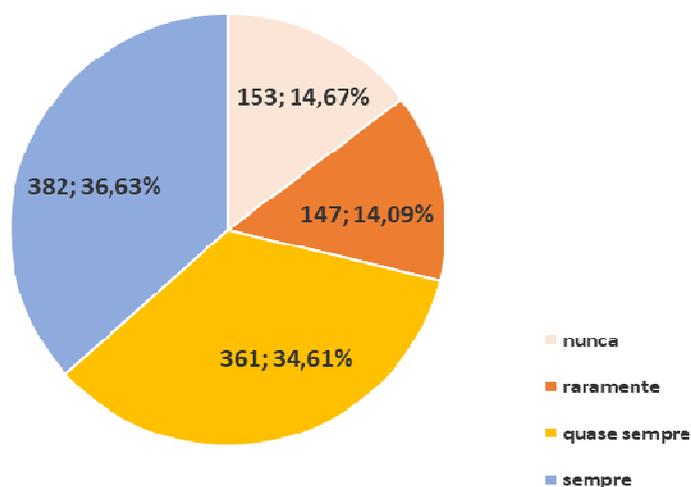
<sup>1</sup> <https://www.consumidormoderno.com.br/2023/08/03/como-utilizar-inteligencia-artificial-atendimento-ao-cliente/>



## Resultados

Inicialmente questionamos às 1043 pessoas que responderam à pesquisa se conseguiram identificar se estava interagindo com uma inteligência artificial: **36,63%** (382) declararam que sempre, **34,61%** (361) afirmaram que quase sempre, **14,09%** (147) raramente e **14,67%** (153) nunca conseguiram identificar.

### Você conseguiu identificar rapidamente se estava interagindo com uma inteligência artificial?



Base: 1043 consumidores

NIP/EPDC/DEP/PROCON-SP

Na sequência perguntamos ao consumidor qual foi o motivo do contato com o fornecedor, a maioria, **57,53%** (600), apontou que foi para reclamar de serviço e/ou produto. As demais respostas apresentamos a seguir:



### Qual foi o motivo de seu contato?

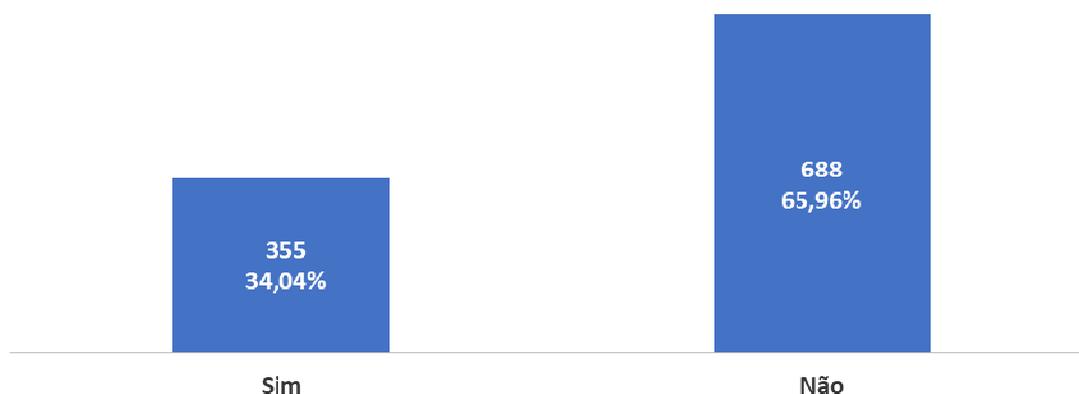


Base: 1043 consumidores

NIP/EPDC/DEP/PROCON-SP

A seguir, foi questionado aos 1043 entrevistados se na maioria das vezes, que entrou em contato com a empresa, encontrou o que procurava ou resolveu seu problema. Grande parte respondeu que não, 65,96% (**688**). Dentre estes, a maioria, 58,87%, havia entrado em contato para reclamar de um produto e/ou serviço.

### Na maioria das vezes você encontrou o que procurava ou resolveu seu problema?



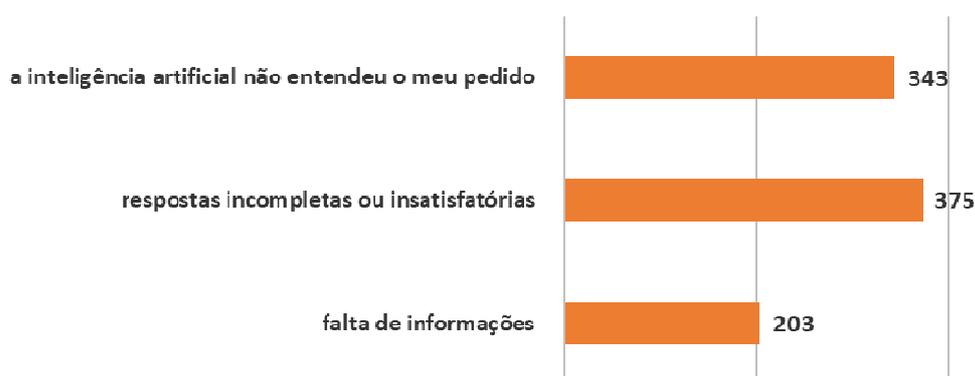
Base: 1043 consumidores

NIP/EPDC/DEP/PROCON-SP



Aos que responderam que não encontrou o que procurava ou não resolveu o problema com a empresa (688 entrevistados) foi questionado o motivo (permitia apontar mais de um). 343 consumidores afirmaram que a inteligência artificial não entendeu o seu pedido, 375 acharam as respostas incompletas ou insatisfatórias e 203 apontaram que faltavam informações.

### Por qual(is) motivo(s)? (permitia apontar mais de uma alternativa)

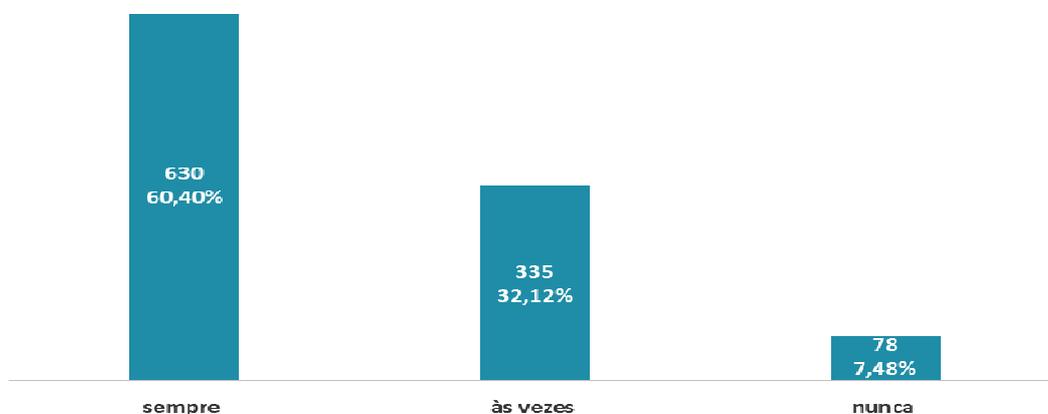


Base: 688 consumidores

NIP/EPDC/DEP/PROCON-SP

Perguntamos a todos os entrevistados se após o atendimento pela inteligência artificial, foi necessário buscar um atendente humano. A maioria, 60,40% (630), informou que sempre teve que recorrer ao atendente humano, 32,12% (335) apontaram que às vezes e somente 7,48% (78) apontaram que nunca foi necessário.

### Após o atendimento, foi necessário buscar um atendente humano?



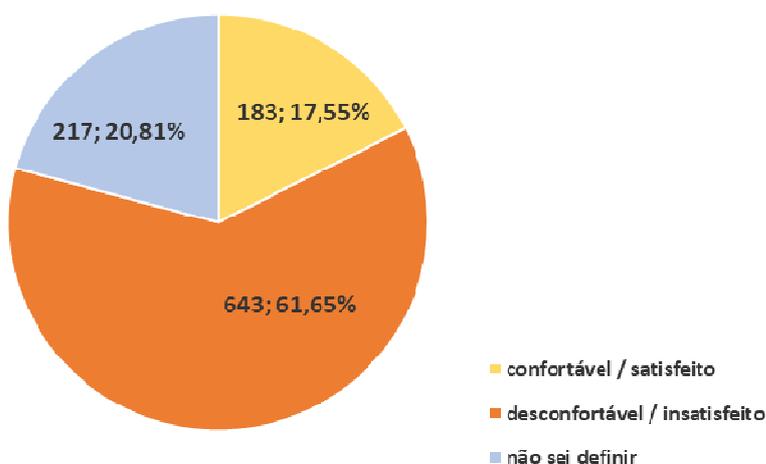
Base: 1043 consumidores

NIP/EPDC/DEP/PROCON-SP



Para finalizar, perguntamos a todos os consumidores como se sente ao ser atendido por uma inteligência artificial. A maioria, 61,65% (643), respondeu que se sentiu desconfortável / insatisfeito, 17,55% (183) se sentiram confortável / satisfeito e 20,81% (217) não souberam definir.

### Como você se sente ao ser atendido por uma inteligência artificial?



Base: 1043 consumidores

NIP/EPDC/DEP/PROCON-SP

### Conclusão

Os resultados da pesquisa permitem analisar questões básicas sobre o atendimento aos consumidores via Inteligência Artificial: como os consumidores identificam esse tipo de atendimento, a eficácia do atendimento e a avaliação dos consumidores.

Sobre identificar imediatamente que estão sendo atendidos por uma IA, ao fazer contato com um fornecedor, quase 1/3 dos entrevistados afirmaram que não conseguem fazer essa identificação: 14,67% nunca identificam e 14,09%, raramente o faz.

Se por um lado esse fato pode ressaltar uma evolução tecnológica capaz de simular um atendimento tão próximo ao humano que pode “enganar” o consumidor, por outro, pode levar à ineficácia imediata do atendimento. Ao não identificar essa condição, o consumidor irá agir num diálogo habitual e não irá atender a algumas premissas que muitas vezes condicionam o atendimento pela IA, tais como usar palavras chaves, falar em tom de voz audível e com boa dicção, saber escrever determinados termos, entre outras, o que pode acarretar o encerramento prematuro do atendimento.



Sobre a eficácia do atendimento, a maioria dos entrevistados, 65,96%, não encontrou o que procurava ou não teve seu problema resolvido. Dentre estes, a maioria, 58,87%, havia entrado em contato para reclamar de um produto e/ou serviço, o que indica que a IA ainda não está preparada para resolver problemas relativos a reclamações.

Dentre algumas alternativas apresentadas para identificar um ou mais motivos pelos quais o contato com a IA não atendeu as expectativas de quem não teve seu problema solucionado, a causa mais apontada foi receber respostas incompletas ou insatisfatórias (375), seguida de perto por considerar que a IA não entendeu o seu pedido (343), o que pode reforçar que, em alguns casos, a interação já pode ser comprometida no momento em que o consumidor sequer tem clareza sobre estar interagindo com uma IA.

O principal resultado relativo à eficácia do atendimento, porém, foi que 92,52% de todos os entrevistados, independente de terem encontrado ou não o que procuravam, afirmaram que após terem sido atendidos por uma IA, foi necessário recorrer a um atendente humano. Somente 7,48% afirmou que não houve essa necessidade.

Quanto à avaliação subjetiva dos consumidores sobre ser atendido por uma IA, 61,65% afirmaram que se sentem desconfortáveis e insatisfeitos.

Todos os resultados indicam que o atendimento por IA ainda tem que ser aperfeiçoado partindo da perspectiva e expectativa dos consumidores. Inicialmente informando claramente que a IA é a forma de atendimento para que possa ser prontamente identificada pelo consumidor e, em seguida, utilizando meios eficazes para promover a resolução efetiva de problemas e, nesse contexto, não sendo utilizado indiscriminadamente para questões que irão exigir ainda uma interação humana para solução do problema, obrigando o consumidor a fazer mais de um contato.