

L I D E

revistalide.com.br

Brazil Leaders

2023

BRASIL

**Perspectivas e
previsões**

***Prospects and
forecasts***

2024

Próxima fronteira

Em uma década, mercado de dados na transformação digital deverá movimentar US\$ 2,3 trilhões e alterar os moldes tradicionais da gestão empresarial

Ao longo da história

da humanidade foi possível observar que nossa sociedade passou por importantes transformações, desde o período das revoluções industriais que nos moldaram até a mais recente que estamos vivendo, da qual promove uma integração entre o biológico, físico e o digital. Com os limites mais fluidos e ilimitados, nos permitimos a experimentar, conhecer e agregar termos como a Inteligência Artificial (IA), robótica, impressão 3D, nanotecnologia, veículos autônomos, realidade aumentada, além da recente chegada do metaverso.

Dados coletados pelo Fórum Econômico Mundial apontam que até 2025 há perspectiva de implementar a primeira máquina de IA dentro de um Conselho Administrativo. Tal expectativa leva a questões quanto à regulação e controles internos de empresas, principalmente de indústrias.

O CEO da TRIWI, Ricardo Martins, destaca que, ao longo dos anos de experiência no mercado de indústria e tecnologia, acompanhou esse progresso

de perto e hoje percebe um modelo mais integrado e multidisciplinar. “Muitas indústrias e empresas de grande porte permitem uma confluência de expertises diferentes com a mesma missão, para aumentar a capacidade de resolução e a eficiência”, pondera. Para Martins, com um mundo mais conectado e colaborativo será possível contribuir mais com a sociedade, permitindo maior integração, mais relacionamentos e melhores soluções como um todo.



APLICAÇÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NAS INDÚSTRIAS

Quando se fala em processamento de dados e obtenção de insights há muitos caos reais que são possíveis pontuar, entender como colaboram para o avanço nos processos e a melhora na tomada de decisões é sempre um ponto a se destacar.

1

Manutenção preditiva

Ocorre quando a manutenção é feita antes que o problema aconteça, baseada em dados em tempo real. O que para a indústria é considerado necessário, já que parar um equipamento pode gerar prejuízo milionário.

2

Qualidade de produtos

Pode-se criar um modelo que vai correlacionar os processos com os resultados, tudo isso baseado em um histórico, reconhecendo assim um padrão de qualidade do produto.

3

Previsão de demanda

Nesse ponto é possível ter em números ou em volume, o quanto de demanda terá no mercado em dias, semanas, meses ou anos, entendendo assim o quanto será necessário produzir, compra de insumos, suprimentos e outros, tudo isso sendo executado com base em dados reais e diários.

FONTE: RICARDO MARTINS, CEO DA TRIWI

MATRIX

Outro componente importante neste processo, o Data Driven e a consequente monetização de dados cresce exponencialmente e deve fazer parte dos negócios em todos os níveis. O mercado de transformação digital vai movimentar US\$ 2,3 trilhões até 2032, com crescimento médio de 14,2% ao ano, de acordo com o relatório Market Research Report da Fact.MR. Apenas este ano, a expectativa é de que o segmento atinja US\$ 621 bilhões. A consultoria Forrester avalia que as empresas que são Data Driven estão crescendo 30% ao ano.

Caio Cunha, presidente da WSI Master Brasil e membro do Global WSI Internet Consultancy Advisory Board, afirma que o novo modelo significa sobrevivência no mercado. “Ser Data Driven hoje é um diferencial competitivo. Muitos dos concorrentes já adotam e os que não adotarem vão sair do mercado. Cada vez mais os clientes querem ações mais inteligentes”, opina.

O especialista explica que a empresa estruturada desse modo usa uma base de dados, com informações concretas para a tomada de decisões, apoiada em ferramentas de Business Intelligence. O sistema usa grande quantidade de dados de maneira rápida, segura e eficiente. “Monetizar esses dados passou a ser interessante. Essas tecnologias podem ser usadas para reduzir custos com automação de tarefas, aumentar receitas identificando e servindo melhor os clientes, atrair clientes com engajamento reduzindo esforços, ser mais pessoal e melhorar qualidade dos serviços sem aumentar a equipe”.



FABRÍCIO BARBUDA

Esses pilares, Analytics, IA e Banco de Dados, formam um tripé de sustentação nas empresas

CAIO CUNHA, PRESIDENTE DA WSI MASTER BRASIL E MEMBRO DO GLOBAL WSI INTERNET CONSULTANCY ADVISORY BOARD

RECEITAS MAIORES

Segundo o presidente da WSI, a Inteligência Artificial e as tecnologias de Analytics podem aumentar as receitas das empresas que são Data Driven quando identificam potenciais negócios, aprimoram o entendimento para servir melhor os clientes, além de atraí-los com engajamento. Ao mesmo tempo, reduzem os custos de operação, já que automatizam tarefas e melhoram a qualidade dos serviços sem a necessidade de ampliar equipes.

“Esses pilares formam um tripé de sustentação nas empresas e contribuem para crescimento exponencial no mundo digital em que vivemos hoje”, garante. Cunha comenta que outras ferramentas já foram criadas para serem usadas na rotina de busca e fidelização de clientes mais rentáveis, para forecasting (estatísticas e previsões), segmentação, targeted marketing (direcionado ao público-alvo) e taxa de churn (rotatividade do cliente), entre outras funções operacionais.



DIVULGAÇÃO

Quando falamos de UX design, o foco geralmente é garantir que o usuário realize o que precisa de maneira simples e intuitiva

CRISTINA FRAGATA, SÓCIA E COO DA ATTRI

IMPACTO DO 5G NO MUNDO

- ◆ Na Europa, o 5G vai gerar incremento de mais de € 2 trilhões em vendas entre 2021 e 2025, e ainda agregará € 1 trilhão ao PIB
- ◆ Nos Estados Unidos, o crescimento com o 5G será de mais de US\$ 2,7 trilhões em vendas, enquanto o PIB terá acréscimo de US\$ 1,5 trilhão nesse período
- ◆ Serão gerados 2,8 vezes mais empregos nos EUA. Para cada cargo, serão gerados 1,8 novos cargos na economia

FONTE: ACCENTURE

A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

Se a grande expectativa do metaverso são as experiências únicas que ele pode proporcionar, o UX design tem papel relevante nesse universo, já que a experiência do usuário, mais do que nunca, fica no centro das estratégias.

“Hoje, quando falamos de UX design, o foco geralmente é garantir que o usuário realize o que precisa de maneira simples e intuitiva, por isso falamos tanto na usabilidade dos produtos. Mas quando se trata desse conceito para o metaverso, esse foco muda, porque nele é preciso oferecer uma experiência imersiva e interativa, ou seja, não basta apenas conduzir o usuário, é preciso entregar condições, sensações e experiências que ele teria em sua realidade. Por isso, acredito que esse aspecto pode ser o responsável por garantir que as pessoas queiram entrar no metaverso e explorá-lo”, explica Cristina Fragata, sócia e COO da Attri – empresa de tecnologia e usabilidade.



O POTENCIAL DO 5G

1.

Atendimento automatizado

O atendimento não executado por humanos poderá ganhar mais espaço no Brasil e deve transformar a experiência do cliente. Com o 5G, será possível realizar coleta de dados do usuário, identificar demandas e oferecer experiências personalizadas. Essa coleta ocorrerá de maneira mais veloz e em maior volume. Como resultado, empresas conseguirão automatizar seu atendimento, otimizando o *customer experience* com o marketing, venda e pós-venda.

2.

Machine Learning e Inteligência Artificial

Poderão se beneficiar por serem permitidas em diversos cenários: para apoiar estratégias de segurança, automatizar pagamentos, otimizar a jornada e o relacionamento com o cliente, além de melhorar performance nas operações, como gestão de funcionários, estoque e logística.

3.

Reconhecimento facial em diversas áreas

A tecnologia permite inúmeras usabilidades, indo desde a questão de segurança à modernização da jornada do cliente. Ao incorporar o recurso na experiência de compra física ou on-line, as empresas podem implementar estratégias personalizadas. Um dos principais desafios para aderir ao conceito - que já é utilizado em diversos lugares do mundo - é acompanhar o nível de conectividade exigido pelo modelo. É aí que o 5G se destaca.

4.

Realidade aumentada e IoT no Varejo

O potencial vale, principalmente, no setor de varejo. A expectativa é de que as ofertas aconteçam de maneira personalizada, permitindo que os clientes visualizem os produtos em diferentes configurações, inclusive em casa. Isso deve impulsionar a tendência de maior integração entre as compras físicas e on-line e mudará a forma como os consumidores se conectam com as marcas, refletindo diretamente na experiência do consumidor.

FONTE: ATTRI



FOTOS: DIVULGAÇÃO

A SAMSUNG DESTACOU SEU SMARTTHINGS RENOVADO, QUE ABRE NOVAS POSSIBILIDADES DE CONECTIVIDADE, PERSONALIZAÇÃO E SUSTENTABILIDADE



Benjamin Braun, diretor de Marketing da Samsung na Europa, e o stand da Samsung do IFA 2022

Segundo a executiva, além dos requisitos que o UX design atende hoje em projetos comuns, haverá outras exigências no metaverso que podem ser determinantes para uma interação fluida com o usuário, garantindo engajamento. “A diferença é que no metaverso o usuário interage com a interface de dentro dela, por isso não basta o design ser intuitivo, fácil de usar e esteticamente agradável. Ele precisa ser totalmente imersivo, além de convincente. A interação do usuário precisa ocorrer da forma mais fluida e natural possível, senão deixa de replicar a realidade. Aliás, esse recurso quer, inclusive, superar a realidade, e o UX design pode ter um papel preponderante nesse desafio”.

FUTURO SUSTENTÁVEL

No início de setembro, a Samsung apresentou sua visão de uma vida mais inteligente e um futuro sustentável. Em Berlim, na Alemanha, durante sua conferência na IFA 2022 – tradicional feira de eletrônicos de consumo e eletrodoméstico –, a companhia destacou seu SmartThings renovado, que abre novas possibilidades de conectividade, personalização e sustentabilidade em todas as categorias de produtos da Samsung. A palestra apresentou os mais recentes avanços da Samsung em eletrodomésticos, TVs, telas, dispositivos móveis e *wearables*: um ecossistema de dispositivos conectados de forma inteligente para proteger o meio ambiente, incentivar estilos de vida

mais saudáveis e tornar todos os dias mais divertidos.

A Samsung integrou o aplicativo em todas as categorias de produtos, criando um ecossistema inclusivo e proporcionando uma experiência diferente aos usuários, ao permitir controlar e transformar o ambiente conforme desejam. “Com as nossas últimas inovações, a Samsung está oferecendo experiências mais abertas, conectadas e inteligentes para todos”, diz Benjamin Braun, diretor de Marketing da Samsung na Europa. “Continuamos nossa missão de trazer soluções revolucionárias para apoiar seu estilo de vida, oferecer novas maneiras de se divertir, ao mesmo tempo em que desafiamos como podemos cuidar do nosso planeta”. ◆