

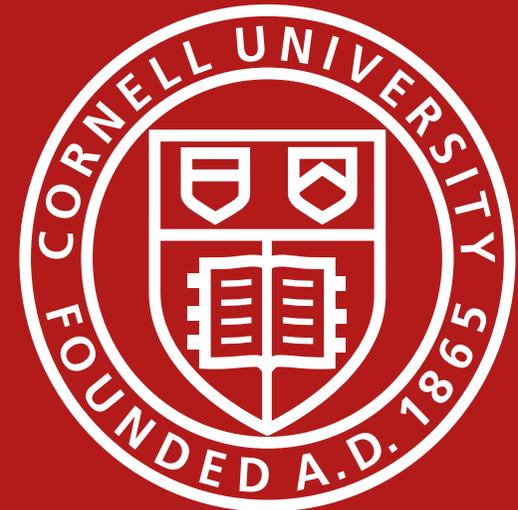
Liderando a transformação digital e a inovação

Soumitra Dutta

Professor de Gestão

SC Johnson College of Business

Brasília, 3 de julho de 2018



Cornell University

Em 2020, as pessoas conversarão, em média, mais com robôs do que com seus cônjuges.

O algoritmo de uma máquina inteligente foi capaz de prever ataques cardíacos com quatro horas de antecedência, com 80% de precisão.

A inteligência artificial pode prever onde as epidemias acontecerão.

Depois de assistir a 5.000 horas de TV, o DeepMind AI do Google conseguiu fazer uma leitura labial 34% mais precisa do que um leitor de lábios profissional.

Até 2019, 75% dos trabalhadores que usam aplicativos corporativos terão acesso a assistentes pessoais inteligentes para aumentar suas habilidades e conhecimentos.

“Logramos avanços no século XIX equivalentes aos conquistados nos nove séculos anteriores. Nos primeiros 20 anos do século XX, tivemos avanços equivalentes aos observados em todo o século XIX; e, mantida a taxa atual, conquistaremos avanços neste século XXI que só seriam possíveis em 20 mil anos”.

Ray Kurzweil

89, 38, 14, 7, 5

Nuvem



Telefonia
móvel



Redes
sociais

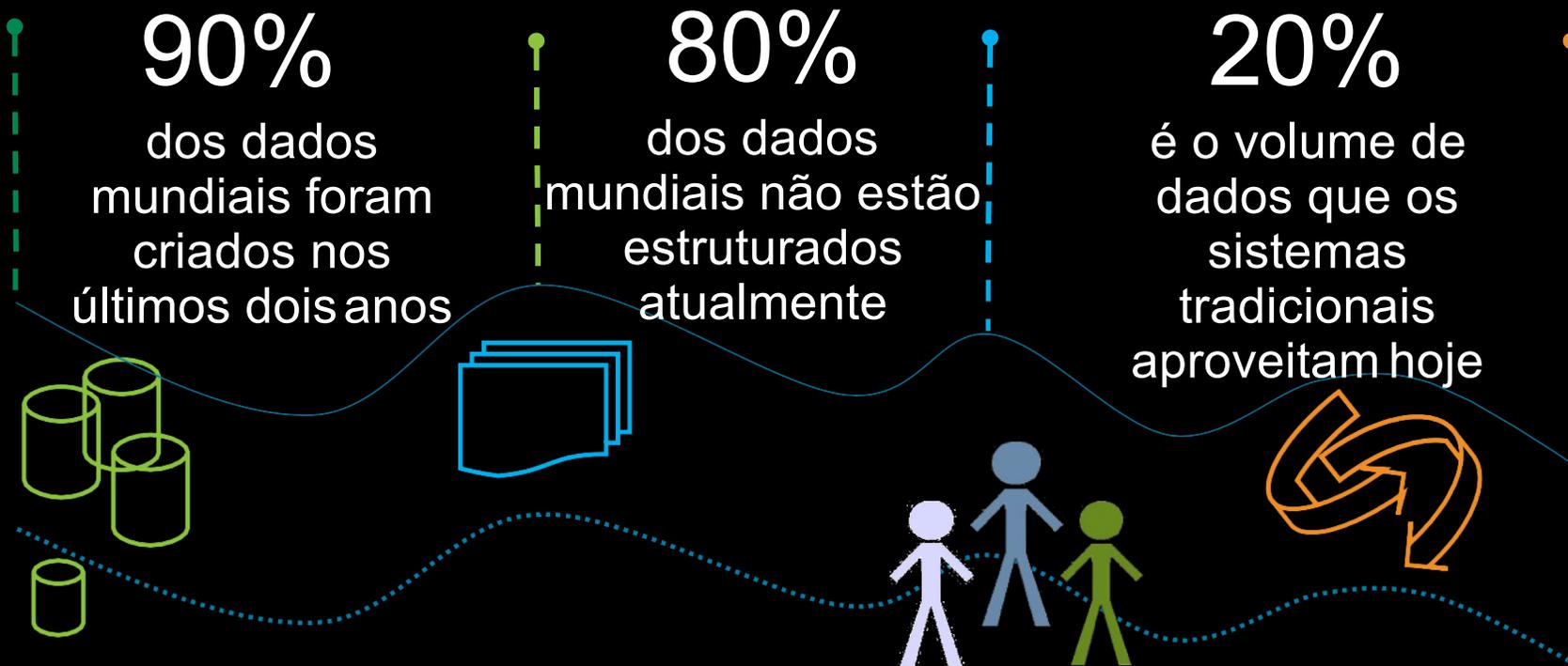


Big Data



Internet das
Coisas

As empresas estão “morrendo de sede em um oceano de dados”.



1 em cada 2

líderes empresariais não tem acesso aos dados de que necessita

83%

dos CIOs citaram BI e análises de negócio como elementos de seus planos visionários

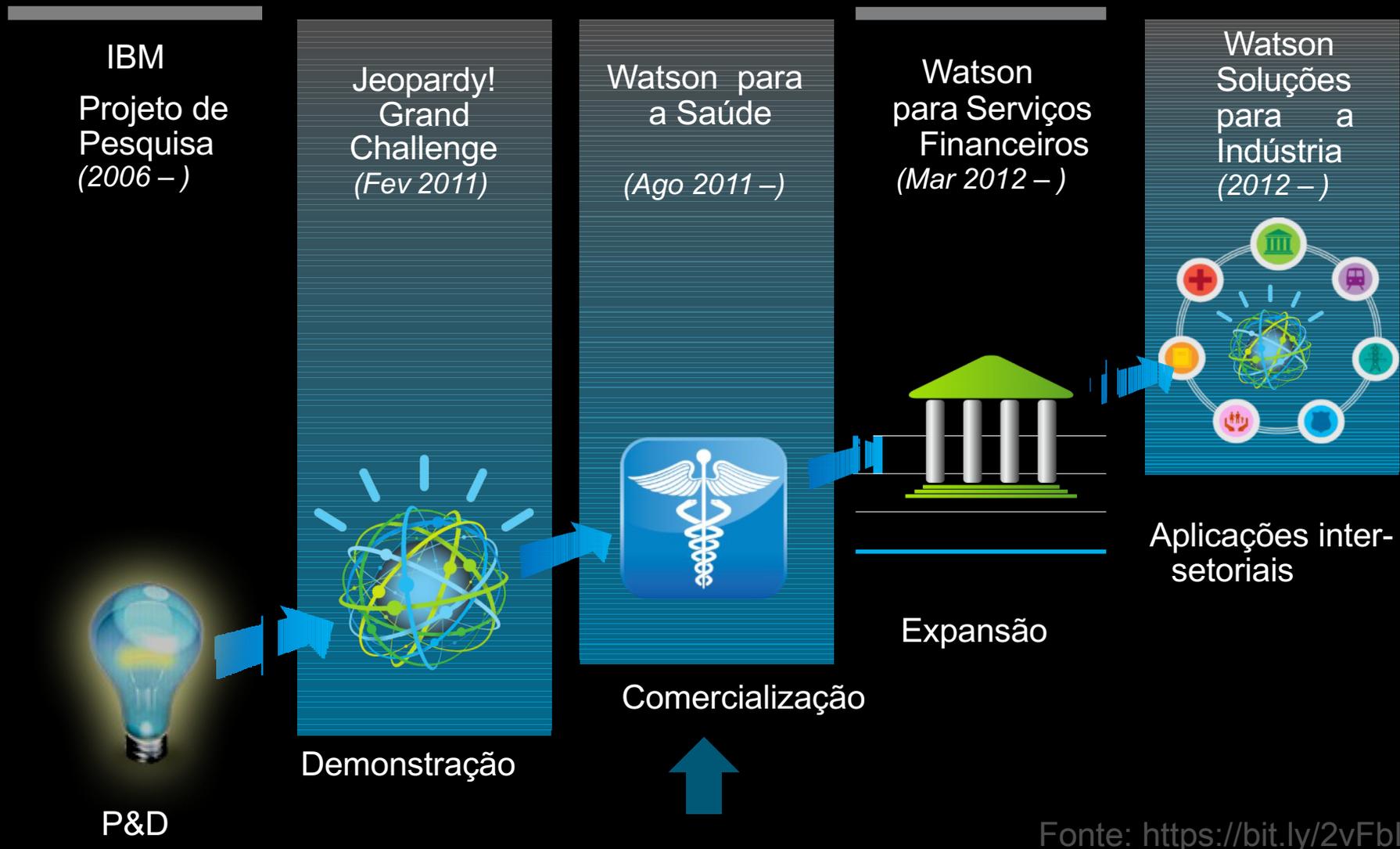
2.2x

mais provável que os que apresentam os melhores desempenhos usem análises de negócios

IBM Watson



IBM Watson

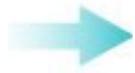


AlphaGo do Google DeepMind



REDE NEURAL PROFUNDA

Camada de entrada



Camada oculta 1



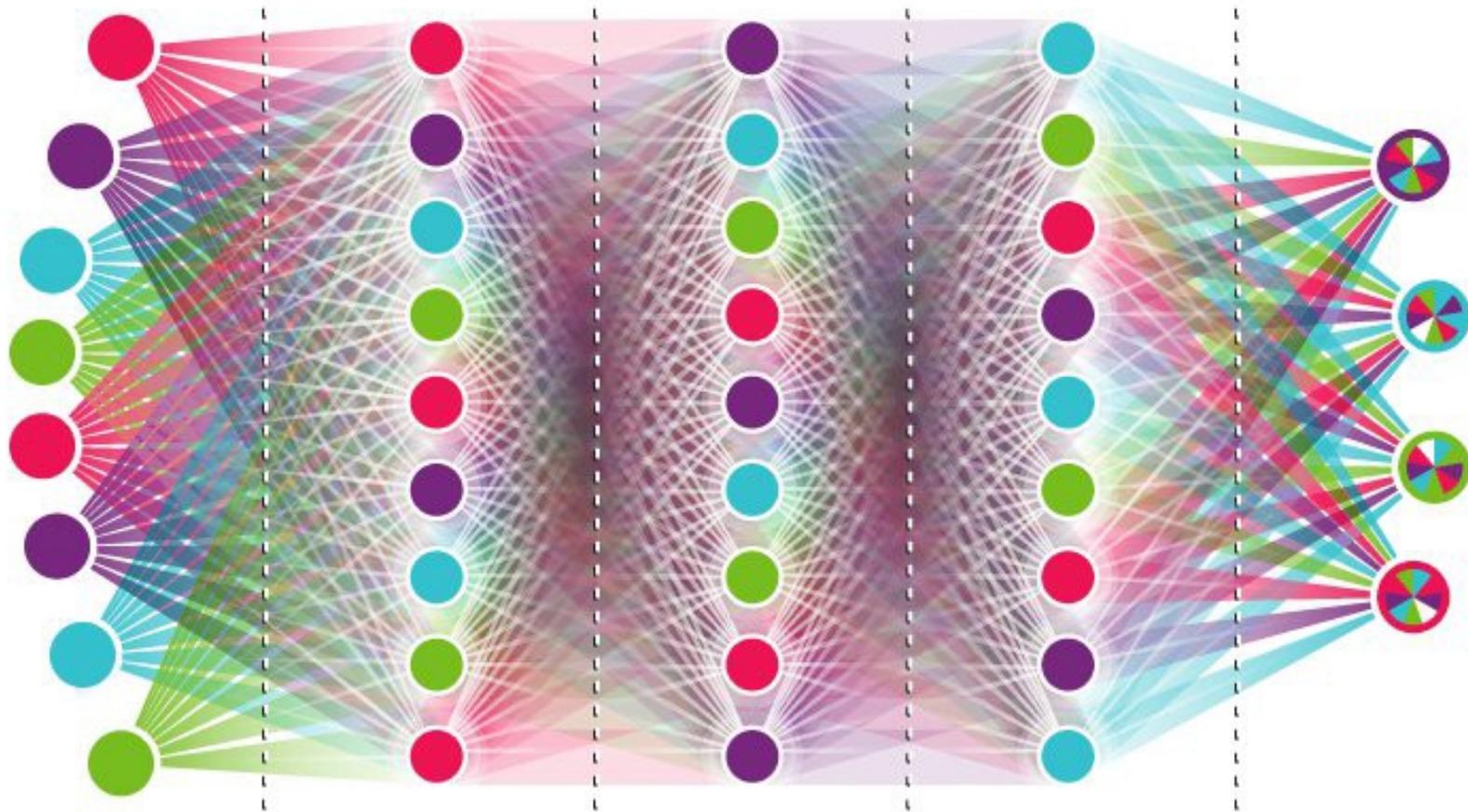
Camada oculta 2



Camada oculta 3



Camada de saída



Inteligência Artificial





INDÚSTRIA 1.0

Mecanização,
energia a
vapor, tear de
tecer



1784



INDÚSTRIA 2.0

Produção em
massa, linha de
montagem,
energia elétrica

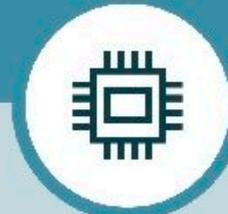


1870



INDÚSTRIA 3.0

Automação,
computadores
e eletrônica



1969



INDÚSTRIA 4.0

Sistemas
cibernéticos
físicos,
internet das
coisas, redes



TODAY

Amazon: Varejo tradicional, mas...



Turbinado pelo canal digital....

1 O canal digital permite estoques ilimitados

2 O canal digital proporciona melhor atendimento ao cliente

3 O canal digital permite uma margem de lucro alta, cobrando preços mais baixos



INSEAD

The Business School
for the World



Dia dos Solteiros “11.11”

Vendas de US\$ 17,73 bi em 24 horas

US\$ 1 bi nos primeiros 5 minutos

82% das vendas foram feitas por celular

760 mi pacotes foram entregues por meio de 1,7 mi de *couriers*



Black Friday

US\$ 5,27 bi em vendas

US\$ 1,2 bi em vendas feitas por celular

23% por meio de dispositivos móveis

INSEAD

The Business School
for the World

Alibaba: Visão Executiva

“Os dados são o sangue da nova economia”

Daniel Zhang, CEO

“O Alibaba é uma empresa de dados”

Joseph Tsai, Vice-Presidente Executivo

“O Alibaba se define como uma empresa de big data”.

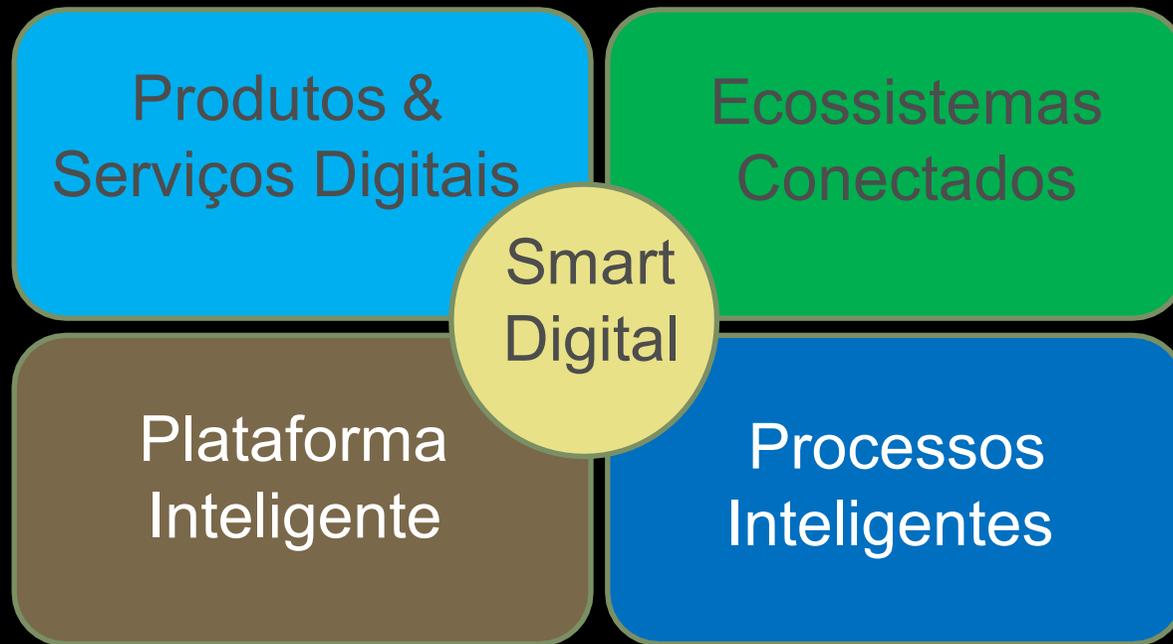
Zhang Jianfeng, CTO

“Nos próximos 30 anos, com o poder da computação como novo "avanço tecnológico" e os dados como novo "recurso natural", o cenário de varejo, serviços financeiros, manufatura e entretenimento será transformado”.

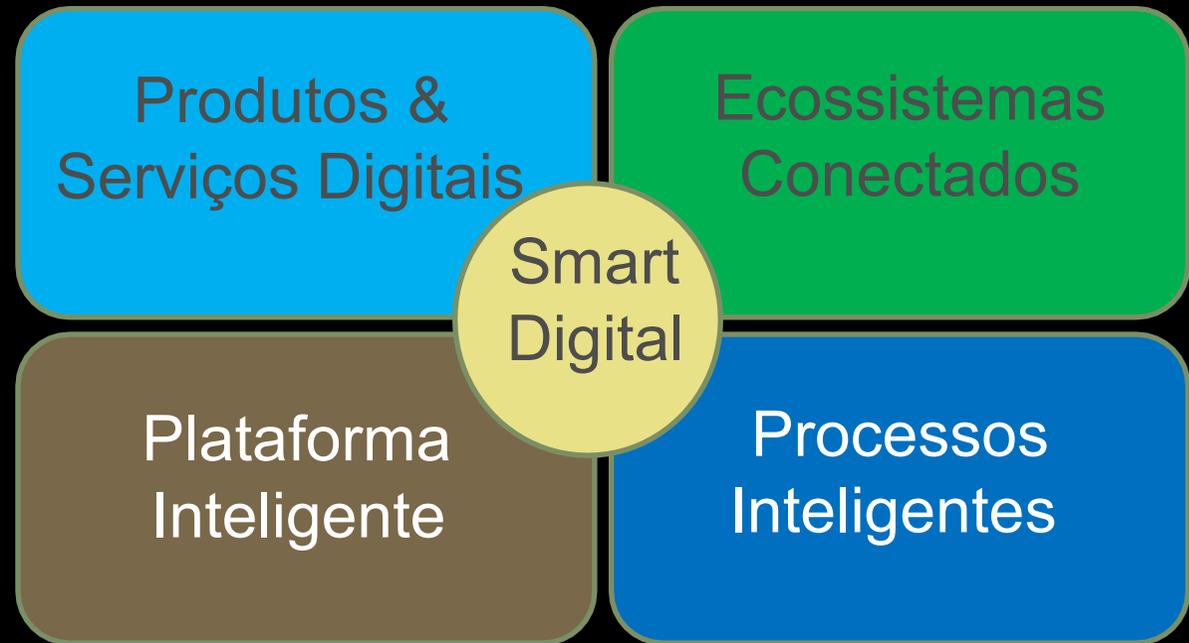
Jack Ma, Presidente Executivo do Grupo



Smart Digital



Smart Digital - Plataforma



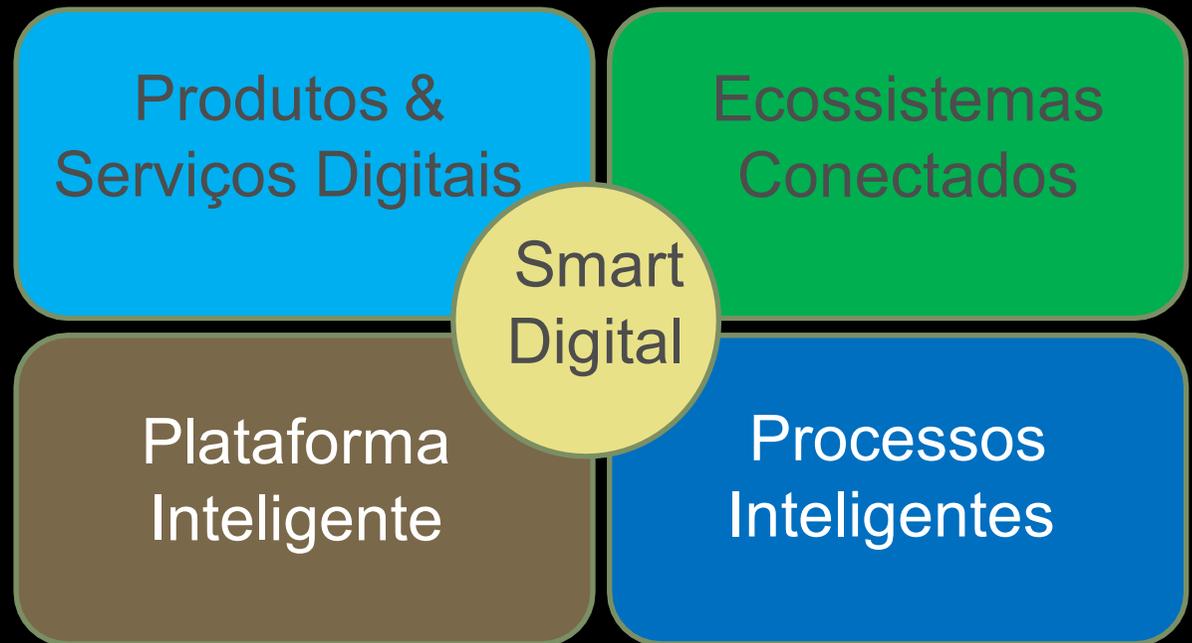
- a. Big Data é uma força essencial
- b. Análises inteligentes são realizadas
- c. Poder da Internet das Coisas (IoT) é alavancado

INSEAD

The Business School
for the World

Smart Digital – Produtos

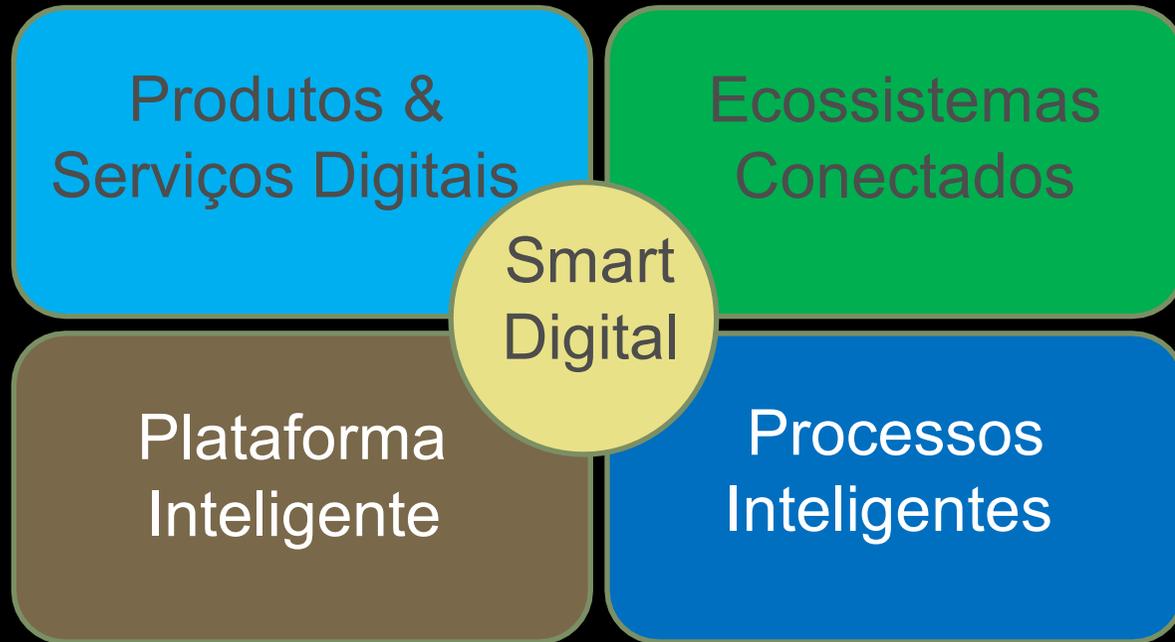
- a. O conteúdo informativo dos produtos e serviços é maximizado
- b. O relacionamento com o cliente é aprimorado digitalmente
- c. A customização em massa é a regra



INSEAD

The Business School
for the World

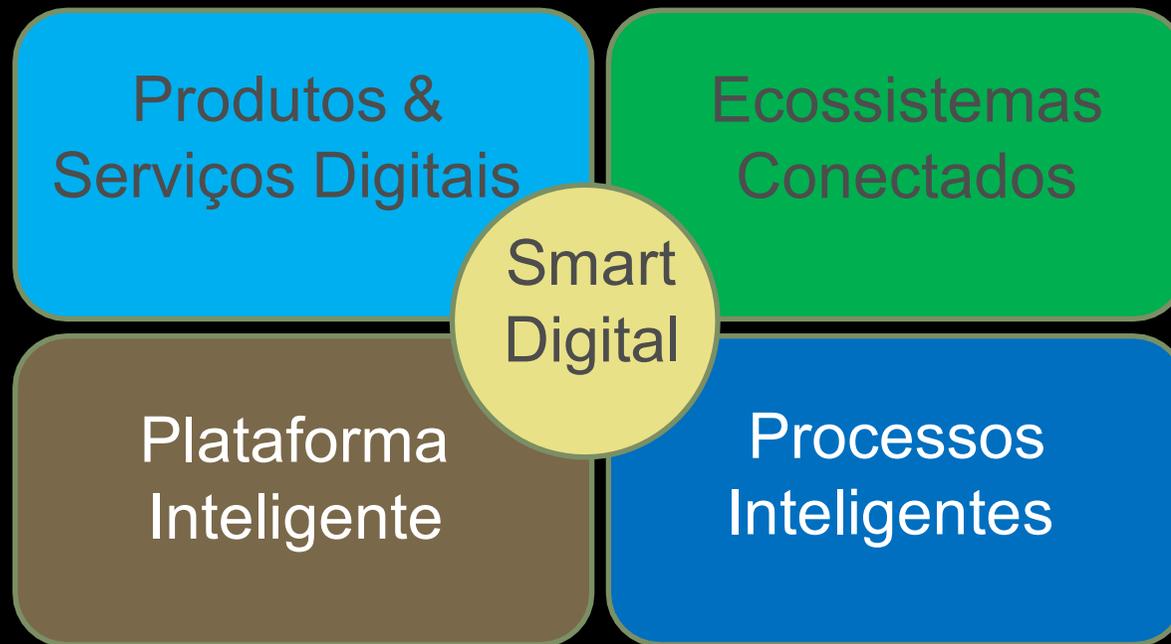
Smart Digital - Processos



- a. A experimentação é usada como fonte de aprendizado
- b. Automação inteligente é implantada para aumentar a capacidade das pessoas
- c. Disponibilidade de incentivos adequados e de uma cultura possibilitadora

Smart Digital - Ecossistema

- a. Aprendizado contínuo a partir da periferia da rede (clientes e parceiros)
- b. Co-criação de capacidades com parceiros e concorrentes
- c. Alavancagem do ecossistema para promover inovações disruptivas nas empresas



Recomendações - Brasil

1. Definição de uma visão nacional e promoção do engajamento de protagonistas fundamentais
2. Definição de áreas focais
3. Foco na tradução de insumos para inovação em produtos
4. Facilitação da vida das empresas e dos empresários
5. Inovar dentro do governo
6. Construir uma marca para o Brasil no terreno da inovação

Preencha o questionário de familiaridade digital em:
www.digitalstrategy.institute

Inscreva-se na conta

Verifique conta de e-mail

Discuta seus resultados com seu grupo

Megatendência:

**O mundo está mudando
rapidamente!**

Desafios:

Inovar ou estagnar-se!

Agenda de ação:

Precisamos mudar!

Obrigado!

soumitra.dutta@cornell.edu