

## Você quer ser um inovador disruptivo ou incremental em 2018?

Venâncio Velloso (\*)

*Inovação foi a buzzword de 2017. Disrupção também entrou no dicionário corporativo como vocábulo frequentemente empregado para descrever modelos capazes de ameaçar empresas há décadas, séculos, confortáveis em suas lideranças até então incontestáveis*

Analizada pela urgente e crescente necessidade de promover a tal transformação digital (outro termo recorrente no ano passado), a inovação vem batendo na porta nos últimos anos de muitos negócios que subitamente viram seus reinados ser ameaçados por startups aditivadas pelo capital de risco e com muito mais agilidade para criar novos padrões e novos hábitos de consumo em diversas indústrias.

A lista de empresas classificadas como disruptivas que nasceu nas últimas duas décadas pós-Internet é crescente, inspiradora e notória: Airbnb na indústria de hospitalidade, Uber em transporte urbano, Tesla no setor automotivo e de energia limpa, Netflix no entretenimento; o Bitcoin (mesmo ainda cercado de incertezas) no sistema financeiro e por aí fora.

São empresas que abraçaram pioneiramente modelos de negócios alicerçados pelo digital e agora se beneficiam de terem sido bandeirantes na criação de negócios sustentados por novas tecnologias que, vale lembrar, ganharam tração e começaram a se consolidar nos últimos anos, algumas delas especialmente no ano passado, como blockchain, inteligência artificial, Internet das Coisas, robótica, cloud e tantas outras que, integradas, viabilizaram negócios impensáveis antes da revolução digital.

Também é grande e conhecida a lista de empresas que perdeu o trem da história: a Kodak, que não resistiu dos filmes de rolo e sucumbiu à popularização das câmeras digitais; a Blockbuster, que insistiu nas lojas físicas para aluguel de DVDs e não embarcou no avanço do streaming; a BlackBerry, exterminada pelo touchscreen e outras tecnologias que fizeram do iPhone líder no mercado de smartphones.

Claro, todos querem ser o Facebook, o Google, a Amazon ou uma destas empresas icônicas de tecnologia que vêm sacudindo o mundo sob o comando de empreendedores conhecidos pela genialidade em idealizar negócios classificados na irritante categoria "por que não pensei nisso antes?".

### Mas, então, qual estratégia de inovação adotar? Disruptiva ou incremental? Há uma melhor?

Bem, depende. Pode ser uma, outra ou uma associação de ambas. Uma boa comparação é o projeto do Google Car (disruptiva), sob a responsabilidade da empresa Waymo, versus a tecnologia da Mobyeye (incremental), empresa israelense da Intel.

O Google optou por investir em um projeto disruptivo, sem precedentes, com desenvolvimento mais custoso e demorado para construir seu carro autônomo, instalando no teto do veículo a tecnologia Lidar, um sistema que reúne uma série de lasers rotatórios que geram uma imagem 3-D do entorno. O custo é de US\$ 70 mil.

Já a Mobyeye é bem mais simples e econômica; é incremental. A empresa desenvolveu um carro semiautônomo instalando basicamente 2 equipamentos – uma câmera frontal ao custo de US\$ 10 a US\$ 15, e um software que interpreta as imagens de vídeo e as traduz para instruções de direção. O custo não chega a uma centena de dólares.

Enquanto o Google aposta na disrupção para criar uma nova tecnologia e ainda está com seu projeto no laboratório, a Mobyeye já faturou US\$ 358,2 milhões em 2016 e foi adquirida pela Intel em março do ano passado por US\$ 15 bilhões – um baita unicórnio.

O Google, disruptivo, tem uma visão de longo prazo e tem fôlego para esperar o ROI. Para isso, precisará viabilizar seu modelo em larga escala. A Mobyeye, incremental, não reinventou a roda, partiu da câmera que ajuda estacionar para capturar as imagens, guiar o veículo e permitir que o motorista só assumo o volante e os pedais quando necessário.

### Dados os exemplos, vamos abrir parênteses para definições.

A inovação incremental segue a Curva S, um desenvolvimento de um novo produto ou serviço que ganha escala lentamente até se consolidar, atingir seu pico e exigir uma próxima inovação. Já a inovação disruptiva parte de uma quebra total de paradigmas e se estabelece como uma nova fronteira a ser transposta.

Enquanto na incremental a ascensão é uma escalada mais cadenciada, sequencial, a disruptiva pode ser interpretada como um salto de paraquedas – a empresa cria um novo modelo, que após ser colocado à prova no mercado estabelece um novo padrão, um novo comportamento de consumo (como neste infográfico do consultor Stefano Messori).

A incremental é mais cautelosa, de curto e médio prazo, traz ROI mais rapidamente e foca na economia de custos com o desenvolvimento de novas features que levarão o produto ou serviço para um novo patamar, garantindo sua competitividade.

Já a disruptiva, mais arriscada e custosa, de longo prazo, cria novos mercados ou gera uma completa transformação de modelos de negócios com o lançamento de produtos e serviços revolucionários nunca antes imaginados.

Como bem sublinhado no relatório da Verde Asset Management intitulado "Tecnologia e o Mundo dos Investimentos": 1) "a velocidade da mudança está aumentando e traz consigo uma mudança no padrão de criação de riqueza"; 2) "a tecnologia é uma grande destruidora de barreiras à entrada"; 3) "muitos modelos de negócios são passíveis de ser – e eventualmente serão – 'disrupted'. A pergunta é se o serão por si mesmo ou por terceiros"; e 4) "você tem risco tecnológico em seu portfólio, quer saiba, quer não".

### O recado é claro.

É preciso antecipar os que os outros não viram, planejar, prototipar, testar, avaliar, reavaliar, ajustar. O tempo todo. Lembre-se que a inovação pode nascer de qualquer departamento da organização. Não importa qual modelo, disruptiva ou incremental ou um mix de ambas, implantar uma cultura de inovação e manter o radar ligado reunindo as melhores cabeças é o que faz de um negócio ser a nova Netflix ou a velha Blockbuster.

Qual será sua estratégia de inovação para 2018? Incremental ou disruptiva? Você planeja inovar no curto, médio ou longo prazo? Seja uma outra, a inovação deve levar em conta a capacidade de investimento e a maturidade do negócio. Ela não deve ser uma aventura tresloucada, não planejada, arriscada ao extremo.

### Só não deixe, claro, de inovar.

(\*) É empreendedor, fundador do WebPesados e da consultoria DIB (Digital Innovation Builders). No ano passado, passou uma temporada em Cambridge, onde foi cursar MBA em MIT (Massachusetts Institute of Technology) (<http://venancioveloso.com/>).

# Inteligência artificial: como fica a privacidade e a segurança dos meus dados?

A velocidade de surgimento de novas tecnologias e de adoção delas é cada vez maior. Essa evolução traz um crescimento exponencial de superfícies possíveis de ataques, ao mesmo tempo em que oferece inúmeras oportunidades às empresas

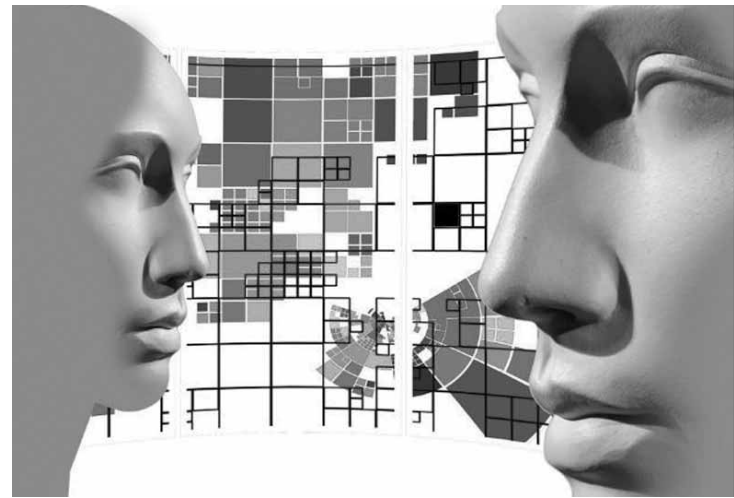
Weber Canova (\*)

Diante do imenso volume de dados que precisam ser processados, algoritmos avançados simplificam a análise e a tomada de decisão. A inteligência artificial é a tecnologia mais adequada para superar esse desafio, mas traz consigo um receio: como fica a segurança e a privacidade dos meus dados ao adotá-la?

Acreditamos que a inteligência artificial é uma tecnologia com um funcionamento muito similar ao Waze, que se diferencia do GPS e outros apps de mapas e rotas porque existe a colaboração entre os usuários. Eles não compartilham informações pessoais, como cor ou placa do carro, mas partilham dados relevantes sobre o trajeto, como velocidade do trânsito, acidentes e, até mesmo, o preço do combustível em um posto de gasolina. Essas informações beneficiam a todos.

É exatamente isso o que acontece com a inteligência artificial. Os dados continuam sendo das empresas usuárias, mas todas se beneficiarão de um processo acelerado de evolução da tecnologia. Isso porque a mesma plataforma é usada por inúmeras empresas e, como ela tem capacidade de aprendizado, quanto mais essas organizações usarem a tecnologia, mais inteligente ela ficará. Portanto, se a máquina aprender a calcular o churn de uma companhia, essa inteligência será compartilhada e, a partir daí, ajudará a todos os usuários.

Mais do que isso, o compartilhamento de informações também possibilita um benchmarking com o mercado em geral – não só com uma empresa específica. Essa colaboração ajuda as organizações a conhecerem melhor o mercado em que atuam e tomar decisões mais assertivas visando um crescimento sustentável.



Porém, acreditamos que, assim como no Waze, precisa haver um equilíbrio entre privacidade e colaboração. A privacidade é fundamental para segurança das informações das companhias e para uma maior adoção da inteligência artificial. Por outro lado, a colaboração é a chave para evolução da plataforma, e, se não houver cooperação, esse processo será muito lento.

Outra questão que preocupa os gestores é a segurança das informações. Com a digitalização dos negócios, haverá mais sistemas e coisas conectados e, com isso, portas abertas para ataques. No caso de inteligência artificial, assim como em outros sistemas, uma das formas de garantir a segurança dos dados é o controle de acesso a eles por meio de políticas e senhas.

É possível, por exemplo, determinar restrições de acesso por pessoas, cargos ou áreas. Além disso, a tecnologia permite definir quais aplicações ou, até mesmo, campos poderão ser visualizados pelos usuários. Para se ter uma ideia, no setor de saúde, essa restrição permitiria que apenas o médico tivesse acesso aos seus exames. Em uma empresa, o campo em que está o CPF poderá ser visualizado apenas pela área de cobrança.

Embora exista um anseio enorme em relação aos benefícios de tecnologias inovadoras, como a inteligência artificial, há, ainda, muito receio em relação a elas. Porém, as empresas precisam estar cientes de que adotar a inteligência artificial não significa que elas estarão se abrindo mais ou menos e nem que estarão mais ou menos seguras do que antes. A tecnologia impacta o poder de inteligência das organizações e adotá-la pode ser fundamental para a sobrevivência da sua empresa no mercado.

(\*) É vice-presidente de Tecnologia da TOTVS

## A nova era da TI Analítica e seu papel para o sucesso nos negócios

O que faz uma empresa ser considerada um sucesso? Muitos podem afirmar que é a quantidade de clientes, outros que é a receita gerada ao final de cada mês, enquanto alguns dirão que é a presença de uma marca em diferentes mercados e regiões do planeta. Mas, o que de fato faz a diferença entre vencer e fracassar no mundo dos negócios é a maneira como são tomadas as decisões críticas que impactam em todos os pontos citados acima.

Nesse sentido, a tecnologia tem um papel fundamental para tornar as companhias mais competitivas e seus gestores mais preparados para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades que irão surgir amanhã, no mês que vem ou nos próximos anos. A partir de informações estratégicas geradas por soluções e ferramentas de inteligência analítica, como business intelligence e analytics, é possível viabilizar a geração de dados precisos sobre todos os processos do negócio, como vendas e compras, finanças, atendimento, estoque, contabilidade, etc..

Em outras palavras, são essas tecnologias capazes de analisar grandes volumes de dados, o famoso big data, que irão entregar insights e visão abrangente dos negócios, possibilitando tomadas de decisões mais assertivas e proativas. Com essas análises, as companhias podem criar indicadores mais detalhados de diversas rotinas, e identificar onde cortar custos, onde investir em melhorias, quais unidades geram mais renda, onde estão as perdas de receita, entre outros.

Mas não para por aí, para obter ainda mais diferenciais competitivos, é preciso pensar em como reverter essas informações obtidas em leads de vendas, fidelização de clientes, e outras oportunidades. Estou falando da geração de resultados. Afinal de contas, os insights fornecidos têm de virar algo tangível, ou não terão valor algum, não é mesmo?



E quem acha que este é um caminho que será trilhado apenas por alguns players do mercado em setores específicos, enquanto a maioria continuará exercendo suas atividades como sempre fez, está redondamente enganado.

Assim como os apps tornaram os smartphones indispensáveis para as nossas vidas, permitindo manter contato com outras pessoas, acessar dados e funções bancárias, organizar gastos pessoais, comprar e vender na inter-

net, e inúmeras outras coisas, as soluções e ferramentas que permitem enxergar os negócios como um todo devem se tornar obrigatórias para gestores, diretores, gerentes, supervisores, coordenadores, ou qualquer outro tomador de decisão, basearem suas escolhas em fatos, e não em 'achismos'.

No entanto, essa não será uma tarefa fácil. Nesse novo modelo de negócios, no qual as informações é que darão suporte às operações corporativas, as empresas terão de contar com infraestrutura de TI de ponta para sustentar toda a carga de análises, serviços de manutenção, monitoria e atendimento, sem falar na adequação e implantação das tecnologias analíticas. Fazer todas essas adaptações internamente, sobrecarregaria as equipes de TI, que têm outras prioridades em seu dia a dia.

Por isso, o outsourcing surge como a melhor opção. Mas fique atento na escolha do seu parceiro. É fundamental avaliar se ele está pronto para atender às mudanças que são necessárias para colocar os negócios nessa nova era, na qual a informação se tornou o combustível que mantém as organizações em movimento, sobrevivendo às crises, concorrentes e às transformações do segmento no qual atuam.

(Fonte: Luis Carlos Nacif é diretor-presidente da Microcity).



## News @TI

### Criar produtos digitais inovadores para grandes empresas

@A HE:labs, holding global de tecnologia, lança para o mercado a Ignus. Com foco em inovação e transformação digital para grandes empresas, a nova marca busca trazer aumento da produtividade, redução de custos e criação de receita para seus clientes, por meio de projetos assertivos com suas necessidades. Segundo Raphael Ozawa, CEO da empresa, a Ignus herdou todo conhecimento da antiga HE:labs e hoje oferece um serviço completo, de ponta a ponta. "A empresa herdou da HE:labs a metodologia obtida durante sete anos de aprimoramento de técnicas ágeis de desenvolvimento de produtos digitais, para hoje oferecer aos seus clientes, um projeto completo, desde a ideiação ao lançamento do produto digital", explica (<https://ignusdigital.com/>).

### Aplicativo de gravação

@A Shure anunciou o novo ShurePlus™ MOTIV™ Video, um aplicativo móvel gratuito desenvolvido para integrar o desempenho de áudio da linha de microfones MOTIV à funcionalidade de câmera de vídeo de dispositivos iOS, possibilitando que os usuários capturem momentos importantes sem sacrificar a qualidade do áudio. O aplicativo combina áudio limpo e captura de vídeo com controle integrado do microfone em uma ferramenta de filmagem intuitiva. Pensado para criadores de conteúdo que utilizam dispositivos iOS – inclusive repórteres, músicos que realizam gravações, vloggers e podcasters –, o aplicativo oferece medição de áudio na tela, áudio aprimorado e sem compressão, além de controles integrados para ajustar ganho e visualizar a forma de onda da gravação (<https://br.shure.com/motiv/pt/recording-musician/index.html>).