SAP SELECT

2018 — MARÇO SÃO PAULO

4 Tendências Conectadas aos Desafios de Negócio

A reinvenção de grandes empresas a partir da tecnologia

Introdução

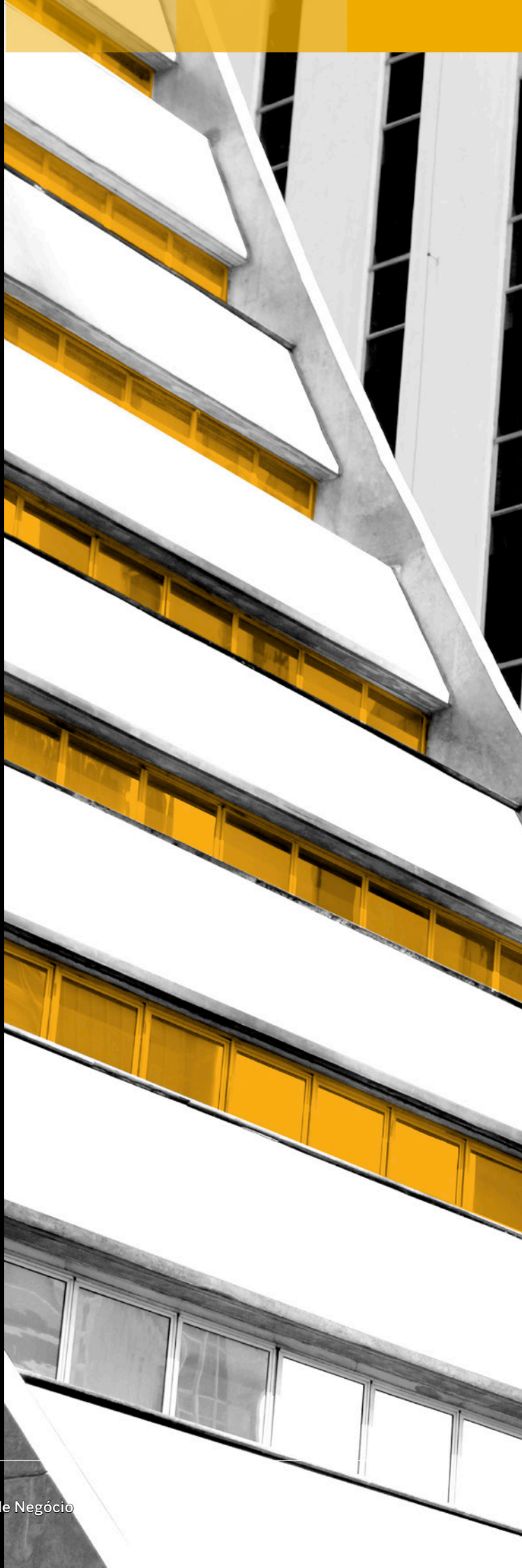
Frequentemente observamos novas tecnologias se aproximando da realidade dos negócios e se tornando mais acessíveis. Nesse cenário, com a inovação crescendo em ritmo exponencial, organizações que não se movimentam deixam de existir.

Mas como vivenciar essa reinvenção? O primeiro passo, adotado por um número cada vez maior de empresas, é a pesquisa da constante interação entre nós, nossos hábitos e a tecnologia, o que leva à busca por compreender as novas experiências e comportamentos decorrentes desse processo.

Assim, não seria exagero afirmar que as mesmas inovações, responsáveis por influenciar a mudança de comportamento dos consumidores, também representam uma importante virada na cultura das empresas.

Nos últimos anos, diversas organizações investiram na criação de áreas e processos capazes de implantar soluções inteligentes, que permitam a **tomada de decisão em tempo real**. Além disso, as empresas passaram a testar tecnologias que se conectam para solucionar desafios de negócio. A Jaguar Land Rover digitalizou e conectou inteiramente sua planta e passou a ofertar produtos personalizados, mantendo seu alto padrão. De maneira similar, a PayPal reduziu custos operacionais, aprimorando a eficiência dos pagamentos digitais, e a AkzoNobel utilizou sensores inteligentes para melhorar a performance de sua equipe na *Volvo Ocean Race*, a competição de barco a vela mais longa do mundo.

É um fato: inovações já estão sendo utilizadas para que as empresas alcancem melhores resultados. Você está preparado para **liderar a mudança** na sua área, na sua empresa, no seu negócio e até mesmo em sua vida?



PayPal

1. Transformação das Finanças

As novas formas de comunicação aproximaram o universo digital do mundo físico. A partir dessa evolução, surgiram oportunidades para os desenvolvedores de meios de pagamento digitais.

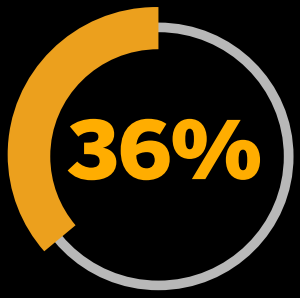
Por oferecem comodidade e segurança, os meios de pagamento digitais estão sendo adotados ao redor do mundo. Na China, pagamentos mobile já excederam o valor anual de US$ 5 trilhões[1]. Segundo estudo realizado pela Conferência das Nações Unidas Sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), formas digitais de pagamento como PayPal irão superar o uso de cartões de crédito para compras realizadas pela internet até 2019[2].

No Brasil, a falta de confiança vem sendo superada e os consumidores realizam cada vez mais transações digitais via computador/ *mobile*, utilizando cada vez menos cheques[3]. Atualmente o país é o terceiro mercado que mais realiza transações sem o uso de dinheiro em espécie[4].

Até mesmo o método mais sofisticado de pagamento digital, o *mobile wallet* – com o qual é possível pagar diretamente pelo celular sem a utilização de cartão – já é realidade no Brasil[5].

Brasileiros que já realizaram pagamentos pelo smartphone

(sem o cartão de crédito)



Fonte: **Global Consumer Survey: Consumer Trust and Security Perceptions**

A PayPal, serviço de pagamento digital mais utilizado nos Estados Unidos, movimentou US$350 bilhões[6] e espera crescer ainda mais, aperfeiçoando seus processos de coleta e de inteligência no uso de dados para a tomada de decisão.

Em parceria com a SAP, a empresa simplificou processos e aprimorou a eficiência do negócio. Como resultado, a PayPal reduziu custos operacionais e reinventou a maneira de realizar pagamentos digitais.

*A **PayPal** reduziu custos operacionais e reinventou a maneira de realizar pagamentos digitais.*

E o futuro reserva ainda mais: nos próximos anos, os pagamentos digitais se tornarão **mais seguros e ágeis** com a utilização cada vez mais frequente de tecnologias como o reconhecimento facial, a identificação por voz e a biometria.

1 *https://pagamento.me/pagamentos-moveis-atingiram-55-trilhoes-na-china*

2 *http://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1872*

3 *http://www.bcb.gov.br/htms/novaPaginaSPB/Relatorio_de_Vigilancia_do_SPB_2015.pdf*

4 *http://www.worldpaymentsreport.com*

5 *https://www.aciworldwide.com/-/media/files/collateral/trends/2017-global-consumer-survey-consumer-trust-and-security-perceptions.pdf*

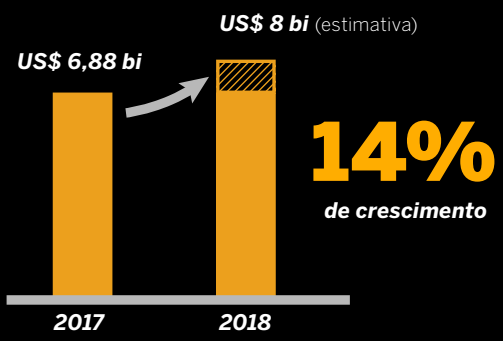
6 *https://www.statista.com/topics/2411/paypal*

2. Internet das Coisas

"Internet das Coisas" é a tendência que se refere aos objetos utilizados no dia a dia e que se conectam à internet. Em 2006, segundo o International Data Corporation (IDC), existiam dois bilhões de objetos inteligentes no mundo. Em 2015, esse número cresceu para 15 bilhões[7].

Os exemplos são os mais diversos e estão dentro de nossas casas: *Smart* TVs, eletrodomésticos, carros e até mesmo roupas podem ser capazes de se conectar com o usuário, gerando novas experiências e interações. Além, é claro, de tornarem possível a coleta de dados de comportamento e consumo para as empresas.

Valor de projetos envolvendo Internet das Coisas no Brasil[8]



Fonte: IDC

A Jaguar Land Rover se beneficiou dessa tendência, buscando mais eficiência e flexibilidade ao integrar áreas e criar produtos personalizados. Em parceria com a SAP, a montadora digitalizou e conectou inteiramente sua planta, realizando o rastreamento completo do motor em instalações de máquinas e montagens.

Com um sistema de fabricação inteligente, a empresa resguarda a garantia de seguir produzindo veículos de alta qualidade, e o melhor: o faz utilizando tecnologias inovadoras, que respeitam seu legado.

Já sendo uma realidade, o potencial dessa tendência é enorme. O IDC estima que haverá 200 bilhões de objetos inteligentes em 2020, ou seja, aproximadamente 26 objetos para cada ser humano na terra[9].

*A **Jaguar Land Rover** se beneficiou dessa tendência, buscando mais eficiência e flexibilidade.*

Nos próximos anos, **a Internet das Coisas deve ser impulsionada no Brasil por um interesse comum entre o governo, fabricantes e consumidores**. Incentivos fiscais devem reduzir o custo de produção e os fabricantes já estão criando produtos adaptados que respondem a comandos de voz em português para reduzir a barreira do idioma. Estima-se que os consumidores brasileiros gastem US$ 612 milhões para comprar produtos conectados em 2018, um crescimento de mais de 43% em relação a 2017[10].

7 *http://www.techjini.com/blog/mobile-application-development-trends-2017*

8 *http://www.valor.com.br/empresas/5293469/internet-das-coisas-movimentara-us-8-bi-no-brasil-em-2018-estima-idc*

9 *http://www.techjini.com/blog/mobile-application-development-trends-2017*

10 *http://www.valor.com.br/empresas/5293469/internet-das-coisas-movimentara-us-8-bi-no-brasil-em-2018-estima-idc*

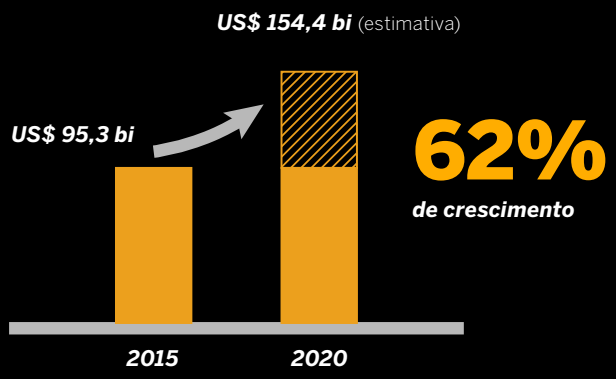
AkzoNobel

3. Sensores Inteligentes

Os sensores inteligentes são a matéria-prima para que uma estratégia de Internet das Coisas seja implantada. Esses componentes sofisticados, que permitem a realização de processos de monitoramento e coleta de dados, geralmente são utilizados para detectar e responder aos sinais elétricos ou ópticos.

Em sintonia com essa tendência e disposta a apoiar seus marinheiros para a *Volvo Ocean Race*, uma das regatas mais antigas do mundo, a AkzoNobel equipou seu time com sensores biométricos, um sistema inovador, utilizado pela primeira vez em provas de Vela Profissional.

Crescimento do mercado global de sensores[11]



Fonte: BBC Research

*A **AkzoNobel** equipou seu time com sensores biométricos, um sistema inovador.*

O sistema fornece informações completas sobre o condicionamento físico do time: nível de estresse, reação às condições climáticas, aptidão e recuperação, com análise em tempo real dos marinheiros.

Essa parceria de sucesso entre a SAP e a AkzoNobel possibilitou que capitães tomassem decisões mais assertivas sobre o estado físico e mental de seus marinheiros. **São os limites do esporte alargados pela inovação tecnológica.**

11 http://blogbrasil.comstor.com/6-tipos-de-sensores-para-aplicacao-na-internet-das-coisas

grupo boticário

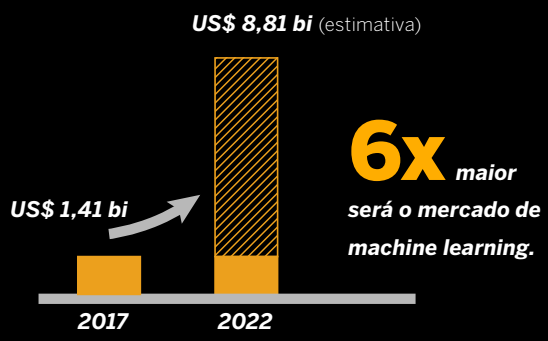
4. Machine Learning

Com a ajuda de algoritmos, capazes de reconhecer padrões e fazer previsões assertivas, *Machine Learning* é um tipo de Inteligência Artificial que possibilita aos computadores a tomada de decisões. Os carros autônomos, por exemplo, se valem de *Machine Learning* para reconhecer as ruas, sinais fechados e obstáculos que possam surgir repentinamente[12].

Vale ressaltar que as máquinas inteligentes não apenas aprendem com os próprios erros, mas transmitem as lições aprendidas: no ambiente de negócios, essa tendência pode contribuir para endereçar o desejo por experiências de compra mais personalizadas por parte do consumidor.

O Gartner também prevê o desenvolvimento da tendência, acreditando que o aprendizado das máquinas estará presente em quase todos os novos produtos de software até 2020[13].

Crescimento do mercado global de machine learning[14]



Fonte: Vertical

Acreditando nesse potencial, o SAP Labs e o Botilabs se uniram para inovar o varejo do Grupo Boticário por meio do uso das tecnologias do SAP Leonardo. O protótipo elaborado mostra como o Grupo passará a receber dados em tempo real direto das prateleiras das suas lojas com o uso das tecnologias de *Machine Learning* e Inteligência Artificial, possibilitando assim um monitoramento de estoque mais ágil para seguir encantando seus clientes.

*O **Grupo Boticário** e a **SAP** desenvolveram, colaborativamente, um protótipo de Prateleira Inteligente.*

Os prognósticos são promissores. Toshi Mogi e Madhavi Rao, estrategistas da Business Insider, acreditam que **o Machine Learning será utilizado para intensificar a experiência de customização da experiência de compra**. As empresas irão combinar os dados coletados sobre os usuários com tecnologias que aprendem com o seu comportamento, aumentando o engajamento dos consumidores com os seus produtos nos diferentes canais de venda[15].

12 https://www.youtube.com/watch?v=Z1YHbl0lh88

13 https://www.gartner.com/newsroom/id/3763265

14 https://www.marketsandmarkets.com/PressReleases/machine-learning.asp

15 http://www.businessinsider.com/tech-trends-that-will-define-2018-2017-12

Transformação gera retorno

Conhecemos histórias inspiradoras de grandes empresas, como a Jaguar Land Rover, que digitalizou totalmente a sua planta, a PayPal, que aperfeiçoou a eficiência dos pagamentos digitais, a AkzoNobel, responsável por ultrapassar os limites do esporte através da tecnologia, e o Grupo Boticário, que passará a receber dados em tempo real direto das prateleiras das suas lojas. São empresas de diferentes áreas conectando novas soluções tecnológicas para alcançar **melhores resultados**.

No mundo corporativo, investir em tecnologia passou a ser **questão de sobrevivência**. Em um cenário no qual as tecnologias já estão mais acessíveis, já não se discute tanto se as empresas devem ou não empregar a tecnologia, mas como implantar soluções que estejam conectadas com melhores resultados para as empresas.

Pagamentos Digitais, Internet das Coisas, Sensores Inteligentes e *Machine Learning* já têm grande influência no mercado mundial e brasileiro. Mudanças organizacionais decorrentes de processos tecnológicos estão retornando valor para as empresas e prometem contribuir ainda mais a longo prazo.

Grandes executivos estão desenvolvendo e cultivando uma cultura digital que encoraja a mudança, disseminando a tecnologia como principal ferramenta para possibilitar transformações. Anos atrás, quando ouvíamos sobre tendências tecnológicas, tínhamos dúvidas sobre como elas influenciariam o negócio das empresas. Pagamentos Digitais, Internet das Coisas, Sensores Inteligentes e Machine Learning pareciam pertencer a um futuro distante. Hoje, as empresas não podem perder mais tempo tentando entender como a tecnologia irá impactar os seus negócios. **O futuro já chegou e não há mais tempo para esperar as mudanças acontecerem**.