

Transformação digital é agente de mudança cultural

Uma vez que temos todas as condições técnicas que possibilitam a transformação digital, é possível visualizar a mudança gerada em diferentes mercados, como agricultura, transporte, indústria, educação, saúde e tudo mais que usualmente adotou o termo 4.0

Rodrigo Ferreira (*)

Muito se fala hoje sobre transformação digital, seus benefícios e desafios. Mas na prática, como acontece? No sentido literal, transformação nos remete a pensar em algo novo, em mudança. E essa mudança sempre esteve presente em duas dimensões da sociedade, intrinsecamente: urbanização e sistemas produtivos.

De início, essa mudança se fez presente na primeira Revolução Industrial, na qual a produção quase artesanal teve um grande impacto com a chegada dos motores a vapor. Na sequência, durante a segunda Revolução Industrial, a mudança foi marcada pela criação de processos de produção em massa. Já na terceira Revolução, tivemos uma grande transformação marcada pelo avanço das tecnologias da informação, com a produção e consumo de equipamentos eletrônicos e agora, na quarta Revolução Industrial, por meio dos

sistemas físico-cibernéticos, marcados pela combinação massiva de produtos eletrônicos, softwares e redes de comunicação com alta capacidade de transmissão. Essa contextualização é importante, pois, traz consigo uma característica comum entre as revoluções: a mudança de comportamento da sociedade diante de uma nova forma de viver e de trabalhar.

Tecnicamente isso só é possível em função do tripé Inteligência Artificial, Big Data e IoT. Esses três componentes juntos e interagindo entre si, possibilitam, por exemplo, o aprendizado entre máquinas, o processamento e correlação de grandes massas de dados e a comunicação/transmissão de toda a informação gerada através da internet.

Uma vez que temos todas as condições técnicas que possibilitam a transformação digital, é possível visualizar a mudança gerada em

diferentes mercados, como agricultura, transporte, indústria, educação, saúde e tudo mais que usualmente adotou o termo 4.0. No contexto geral, estamos falando de cidades (e campos) inteligentes, nos quais modelos de negócios convencionais, focados na comoditização, vão se reinventando sob a ótica do mercado digital. A transformação digital induz as pessoas e empresas a uma mudança de mindset na hora de interagirem entre si, tendo como premissa a digitalização e personalização de produtos e serviços. Isso pode ser verificado através de exemplos clássicos de disruptura no padrão de consumo gerados pelo Uber, Airbnb, iFood, Netflix dentre outros.

Nesse sentido, terão mais sucesso as empresas que utilizarem a transformação digital como agente de mudança cultural, para que os colaboradores da organização tenham a capacidade e

a ambição de se envolver totalmente na jornada digital, para que criem novos serviços focados no usuário, em como ele pensa, consome e interage com as pessoas e plataformas.

Uma pesquisa realizada em 2018 pelo IDC com mais de 100 grandes companhias, apontou que diversas empresas que atuam no Brasil ainda não despertaram para a importância da digitalização dos negócios. Entrevistando gestores de tecnologia, a consultoria notou que praticamente um quarto das companhias (24,7%) não acha que a transformação digital seja relevante, enquanto apenas 4% estão plenamente cientes da importância do assunto e o tratam como grande prioridade. Ainda, segundo o IDC, entre as tecnologias consideradas mais inovadoras para o futuro, a "Internet das Coisas" é a que mais se encontra no horizonte das empresas - 25% esperam adotá-la em até um ano.

O que as companhias precisam perceber é que a forma de consumo mudou, a exigência do cliente aumentou e sua tolerância com burocracias para resolução de problemas diminuiu. Por isso, é importante deixar de pensar analogicamente para agirmos digitalmente como empresa, investindo em pesquisas de interesse comportamental e readaptando processos produtivos e metodologias de gestão.

É preciso ter em mente que a transformação digital é a materialização do futuro que comentávamos ainda ontem. E, assim, como nas outras revoluções, aqueles que não estiverem preparados para readaptar-se à mudança terão dificuldades em fazer parte deste novo modelo de urbanização.

(*) O autor é analista de Negócios da Art IT.