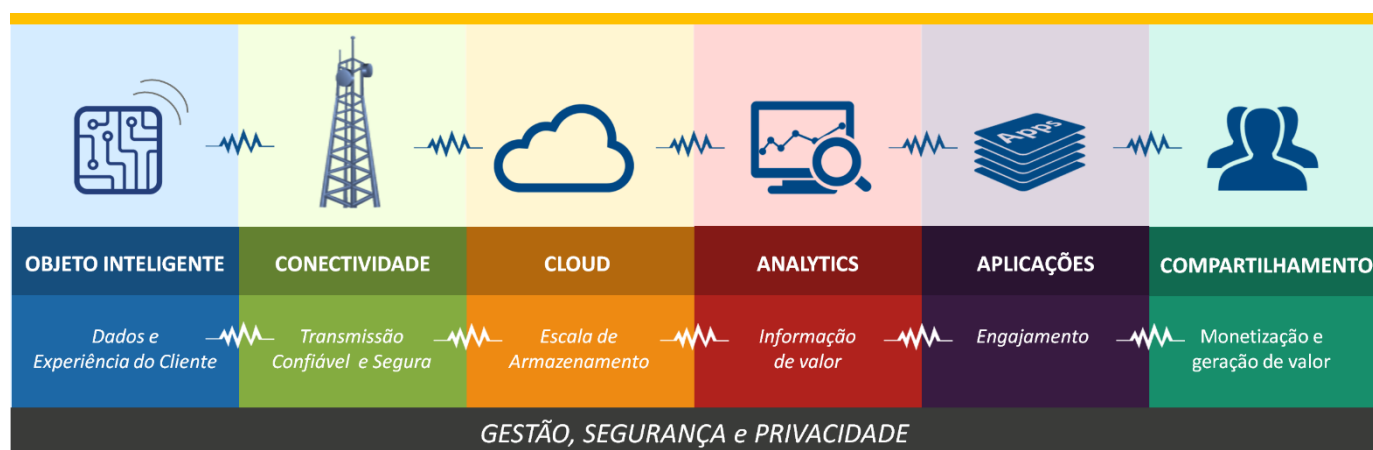


Internet das Coisas, um agente poderoso de transformação digital

A transformação digital é um tema cada vez mais presente nas discussões estratégicas das organizações - em geral, empenhadas na busca de novas formas de gerar receitas, ou de operar de forma mais ágil e eficiente. Porém, embora reconheça a urgência dessa transformação, a maioria das organizações ainda não consegue visualizar seu futuro no mundo digital, o que torna um grande desafio a tarefa de construir uma visão estratégica e o consequente planejamento de recursos.

As iniciativas de transformação digital podem começar na conversão de processos e operações existentes na forma analógica para a digital. E, com o tempo, evoluir para a criação de novos modelos de negócio capazes de explorar as vantagens de ter "tudo conectado", a qualquer momento e em qualquer lugar. Aí entra o conceito de Internet das Coisas (ou IoT, na sigla em inglês), que vem se tornando realidade no mundo graças à evolução tecnológica - e, também, modificando a maneira de fazer negócios.



IoT não é propriamente uma tecnologia. É, sim, um conceito cuja implantação - por meio de uma aplicação - requer uma série de tecnologias habilitadoras, como identificação por radiofrequência (RFID), conectividade, computação em nuvem, modelos analíticos, computação cognitiva (inteligência), sensoriamento e segurança da informação, entre outras. A combinação dessas competências, aliada à tecnologia dos dispositivos inteligentes, torna a Internet das Coisas um poderoso agente de mudança.

Contudo, apesar do inquestionável potencial de transformação digital inerente a esse conceito, o Gartner alerta que a adoção de IoT pelas organizações ainda é lenta, pois elas têm encontrado dificuldades em visualizar a melhor forma de integrar os dispositivos inteligentes aos seus processos de negócio - e, com isso, em definir uma estratégia digital. Uma pesquisa realizada no Brasil pelo CPqD, com profissionais que atuam em diferentes segmentos da economia, confirma a tendência apontada pelo Gartner.

Segundo as informações obtidas nessa pesquisa, 35% das empresas ouvidas possuem alguma iniciativa em andamento relacionada a IoT, 42% planejam iniciar a implantação de iniciativas desse tipo em até um ano e 23% avaliam essa possibilidade a longo prazo. O levantamento do CPqD revelou, também, as principais dificuldades e desafios para o planejamento e implantação do conceito de IoT nas organizações: definição do modelo de negócio (28%), problemas para obter recursos para inovação (19%), falta de padronização da tecnologia (17%), retorno do investimento incerto (14%), riscos associados à segurança e privacidade (14%) e alta complexidade do desenvolvimento e implantação (8%).

Por onde começar?

Em qualquer iniciativa de transformação digital, o patrocínio do CEO e a liderança do CIO (ou CTO) são fatores críticos de sucesso, dada a necessidade de fazer com que a organização atue em duas frentes - e com velocidades diferentes. De um lado, é preciso que a empresa continue funcionando normalmente, porém incorporando, gradualmente, as iniciativas de transformação. De outro, é fundamental que parte da organização tenha uma atuação mais ágil e dinâmica, trabalhando em paralelo para conduzir a transformação e fazer as coisas acontecerem.

Para isso, o primeiro passo é determinar as reais oportunidades que vão demandar atenção e recursos. Todas as áreas da organização, mais do que nunca, deverão trabalhar em estreita cooperação para identificar e avaliar, com maturidade e profundidade, as oportunidades e ameaças que a economia digital pode trazer. Nesse processo, é importante combinar competências de negócio e de tecnologia, para avaliar o portfólio de produtos e serviços da empresa, sua posição de cadeia de valor e seus respectivos modelos de negócio.

Após a etapa de pesquisa, avaliação e seleção de possibilidades de transformação dos negócios, as oportunidades com maior potencial (técnico e financeiro) de gerar valor estarão mais claras. Nesse momento, é fundamental estabelecer um processo para validação e refinamento, seja por meio de provas de conceito ou de testes de mercado. Essa etapa de refinamento é crucial para que sejam feitos os ajustes necessários, em um cenário de escala reduzida, de modo a preservar investimentos e preparar a empresa para, finalmente, reproduzir o modelo (ou solução) validado para toda a organização e para o mercado.

O cumprimento de todas essas etapas é fundamental para o sucesso da transformação digital nas organizações - que deverá se refletir em geração de valor, seja por meio da redução dos custos operacionais, do aumento da produtividade ou da oferta de produtos preparados para enfrentar a competição em um mundo cada vez mais conectado.



Maurício Casotti