



Líderes de Negócios e Inteligência Artificial

OUTUBRO 2023

Data-Makers



Data-Makers

Data-Makers é uma **agência de big data** e **instituto de pesquisa** focada em gerar negócios a partir de insights.

Nossa missão é **democratizar** projetos de **insights e pesquisa**, construindo uma relação de longo prazo com nossos clientes e nossa rede de parceiros.



Data-Leaders

Iniciativa pioneira no Brasil criada pela Data-Makers, com o objetivo de gerar insights sobre o que pensam CEOs e C-Levels do Brasil sobre temas como: **ESG, D&I, Inteligência Artificial e IA**, por meio de pesquisas mensais com essa audiência.

Nossos parceiros

Com o objetivo de tornar possível o projeto Data-Leaders, unimos parceiros que compartilham do mesmo propósito: gerar insights para ajudar na tomada de decisão dos líderes de negócios do Brasil.

Patrocínio:

agenzia
vende todo dia



Parceiros:

CDN

PageExecutive

MUNDO DO
MARKETING

LIGA
VENTURES

CELINT

CONSUMIDOR
MODERNO

Apoio:

Data-Crush

MARTIN LUZ

CROSS HOST

O estudo

373

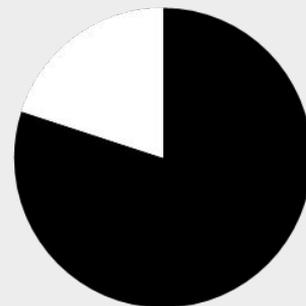
entrevistados.

Entrevistas online com CEOs e C-Levels de empresas brasileiras de todos os portes e setores.



Gênero

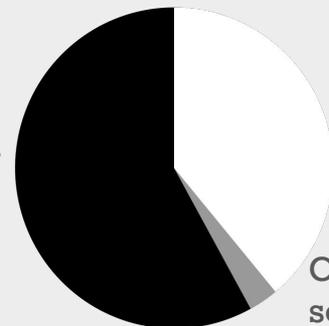
Feminino
20%



Masculino
80%

Cargo

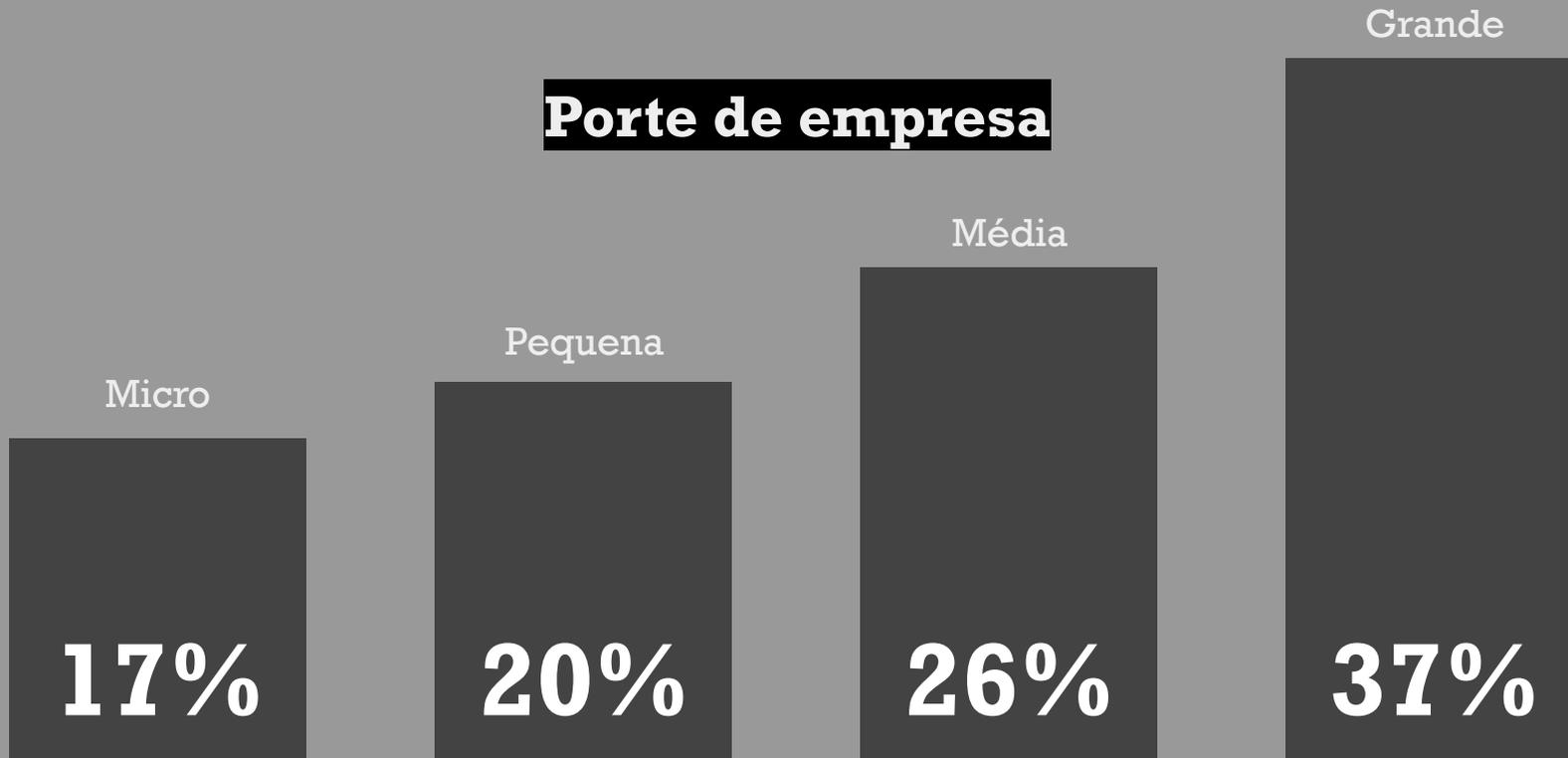
C-Level
58%



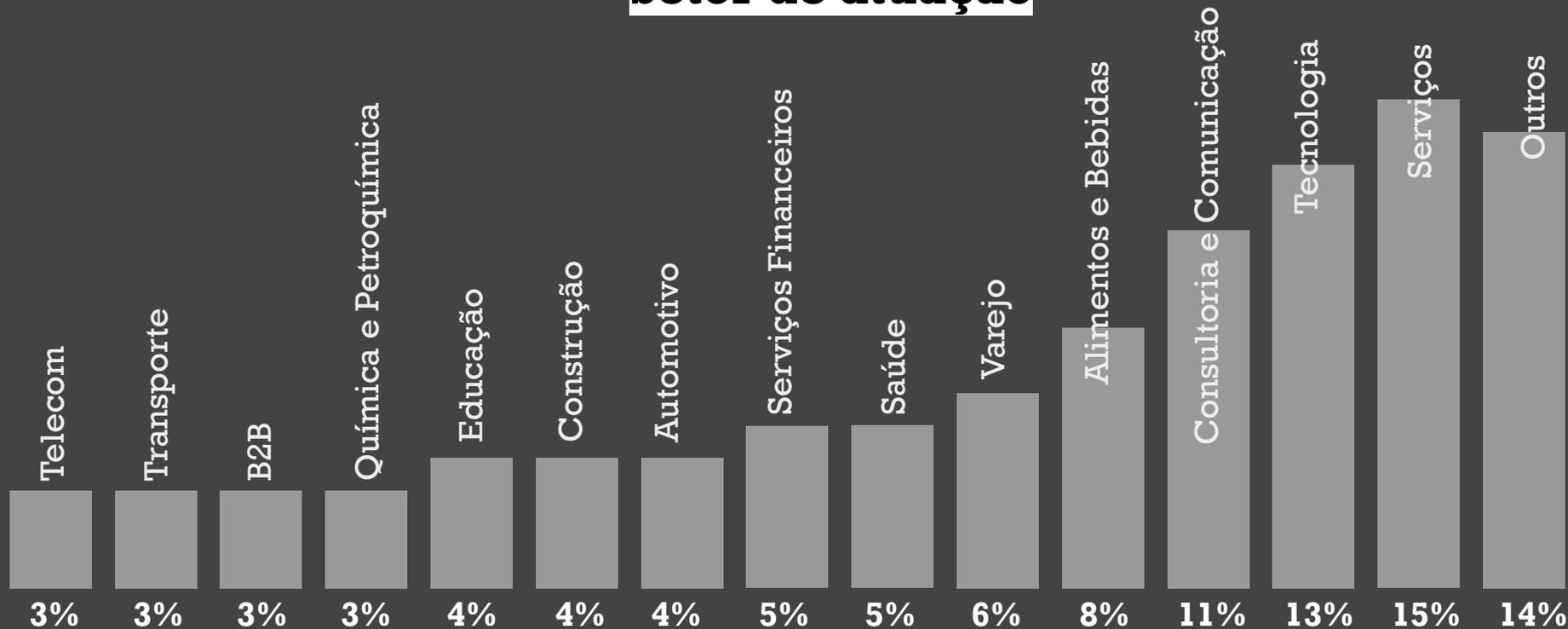
CEO
39%

Conselheiros/
sócio-quotistas
3%

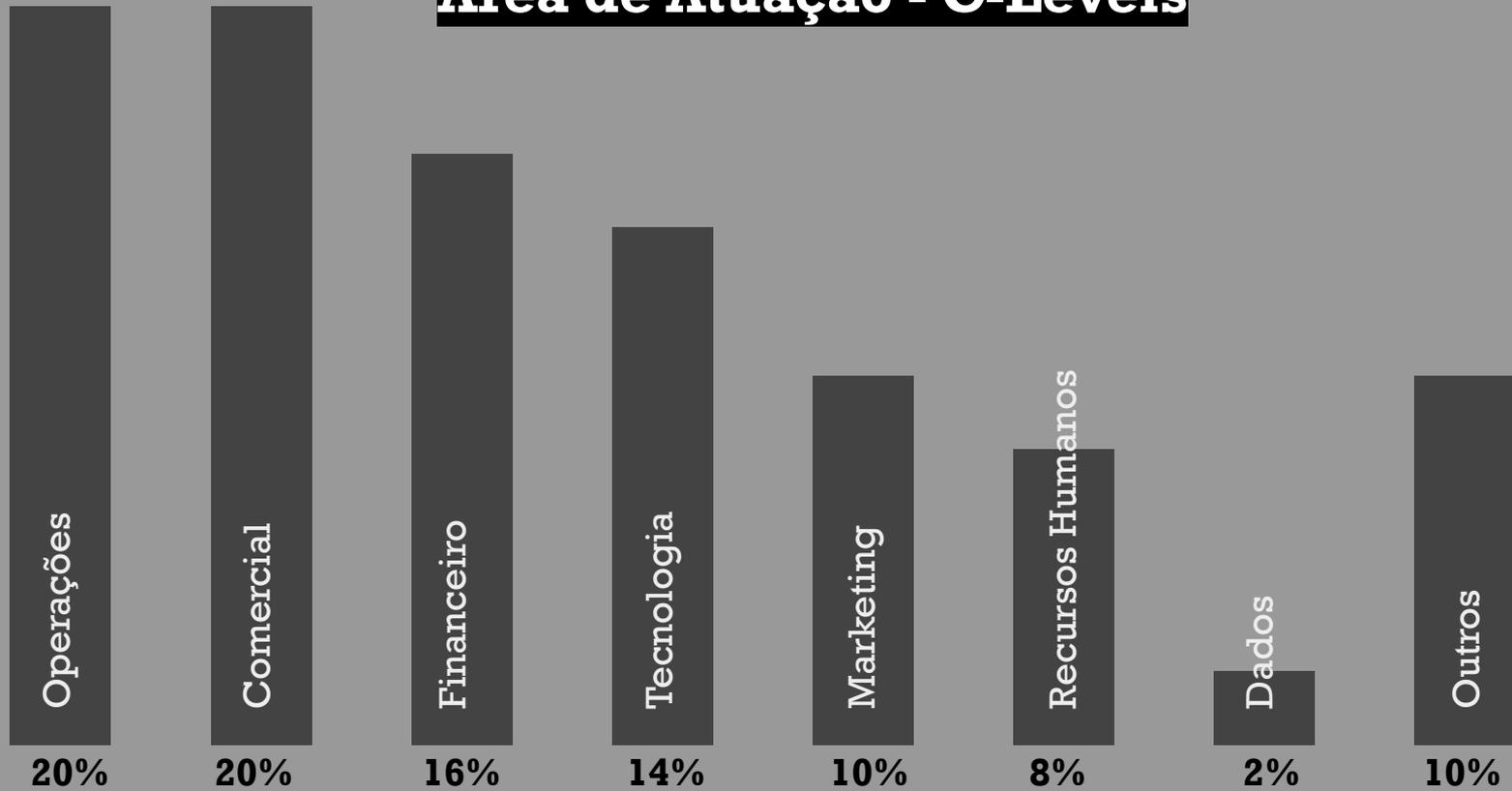
Porte de empresa



Setor de atuação



Área de Atuação - C-Levels



▶▶ Inteligência Artificial no Brasil: a hora de acelerar

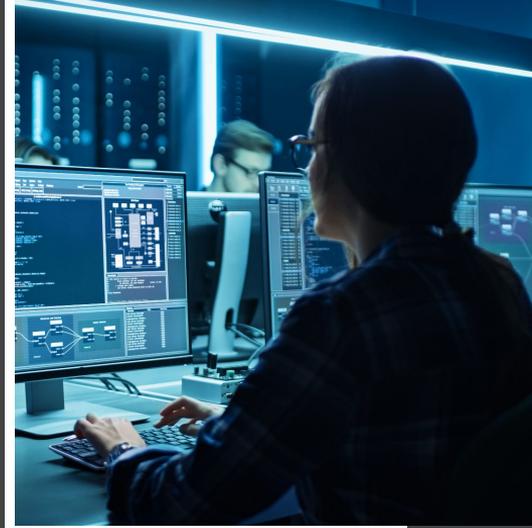
Ainda é difícil estimar o impacto que a Inteligência Artificial terá nos negócios no futuro. Mas há um consenso: poucas empresas manter-se-ão competitivas sem adotar a IA.

Em nosso dia-a-dia na Data-Makers temos visto uma corrida por soluções de IA por empresas de todos os tamanhos. E somos procurados não só por líderes das áreas de Marketing, RH, Comercial e Financeiro interessados em otimização de custos e efetividade, mas também por CEOs buscando aumentar a qualidade de suas decisões.

Ao mesmo tempo em que confirma o interesse dos líderes de negócios pelo tema, a nossa pesquisa revela que ainda estamos dando os primeiros passos no Brasil.

Assim como vimos em nosso estudo sobre “Transformação Digital”, temos hoje perspectivas promissoras para o futuro de IA por aqui. O tema não só é prioridade para as empresas, como há planos para aumentar os investimentos. É hora de acelerar!

Bons insights!

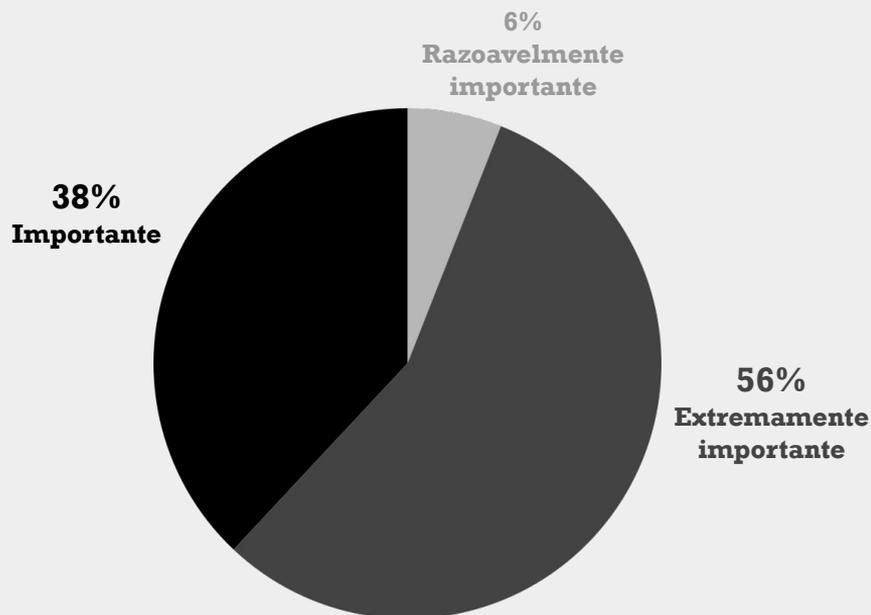


Fabrício Fudissaku
CEO Data-Makers

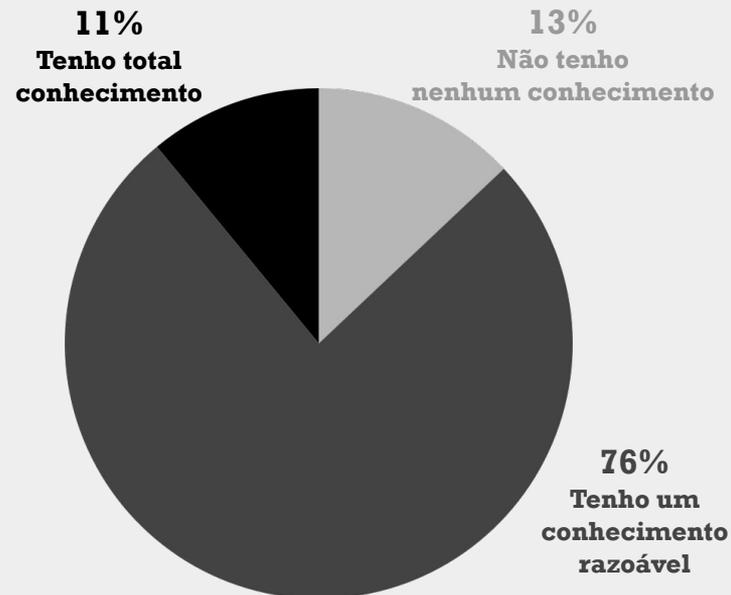
Importância e Conhecimento

Inteligência Artificial no Brasil

Importância para o futuro dos negócios



Conhecimento sobre o tema



Os executivos são unânimes em reconhecer a **importância** do tema. Nenhum respondente qualificou o tema com pouca ou sem nenhuma importância.

56%

dos executivos acreditam que o tema **Inteligência Artificial** é extremamente importante para os negócios.

Altos níveis de conhecimento em IA

C-Levels à frente dos chefes

A importância da Inteligência Artificial foi destacada por executivos de empresas de todos os portes. C-levels revelaram ter mais conhecimento, 14% declararam dominar o tema em profundidade o tema, em comparação com 8% dos CEOs. O que é natural uma vez o conhecimento avançado está relacionado à proficiência técnica em IA.

IA em relação a outros temas

Na comparação com os outros temas investigados na série Data-Leaders, vemos 87% dos executivos com conhecimento razoável ou avançado sobre IA, abaixo de Transformação Digital: 96%, DE&I: 95%, mas acima de ESG: 84%. Vale ressaltar que trata-se de um tema novo e com um perfil técnico, relacionado à avanços tecnológico, o que torna os resultados ainda mais significativos.



Inteligência Artificial como garantia de sobrevivência para o futuro

“Inteligência artificial é fundamental para a competitividade da minha empresa no futuro”



A ampla maioria dos executivos considera a IA fundamental para a competitividade da empresa. Destaca-se aqui a baixa discordância, apenas 1%.

“Apesar de muitos executivos reconhecerem a importância da IA para a competitividade das empresas, a maioria não tem um plano de ação claro sobre como incorporar isso aos negócios.

É preciso, no mínimo, treinar cada área para utilizar Inteligência Artificial Generativa em seus processos envolvendo textos, dados, códigos, imagens, áudios e vídeos.”



Edney “Interney” Souza
Professor e palestrante, Interney

Inteligência Artificial um passo além da importância...

“Inteligência artificial é uma prioridade para a minha empresa”

7%
discordam
totalmente

16%
discordam
parcialmente

25%
neutros

29%
concordam
parcialmente

23%
concordam
totalmente

Muito além de considerar o tema importante, mais da metade das empresas (52%) já considera a IA como uma prioridade em seus negócios.

“A inteligência artificial é uma nova onda da transformação digital e quem não começar essa mudança de dentro para fora vai assistir novamente as big techs roubando

partes do seu market share, sua liderança de mercado e em alguns casos provocando sua falência e morte.”



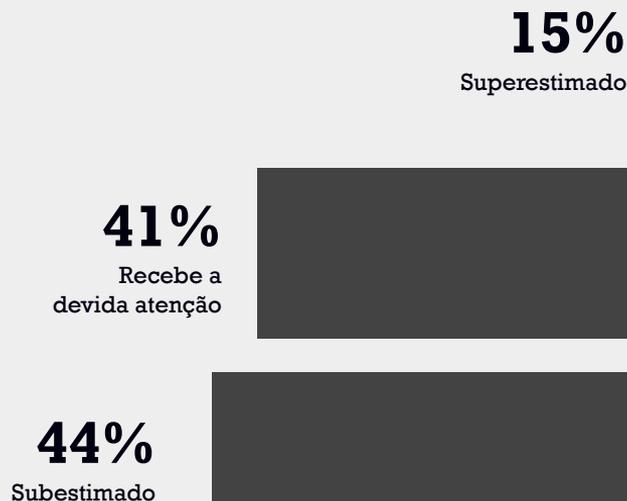
Edney “Interney” Souza
Professor e palestrante, Interney

A atenção à Transformação Digital

Apesar da popularidade do tema, a maioria dos executivos acredita que IA ainda recebe atenção abaixo do ideal. O que indica que não há evidências de saturação.

Entre as grandes empresas, a maioria (79%) acredita que o tema recebe a devida atenção. Já pequenas e médias empresas, acreditam que o tema é subestimado (50%) e (55%) respectivamente.

Atenção à Inteligência Artificial



5%

Excelente

20%

Bom

35%

Razoável

30%

Ruim

11%

Péssimo

O desempenho das empresas em Inteligência Artificial

De acordo com os seus próprios líderes

O estágio de maturidade de IA

A autoavaliação dos líderes revela como ainda estamos um estágio inicial de maturidade.

Apenas um em quatro líderes avalia a atuação de sua empresa em IA de forma satisfatória. 41% acreditam que o desempenho é ruim ou péssimo e outros 35% o qualificaram como razoável.

CEOs mais insatisfeitos

Na comparação entre cargos, embora tenham avaliado suas empresas de uma forma semelhante, CEOs se mostraram mais rigorosos. Entre os líderes que qualificaram a atuação de suas empresas como “péssima”, 83% foram CEOs.

E na comparação com o mercado?

Como os líderes avaliam as práticas de Inteligência Artificial de suas empresas?

Avaliação conservadora

Na comparação com o mercado, os líderes seguiram o mesmo padrão de avaliação conservadora. 44% acreditam que a sua empresa está na média e outros 39% disseram que a atuação é inferior à média de mercado.

Mais conhecimento = melhor avaliação

O nível de conhecimento dos líderes de negócios é um fator determinante para a avaliação. Entre os líderes que tem conhecimento avançado, três quartos acreditam que a sua empresa está acima da média. Já os executivos que afirmaram não ter conhecimento sobre IA, nenhum qualificou a atuação da sua empresa como acima da média.

17%
Superior

44%
Média

39%
Inferior



Motivadores para a adoção da Inteligência Artificial

01

Eficiência operacional

62%

02

Tomada de decisão data-driven

55%

03

Otimização de custos de produção/distribuição

41%

04

Mitigação de riscos

38%

05

Conhecimento do consumidor/
Desenvolvimento de novos produtos

37%

“As empresas estão vendo a IA como diferencial para gerar insights que antes eram inimagináveis. Agora já é possível cruzar informações de várias fontes de dados.

Esses indicadores de performance são os primeiros em que a IA está sendo aplicada. Em breve, veremos os benefícios, principalmente

em tomadas de decisões com suporte em dados, o que antes era difícil por conta da divisão em silos nas empresas.”



Michel Pereira
Director of Data & AI,
Microsoft

Desvendando as **duas IAs** nas organizações brasileiras

Os principais motivadores de IA podem ser divididos em dois grupos.

O primeiro é formado por eficiência operacional, otimização de custos e mitigação de riscos e apontam para uma visão pragmática e mais difundida da IA, em que a aplicação se resume a otimização de recursos, tempo e dinheiro. É o conceito tradicional de IA como ferramenta.

O segundo grupo representa um uso mais sofisticado de IA em que a tecnologia é aplicada com o objetivo de gerar subsídios para a tomada de decisão, aprofundar o conhecimento do consumidor e o desenvolvimento de novos produtos. Nesta dimensão, a IA não substitui o trabalho humano, ela gera subsídios quantitativos e qualitativos para potencializar a capacidade criativa humana.

"A IA tem enorme eficiência na captura e organização de dados. Em certos casos, inclusive oferece insights relevantes. É à inteligência humana, porém, que cabe a

análise, o planejamento estratégico e a tomada de decisões. Essas são tarefas que exigem criatividade e entendimento de contexto, características humanas."



Fernanda Dantas
Head de Inteligência de Dados, CDN

Falta de profissionais e de cultura de Inteligência Artificial como as principais barreiras de adoção

01

Falta de profissionais preparados

48%

02

Falta de conhecimento

42%

03

Falta de preparo da liderança

37%

04

Escassez de recursos financeiros

26%

05

Falta de confiança em IA e questões éticas

22%

“A IA veio muito rápida e pegou todos de surpresa. Tenho falado com empresas que querem fazer IA e não

possuem o básico bem feito: relatório de BI, dados disponíveis e os KPIs do negócio próximo do tempo

real. Devemos ver movimentações rápidas como criação de novas estruturas e investimento em treinamento para os profissionais.”



Michel Pereira
Director of Data & AI,
Microsoft

O gargalo do conhecimento e outras barreiras para IA

A falta de profissionais preparados tem sido frequentemente mencionada em nossa série como uma das principais barreiras de adoção de em temas como ESG, Diversidade & Inclusão e Transformação Digital. No caso de IA, vale notar de que trata-se de um tema relativamente novo, e que no Brasil, ainda estamos defasados em relação ao resto do mundo quando o assunto é talentos em tecnologia.

Outro fator relevante citado foi a falta de preparo da liderança. E os resultados da própria pesquisa comprovam a necessidade de capacitação também dos líderes.

A falta de confiança em IA e questões éticas também foram citadas e indicam um conhecimento dos líderes em temas ligados a privacidade e a segurança.

“O grande boom da IA se deu com o lançamento do ChatGPT em Novembro de 2022, e a grande popularidade dessa tecnologia, causou esse desconforto de times despreparados, falta de conhecimento e uma grande interrogação dentro das empresas.

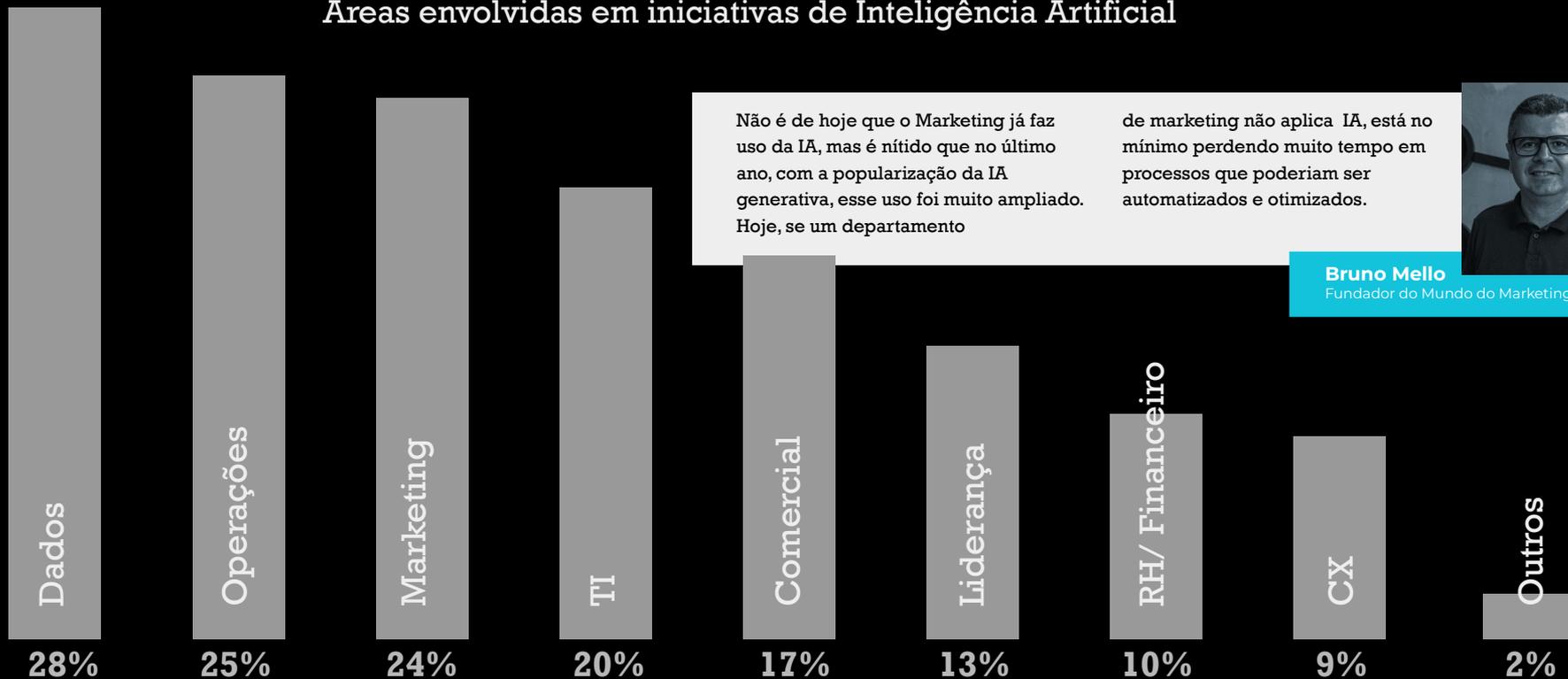
Por se tratar de algo novo (com evolução rápida), logicamente as pessoas e líderes não tiveram tempo para aprender, ensinar e aplicar. Provavelmente em breve teremos mais profissionais preparados, com mais aplicações práticas e um grande ganho de produtividade.”



David Mendes
CEO, Agência Mkt

Aplicações em toda a organização

Áreas envolvidas em iniciativas de Inteligência Artificial



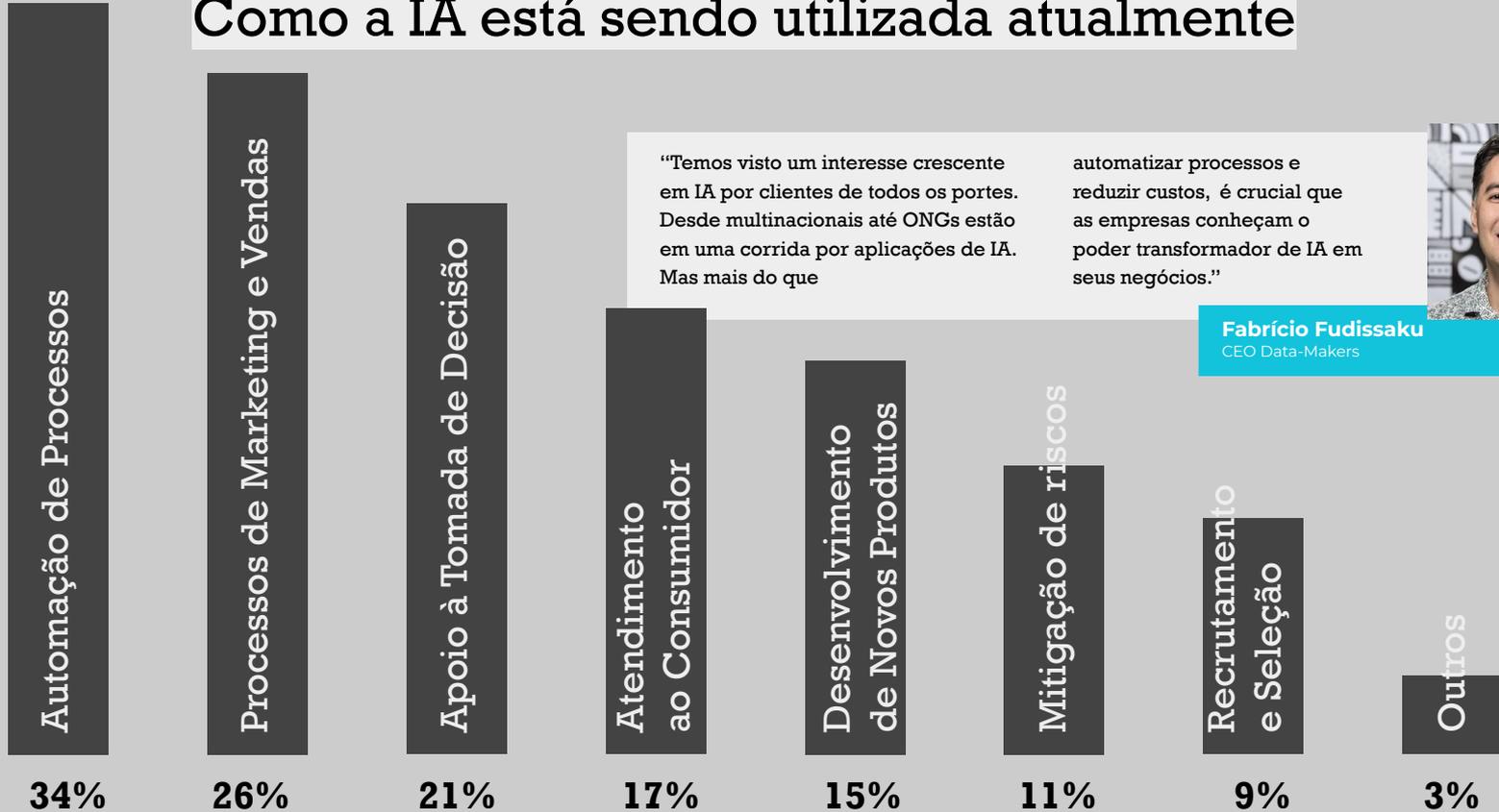
Não é de hoje que o Marketing já faz uso da IA, mas é nítido que no último ano, com a popularização da IA generativa, esse uso foi muito ampliado. Hoje, se um departamento

de marketing não aplica IA, está no mínimo perdendo muito tempo em processos que poderiam ser automatizados e otimizados.



Bruno Mello
Fundador do Mundo do Marketing

Como a IA está sendo utilizada atualmente



“Temos visto um interesse crescente em IA por clientes de todos os portes. Desde multinacionais até ONGs estão em uma corrida por aplicações de IA. Mas mais do que

automatizar processos e reduzir custos, é crucial que as empresas conheçam o poder transformador de IA em seus negócios.”



Fabrício Fudissaku
CEO Data-Makers

Aplicações de IA que serão adotadas nos próximos 12 meses



"Há espaço para uso de inteligência artificial em todas as áreas da empresa, não é somente sobre tomar melhores decisões ou incorporar IA nos produtos ou serviços da companhia, IA é o novo pacote Office e quem não entender isso rapidamente será ultrapassado em 2024 pela concorrência."

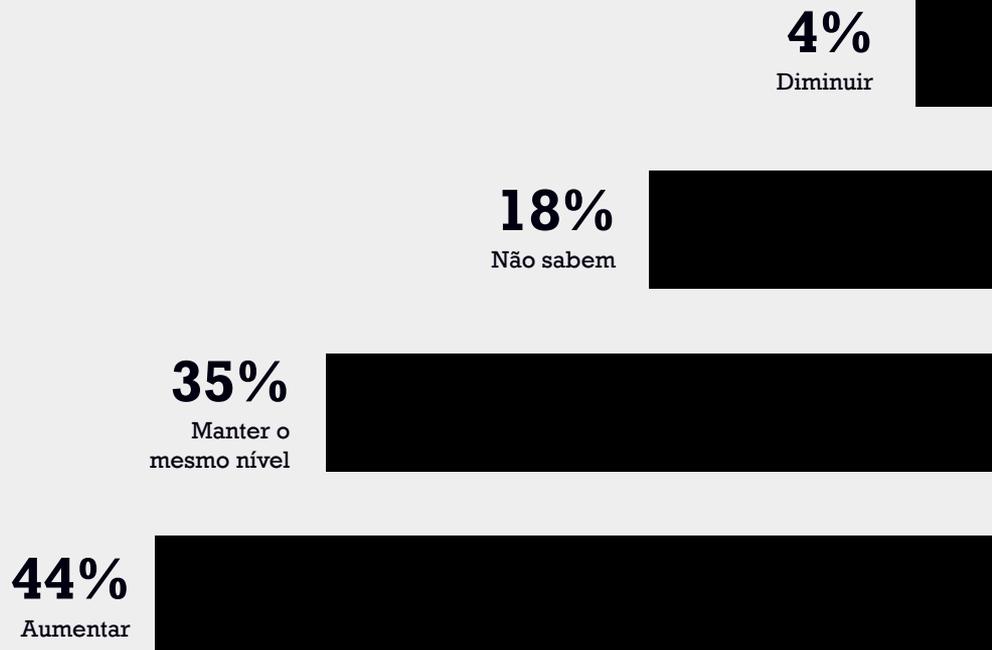


Edney "Interney" Souza
Professor e palestrante, Interney

Um futuro promissor para a Inteligência Artificial no Brasil

Se os executivos acreditam que a atuação de suas organizações em IA ainda precisa melhorar, a perspectiva de investimento nos permite projetar um cenário otimista para o futuro. 44% das empresas pretendem aumentar os investimentos em IA nos próximos 12 meses.

Investimentos em Inteligência Artificial nos próximos 12 meses





As **Startups** como agentes da democratização da **IA**

As startups têm o potencial de desempenhar um papel crucial na popularização da IA e na ampliação do seu alcance ao desmistificar a sua complexidade e oferecer soluções em modelos mais flexíveis de contratação a preços acessíveis.

A agilidade inerente às startups também desempenha um papel crucial, permitindo que respondam

rapidamente às demandas do mercado e refinem suas soluções com base no feedback dos usuários.

Ao alavancar a inovação e a adaptabilidade, as startups estão transformando a IA de uma tecnologia de nicho restrita a uma minoria de privilegiados a um vetor de transformação da sociedade.

"IA estar tão em alta é prova do valor das startups. Afinal, a OpenAI é uma startup fundada no Vale do Silício - debaixo do nariz das big techs - pelo ex-presidente da maior aceleradora de startups do mundo.

Qualquer empresa séria precisará contar com empreendedores para testar e aplicar IA de maneira eficaz em CX, RH, Supply, Marketing e até em seus produtos."



Guilherme Massa
Cofundador, Liga Ventures

Destques do estudo

Os principais insights da pesquisa:



IA é o novo normal

Mais do que um diferencial competitivo, a IA já é vista como o básico. 86% dos executivos acreditam que a Inteligência Artificial é fundamental para a competitividade de sua empresa no futuro.



Inteligência Artificial em primeiro lugar

Além do reconhecimento da importância, os líderes de negócios estão mobilizados a avançar no tema. Mais da metade das empresas já têm IA como prioridade.



Um longo caminho a percorrer

Apesar do crescente interesse, os líderes de negócios reconhecem estar em um estágio pouco avançado no tema. ¾ dos executivos avaliaram a atuação em IA como regular, ruim ou péssima. E para 39% o desempenho é inferior ao mercado.



Futuro Promissor

Quase metade das empresas aumentará investimentos em IA no próximo ano. Projetos de automação de processos, apoio à tomada de decisão e desenvolvimento de novos produtos destacam-se entre as principais aplicações.



Na próxima edição:

Expectativas para 2024

Data-Makers
data-makers.com
@data.makers

Iniciativa Data-Leaders
data-makers.com/data-leaders

Muito obrigado