

IA como motor da reinvenção dos negócios

A inteligência artificial entrega eficiência, mas onde está o retorno sobre o investimento? Quem usa a tecnologia para cruzar fronteiras setoriais sai na frente. Está na hora de direcionar a IA para o que realmente importa e garantir resultados financeiros reais





Muitas empresas ainda medem o sucesso da inteligência artificial pela quantidade de horas economizadas e o volume de entregas. Esse é um indicador equivocado. As organizações que estão capturando mais valor da tecnologia não a usam apenas para fazer melhor o que já faziam. Elas usam IA para disputar novos mercados, criar novas fontes de receita e reposicionar seus negócios.

Toda revolução tecnológica relevante alterou a estrutura dos mercados para além da produtividade. A eletricidade mudou a indústria. A internet reconfigurou a distribuição. E a IA está ampliando as fronteiras dos setores. Nesse contexto, as projeções são otimistas. O Fundo Monetário Internacional estima que o uso da IA poderá acrescentar cerca de 2,5% ao PIB global até o fim desta década.

A 29ª CEO Survey, que publicamos em janeiro deste ano, revelou que 51% das organizações brasileiras pesquisadas passaram a competir em novos setores nos últimos cinco anos, acima da média global de 42%. Empresas de diferentes tamanhos e segmentos disputam os mesmos clientes, compartilham ecossistemas, criam plataformas e competem por espaços que até pouco tempo atrás pareciam bem delimitados.

A inteligência artificial, nesse contexto, deixa de ser apenas uma solução tecnológica para se tornar um motor da reinvenção dos negócios. Seu principal diferencial está na capacidade de acelerar a adaptação dos modelos de negócio em um ambiente de crescentes tensões geopolíticas e guerras tarifárias. É como competir em um jogo cujas regras mudam continuamente, em um ritmo sem precedentes.

O nosso estudo *IA na estratégia: crescer ou ficar para trás*, que analisou mais de 1.200 organizações no Brasil e no mundo, revelou o tamanho do desafio: apenas

20% das empresas

concentram 74% do valor gerado pela tecnologia.

E as organizações mais aptas ao uso da IA apresentam ganhos de receita e eficiência 7,2 vezes superior ao das demais. Estamos assistindo à formação de uma nova elite empresarial: um grupo relativamente pequeno de organizações já descobriu como converter IA em crescimento, enquanto a maioria ainda acumula pilotos e experimentos.

O Brasil participa dessa transformação em um cenário que combina oportunidades e riscos. Segundo relatório divulgado no primeiro trimestre pela Associação Brasileira de Inteligência Artificial e E-Commerce (Abicom), 72% das empresas brasileiras ainda estão em estágios iniciais ou experimentais de adoção da IA, enquanto 59% não têm diretrizes formais para o uso da tecnologia.

Adicionar IA a processos antigos, sem repensá-los, gera desalinhamento estratégico. Organizações que ainda não desenvolveram uma visão clara de para onde o valor está migrando tendem a investir em projetos de IA que consomem recursos, mas não produzem resultados concretos. Por isso, a pergunta mais importante não é se a IA vai transformar o seu setor. Essa transformação já está em curso.



A velocidade dessa transformação e a magnitude do valor em jogo exigem novas formas de agir. Será preciso mobilizar lideranças e recursos, desenvolver novas capacidades e reavaliar estratégias tributárias e regulatórias. A questão que fica é: sua organização está usando IA apenas para aumentar a eficiência do modelo atual ou para reinventar o seu negócio com a urgência necessária?



Contato



Marco Castro
CEO, PwC Brasil
marco.castro@pwc.com

Siga a PwC nas redes sociais



Neste documento, “PwC” refere-se à PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda., firma membro do network da PricewaterhouseCoopers, ou conforme o contexto sugerir, ao próprio network. Cada firma membro da rede PwC constitui uma pessoa jurídica separada e independente. Para mais detalhes acerca do network PwC, acesse: www.pwc.com/structure.