

## IBM Institute for Business Value



---

### Visão Geral

A economia centrada no indivíduo já chegou. As mais recentes tecnologias digitais – dentre elas, mídia social, mobilidade, analítica e nuvem – continuam mudando o modo como as pessoas, os negócios e os governos interagem. Estas forças digitais proporcionam níveis inigualáveis de conectividade e, desta forma, o mundo já está investindo na centralização no consumidor. No entanto, estas novas tecnologias ainda estão em seus estágios iniciais de desenvolvimento. A transformação, que já está em curso, logo se intensificará, resultando em uma mudança dos paradigmas e avançando de uma economia centralizada no cliente para uma economia *everyone to everyone (E2E)*. A fim de se preparar para a disrupção radical que está por vir, as empresas precisam agir agora para criar experiências e modelos de negócio que sejam orquestrados, simbióticos, contextuais e cognitivos.

---

## Reinvenção digital

### *Preparando-se para um amanhã bem diferente*

Os indivíduos capacitados e uberconectados da atualidade buscam acesso 24/7 e transparência organizacional. Eles desejam exercer uma maior influência pessoal sobre as organizações e participar de mais atividades digitais à medida que conduzem suas vidas diárias. Olhando para a frente, 63% dos líderes, que entrevistamos neste Estudo de Reinvenção Digital IBM de 2013, esperam que os consumidores obtenham ainda mais poder e influência sobre os seus negócios. O auge da aceleração das forças digitais e tecnológicas está disseminando a reinvenção em uma escala jamais vista anteriormente. No entanto, a maioria das organizações ainda não compreendeu todas as implicações de um futuro radicalmente diferente e profusamente digital.

As tecnologias digitais acabarão impulsionando mudanças drásticas na economia: as cadeias de valor serão fragmentadas, as indústrias convergirão e novos ecossistemas surgirão. Como resultado, a mecânica da criação e da alocação de valor também mudará. Em uma perspectiva para os próximos cinco anos, 58% dos 1.100 executivos entrevistados no Estudo de Reinvenção Digital IBM esperam que as novas tecnologias reduzam as barreiras de entrada, e, 69% esperam uma maior concorrência entre as várias indústrias.

Portanto, no que implicará este futuro de reinvenção digital contínua? Como as novas tecnologias convergentes impactarão as organizações e as indústrias? O que as organizações podem começar a fazer hoje para se preparar para um ambiente de negócios intensamente diferente? Em particular, quais investimentos, prioridades e ações podem alicerçar um caso de sucesso durante mudanças turbulentas e contínuas?



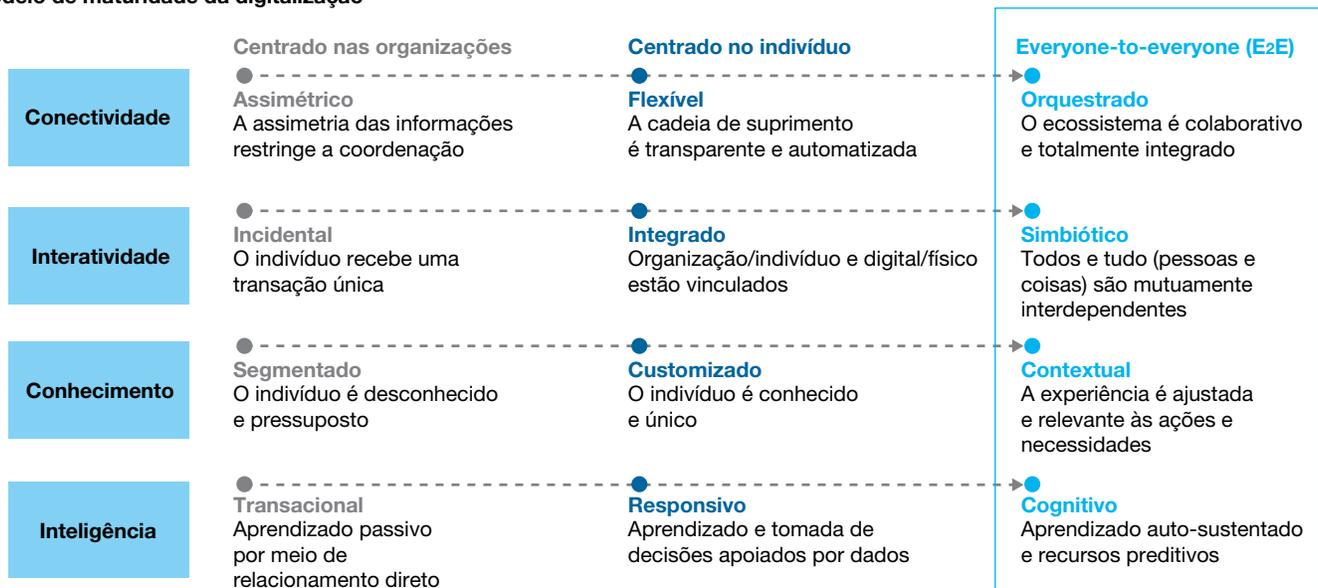
O Estudo de Reinvenção Digital IBM de 2013 considera as respostas a estas perguntas. Para entender melhor o impacto profundo das tecnologias digitais sobre as organizações de hoje, o IBM Institute for Business Value entrevistou aproximadamente 1.100 executivos de negócios, de governo e 5.000 consumidores de 15 países. Foram realizadas também entrevistas detalhadas com 30 líderes futuristas (veja a seção de Metodologia no apêndice para obter mais detalhes).

Nossa análise das descobertas do estudo mostra que à medida que as mudanças tecnológicas persistem, as interações entre as organizações e os indivíduos também mudam – e esta mudança está se acelerando rapidamente. De fato, durante a maior parte do século XX, a economia global foi caracterizada como altamente orientada às organizações. Seu estado atual – centralização no indivíduo – surgiu por volta de 1990, mas acabará evoluindo para um modelo de engajamento *everyone-to-everyone* (E2E).

### Uma visão de um futuro vastamente diferente

O modelo E2E é caracterizado por uma hiperconectividade e pela colaboração de consumidores e organizações em todo espectro das atividades da cadeia de valor: codesign, cocriação, coprodução, comarketing, codistribuição e cofinanciamento. Neste sistema integrado, os consumidores e as organizações trabalham juntos para criar valor, e a transparência gera confiança e eficácia. As diferenças entre os três tipos de modelos econômicos podem ser ilustradas considerando-se quatro principais dimensões: conectividade, interatividade, conhecimento e inteligência (veja a Figura 1).

#### Modelo de maturidade da digitalização



Fonte: Análise do IBM Institute for Business Value.

Figura 1: Uma comparação da “maturidade da digitalização” para três modelos econômicos: centrado nas organizações, centrado no indivíduo e E2E. Um ambiente E2E é orquestrado, simbiótico, contextual e cognitivo.

---

## Principais Contatos

Paul Papas  
paul.papas@us.ibm.com

Steven Davidson  
steven.davidson@hk1.ibm.com

Kazuaki Ikeda  
K7IKEDA@jp.ibm.com

## Autores

Saul J. Berman  
saul.berman@us.ibm.com

Anthony Marshall  
anthony2@us.ibm.com

---

## Garanta o futuro por meio da reinvenção digital

Até a virada do século, os impactos mais poderosos das novas tecnologias demoraram anos para aparecer. Hoje, estamos observando os impactos transformadores das tecnologias de mídia social de analítica, de mobilidade e de nuvem em um ritmo altamente acelerado. A reinvenção digital começou: ela marca o início de um novo paradigma econômico e tecnológico que exige a reimaginação de mercados, estratégias – e do próprio conceito de valor.

As organizações devem começar a se reinventar do zero para que possam continuar competitivas. Por um lado, a rápida digitalização está criando novos valores e oportunidades para que as organizações ganhem influência e gerem inovações. Por outro, as normas estabelecidas estão em risco, devido ao embaçamento das definições tradicionais das indústrias e à formação de novos ecossistemas. Para se prepararem para um futuro radicalmente diferente, aqueles que desejam prosperar na reinvenção digital devem redefinir constantemente a sua estratégia em termos do melhor modo de estar aberto às influências externas, conectar-se aos novos ecossistemas e parceiros e conduzir a mobilização digital em suas organizações.

---

## Como a IBM pode ajudar?

- Reinventar a estratégia de clientes – Formular, implementar e operacionalizar programas para reinventar os relacionamentos com clientes na evolutiva economia *everyone-to-everyone*
- Reimaginar a experiência do cliente – Definir o futuro da experiência interativa aproveitando a vasta inteligência de clientes e aplicando personalização avançada

---

Para ler a versão completa deste estudo, visite: [ibm.com/gbs/disruption](http://ibm.com/gbs/disruption)

Esteja entre os primeiros a receber os insights mais recentes do IBM Institute for Business Value. Assine a IdeaWatch, uma e-newsletter mensal que apresenta relatórios executivos que fornecem insights e recomendações estratégicas com base em nossas pesquisas: [ibm.com/gbs/ideawatch/subscribe](http://ibm.com/gbs/ideawatch/subscribe)

Acesse os relatórios executivos do IBM Institute for Business Value em seu tablet fazendo o download do aplicativo gratuito “IBM IBV” para iPad ou Android em sua loja de aplicativos.



---

© Copyright IBM Corporation 2014

IBM Global Services  
Route 100  
Somers, NY 10589  
EUA

Produzido nos Estados Unidos da América  
Janeiro de 2014  
Todos os Direitos Reservados

IBM, o logotipo IBM e [ibm.com](http://ibm.com) são marcas comerciais ou marcas registradas da International Business Machines Corporation nos Estados Unidos e/ou em outros países. Se estes e outros termos de marcas comerciais da IBM forem marcados em sua primeira ocorrência nestas informações com um símbolo de marca comercial (® ou ™), esses símbolos indicam marcas comerciais ou de direito consuetudinário de propriedade da IBM nos Estados Unidos no momento da publicação. Estas marcas comerciais também podem ser marcas registradas ou de direito consuetudinário em outros países. Uma lista atualizada das marcas comerciais da IBM está disponível na web em “Copyright and trademark information”, em [ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://ibm.com/legal/copytrade.shtml)

Outros nomes de empresas, produtos e serviços podem ser marcas comerciais ou de serviço de terceiros.

As referências feitas nesta publicação a produtos e serviços da IBM não significam que a IBM tenha a intenção de disponibilizá-los em todos os países onde ela atua.



---