

O IMPACTO DAS NOVAS TECNOLOGIAS NOS NEGÓCIOS: INOVAÇÃO E DIFERENCIAÇÃO COMPETITIVA NA ERA DIGITAL

Data de submissão: 07/09/2024

Data de aceite: 01/11/2024

Amanda Pereira Santos

Graduada em Comunicação Social (UFG) e em Comércio Exterior (UNINTER), especialista em Influência Digital: Conteúdo e Estratégia (PUCRS), em Marketing, Branding e Experiência Digital (UNESC) e em Relações Internacionais e Diplomacia (IBMEC), com MBA em Marketing Estratégico (UFG), MBA em Comunicação e Eventos (Descomplica) e Mestrado de título próprio em Comunicação Empresarial e Corporativa (Universidad Isabel I). Mestranda em Negócios Internacionais pela Must University.
Goiânia – Goiás
<http://lattes.cnpq.br/8875865177805924>

RESUMO: O artigo aborda a influência das novas tecnologias no planejamento estratégico corporativo, com foco na inovação e diferenciação competitiva. A explosão da internet nos anos 90, a ascensão do e-business e o impacto de novas tecnologias como a Internet das Coisas (IoT), inteligência artificial (IA) e blockchain são analisados. Com o crescimento exponencial do e-commerce durante a pandemia da covid-19, empresas

adotaram plataformas de Business Intelligence (BI) e Business Analytics (BA) para tomar decisões baseadas em dados. A implementação dessas tecnologias, embora desafiadora e custosa, é essencial para empresas que buscam vantagem competitiva. A IoT promete transformar cadeias de suprimentos, enquanto a IA automatiza processos e oferece análises preditivas. A blockchain e criptomoedas são destacadas como ferramentas cruciais para o comércio internacional. O artigo conclui que a transformação digital deve ser uma prioridade estratégica, exigindo não apenas novas tecnologias, mas também uma mudança na cultura organizacional e capacitação contínua dos colaboradores.

PALAVRAS-CHAVE: Novas tecnologias. Inovação. Competitividade. Internet das Coisas. Inteligência Artificial.

THE IMPACT OF NEW TECHNOLOGIES ON BUSINESS: INNOVATION AND COMPETITIVE DIFFERENTIATION IN THE DIGITAL AGE

ABSTRACT: The article addresses the influence of new technologies on corporate strategic planning, focusing on innovation

and competitive differentiation. The explosion of the internet in the 1990s, the rise of e-business, and the impact of new technologies such as the Internet of Things (IoT), artificial intelligence (AI), and blockchain are analyzed. With the exponential growth of e-commerce during the covid-19 pandemic, companies have adopted Business Intelligence (BI) and Business Analytics (BA) platforms to make data-driven decisions. The implementation of these technologies, though challenging and costly, is essential for companies seeking a competitive advantage. IoT promises to transform supply chains, while AI automates processes and provides powerful predictive analytics. Blockchain and cryptocurrencies are highlighted as crucial tools for international trade. The article concludes that digital transformation must be a strategic priority, requiring not only new technologies but also a change in organizational culture and continuous employee training.

KEYWORDS: New technologies. Innovation. Competitiveness. Internet of Things. Artificial Intelligence.

1 | INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o mundo experimentou profundas transformações tecnológicas que impactaram significativamente sociedades e economias globais. Desde a criação dos computadores pessoais até a explosão da internet e da computação móvel, a tecnologia da informação tem desempenhado um papel crucial como motor de mudança. No contexto corporativo, essas tecnologias influenciam o planejamento estratégico e promovem a sustentabilidade e a diferenciação competitiva no mercado.

Este artigo tem como objetivo analisar a influência das tecnologias da informação no planejamento estratégico corporativo e explorar como essas inovações promovem a sustentabilidade e a diferenciação competitiva. A metodologia utilizada envolve uma revisão de literatura abrangente, com foco em estudos recentes sobre e-business, IoT, IA, blockchain e outras tecnologias emergentes. A pesquisa também considera o impacto do crescimento do e-commerce durante a pandemia da covid-19 e a adoção de plataformas de Business Intelligence (BI) e Business Analytics (BA) pelas empresas.

O artigo está estruturado da seguinte forma: o primeiro capítulo aborda a evolução da internet e sua influência nos modelos de negócios. O segundo capítulo discute o impacto das tecnologias da informação no e-business e no comportamento do consumidor. O terceiro capítulo explora a implementação de plataformas de BI e BA e seus desafios. O quarto capítulo analisa as tecnologias emergentes, como IoT, IA e blockchain, e suas aplicações estratégicas. Por fim, as considerações finais resumem os principais pontos discutidos e oferecem uma visão sobre o futuro do planejamento estratégico corporativo no contexto da transformação digital.

2 | DESENVOLVIMENTO

É fato que a sociedade vivenciou transformações profundas e revolucionárias nos

últimos anos. Na década de 90, a internet emergiu como uma força transformadora. A World Wide Web (WWW) tornou a informação globalmente acessível e iniciou a era da comunicação digital em tempo real. A internet não apenas revolucionou a comunicação, mas também abriu caminho para o comércio eletrônico, mudando fundamentalmente a forma como os negócios eram conduzidos.

Com a popularização da internet, o surgimento de novos modelos de negócios, como marketplaces online e serviços baseados na web, foi facilitado. Empresas como Amazon e eBay se tornaram líderes de mercado ao adotar estratégias que capitalizavam as capacidades da internet para alcançar clientes globalmente. A internet também trouxe a necessidade de uma presença digital robusta e a habilidade de analisar grandes volumes de dados de consumidores, influenciando profundamente as estratégias de marketing e vendas.

O e-business refere-se ao uso de tecnologias da internet para melhorar e transformar os processos empresariais. Empresas adotaram sistemas de gestão empresarial (ERP), plataformas de e-commerce e soluções de CRM para integrar operações e melhorar o atendimento ao cliente, de forma que é cada vez mais necessário que as empresas alinhem suas estratégias de TI com seus objetivos de negócios. A transformação digital se tornou uma prioridade estratégica, com empresas buscando não apenas digitalizar processos existentes, mas também inovar e criar novos modelos de negócio.

Silva, Barbosa, Bizarria e Oliveira (2022) apontam que o e-commerce cresceu exponencialmente no período da pandemia da covid-19, tendo aumentado em número de usuários, frequência e pedidos. Os pesquisadores ressaltam que isso contribuiu para gerar mudanças no comportamento dos consumidores, uma vez que perceberam que há mais comodidade, praticidade e segurança ao comprar pela internet.

A implementação de plataformas modernas como Business Intelligence (BI) e Business Analytics (BA) permite às empresas coletar, analisar e interpretar grandes volumes de dados. Esses insights são essenciais para a tomada de decisões informadas e para a criação de estratégias baseadas em dados. As empresas que conseguem aproveitar essas ferramentas para entender melhor o comportamento dos clientes, prever tendências de mercado e otimizar operações estão em vantagem competitiva.

Para Antonelli (2009), as ferramentas de BI são relevantes justamente porque o cenário atual exige respostas imediatas e eficazes por parte das organizações. Entretanto, ressalta que sua implementação não é simples, pois além de ser um projeto complexo também envolve um alto custo. Outro fator importante é a capacitação dos profissionais envolvidos para que saibam aproveitar as informações obtidas.

Entre as tecnologias emergentes que prometem moldar o futuro estão a Internet das Coisas (IoT), inteligência artificial (IA) e blockchain. Cada uma dessas tecnologias traz potencial para revolucionar diversos setores e as empresas que desejam se destacar no mercado devem incorporar essas tecnologias emergentes em suas estratégias.

Conforme Käercher (2019), a única forma de atingir a maximização da cadeia de valor no comércio internacional contemporâneo é por meio do uso da tecnologia. Nesse contexto, as empresas buscam por inovações e, mais especificamente no caso dos negócios internacionais, o autor aponta que duas ferramentas indispensáveis atualmente são as criptomoedas e a blockchain, uma vez que possibilitam uma transparência nas transações e uma redução dos custos operacionais.

Outro exemplo é o uso da IoT para otimizar cadeias de suprimentos e melhorar a eficiência operacional, enquanto a IA pode automatizar processos e fornecer análises preditivas poderosas. O uso estratégico dessas tecnologias pode criar vantagens competitivas significativas, permitindo que as empresas inovem e se adaptem rapidamente às mudanças do mercado.

De acordo com Rodrigues e Andrade (2021), a IA é a tecnologia da nova era e sua aplicação às necessidades dos negócios demonstra notórios avanços. Hoje, a inteligência artificial faz parte da realidade de empresas das mais diversas áreas. Um dos motivos seria a facilidade de integração com redes sociais, IoT e ferramentas de análise de dados.

Afirmam que nos próximos anos a IoT vai provocar transformações nas pessoas e empresas pois une o mundo “real” ao que denominaram de “universo virtual”, que envolve dados, estatísticas e algoritmos. Assim, integraremos uma rede mundial de informações que é alimentada por seres humanos e ferramentas tecnológicas. Em suma, a IoT deve ser encarada como uma possibilidade de criar mercados e negócios inovadores capazes de gerar receita e valor por meio do lançamento de serviços e produtos.

Dessa forma, o planejamento estratégico corporativo deve considerar a integração e utilização eficaz dessas tecnologias para alcançar sustentabilidade e diferenciação competitiva. A transformação digital deve ser uma prioridade, com as empresas precisando alinhar suas estratégias de TI aos objetivos de negócios. Isso envolve não apenas a implementação de novas tecnologias, mas também a transformação de processos e modelos de negócio.

A adoção de novas tecnologias também implica uma mudança na cultura organizacional. A transformação digital requer uma mentalidade aberta à inovação, disposição para experimentar novas abordagens e resiliência para enfrentar falhas e desafios. Além disso, a capacitação contínua dos colaboradores para lidar com as novas ferramentas e processos é fundamental.

3 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A transformação digital é um imperativo estratégico para as empresas que desejam se manter competitivas no mercado atual. A integração de tecnologias emergentes como IoT, IA e blockchain não só aprimora processos operacionais, mas também abre novas oportunidades para inovação e criação de valor. Empresas que adotam essas tecnologias

de maneira eficaz estão mais bem posicionadas para prever tendências, otimizar operações e oferecer experiências superiores aos clientes.

A adoção de novas tecnologias exige uma mudança significativa na cultura organizacional. As empresas precisam desenvolver uma mentalidade aberta à inovação, disposição para experimentar novas abordagens e resiliência para enfrentar falhas e desafios. A capacitação contínua dos colaboradores é crucial para garantir que as novas ferramentas e processos sejam utilizados de maneira eficaz. Além disso, o alinhamento das estratégias de TI com os objetivos de negócios é essencial para alcançar a sustentabilidade e a diferenciação competitiva desejadas.

Em conclusão, o planejamento estratégico corporativo deve evoluir continuamente para incorporar as tecnologias da informação e maximizar seu potencial. A transformação digital não é apenas uma questão de implementação de novas tecnologias, mas também de reimaginar processos e modelos de negócios. Empresas que conseguem equilibrar inovação tecnológica com uma estratégia bem definida estarão melhor equipadas para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades no mercado global em constante mudança.

REFERÊNCIAS

Antonelli, R. A. (2009). **Conhecendo o business intelligence (BI)**. CAP Accounting and Management, 3(3), 79-85.

Käercher, I. (2019). **Criptomoedas e blockchain: impacto da tecnologia da informação nos negócios e no comércio internacional**. UNISINOS.

Rodrigues, B., & Andrade, A. (2021). **O potencial da inteligência artificial para o desenvolvimento e competitividade das empresas: uma scoping review**. Gestão e Desenvolvimento, (29), 381-422.

Silva, A. S. F., Barbosa, F. L. S., Bizarria, F. P. de. A., & Oliveira, M. S. (2022). **Tendências do e-commerce no pré/bloqueio/pós COVID-19 em análise de dados (inter) nacionais**. Exacta, 22(2), p. 406-433. <https://doi.org/10.5585/exactaep.2022.21589>