



A arte da maturidade em IA

Da prática à performance

Conteúdo

Amadurecer a IA: Por que é importante

05

Maturidade em IA: O que é

08

Campeãs em IA evoluem da prática à performance

13

Como as campeãs em IA dominam a arte

17

Prática que se amplia

29

Anexo

34

Sumário executivo

Em menos de 70 anos, a Inteligência Artificial (IA) evoluiu de um conceito científico para uma constante social.

O cientista da computação John McCarthy cunhou o termo “inteligência artificial” em 1955, propondo que “todo aspecto do aprendizado... pode em princípio ser tão precisamente descrito que uma máquina pode ser criada para simulá-lo”.¹

Hoje em dia, muito do que consumimos em nossas vidas provém do aprendizado de máquinas. Toda vez que você usa um aplicativo de localização para ir do ponto A ao ponto B, usa reconhecimento de voz para converter sua fala em texto ou desbloqueia seu celular por meio da biometria, você está recorrendo à IA.

Apesar da constante expansão destes casos de uso, quando o assunto é obter o máximo retorno do potencial da IA e seus próprios investimentos, a maioria das empresas mal arranha a superfície.

De fato, somente 12% das empresas amadureceram sua IA o bastante para alcançar crescimento e transformação superiores, de acordo com análise global extensiva da Accenture com cerca de 1,2 mil companhias. Chamamos estas empresas de “campeãs em IA”.

Uma outra parcela de 25% das empresas está de alguma forma avançada em sua maturidade em IA, enquanto as 63% restantes (a maior parte) ainda se encontram em fase de testes.

Esta jornada de amadurecimento da IA tem apresentado benefícios há anos. Antes da pandemia (2019), as campeãs em IA já desfrutavam de crescimento médio de receitas 50% superior em comparação com suas pares. E em

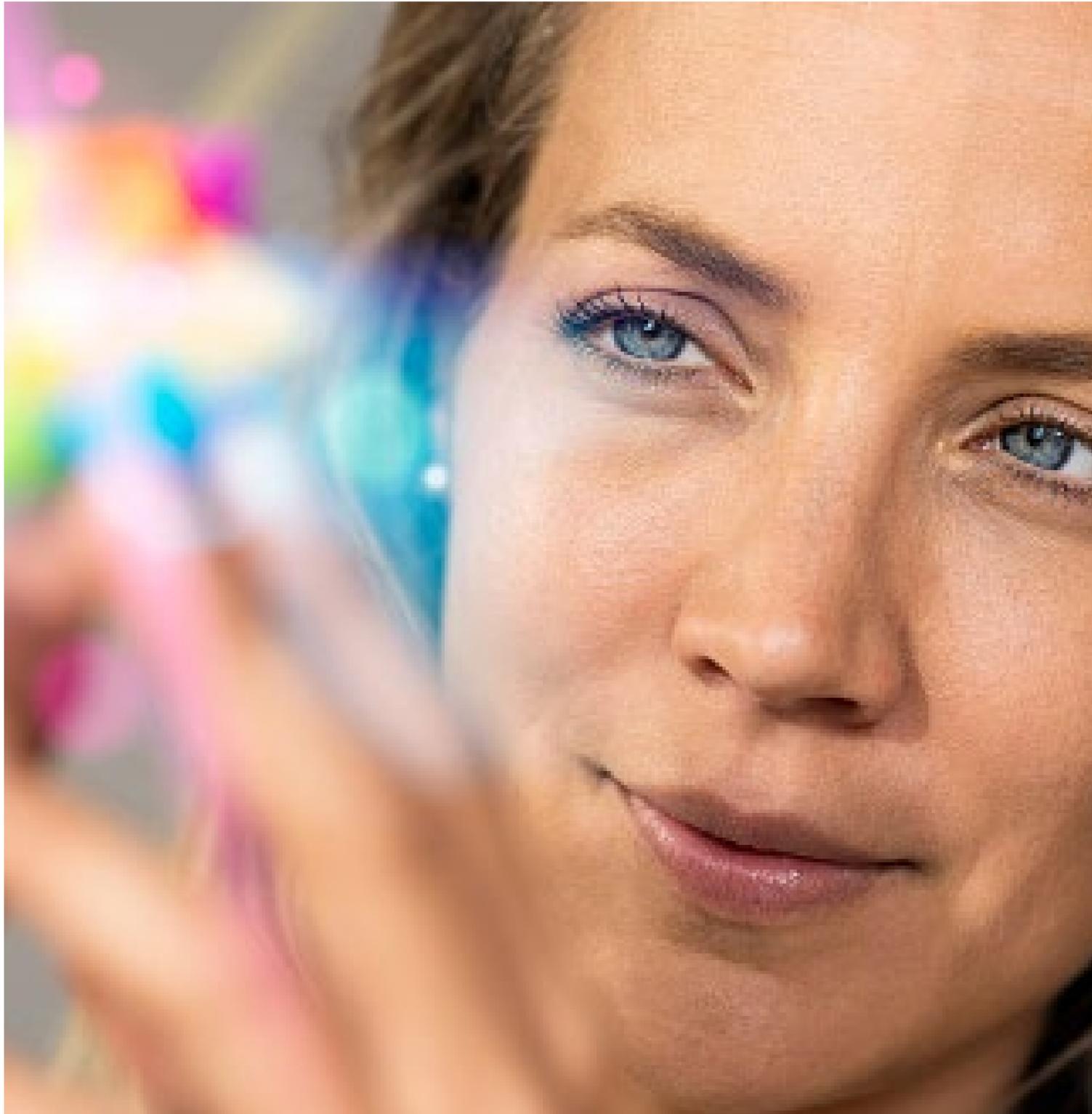
2021, entre executivos das 2 mil maiores companhias do mundo (em valor de mercado), aqueles que discutiam IA em suas apresentações de resultados financeiros eram 40% mais prováveis de ver subir o preço das ações de suas empresas — em 2018, eram 23%, de acordo com a análise da Accenture.

12%

das companhias avançaram sua maturidade em IA o bastante para atingir performance e crescimento superiores.

63%

das empresas ainda se encontram na fase de testes da IA.



O que as campeãs em IA fazem de diferente?

Se está claro que a IA é uma ciência, nossas conclusões demonstram que amadurecer a IA também é uma arte. As campeãs não são definidas segundo a sofisticação de alguma capacidade, mas conforme sua habilidade em combinar forças entre estratégia organizacional, processos e pessoas.

Cinco modos em que as campeãs em IA exercem seu domínio:

- 1. Suas lideranças definem IA como uma prioridade estratégica para toda a organização.**
- 2. Elas investem alto em talento para extrair mais de seus investimentos em IA.**
- 3. Elas definem ferramentas e equipes de IA para criar um núcleo forte de inteligência artificial.**
- 4. Elas projetam IA com responsabilidade desde o início.**
- 5. Elas priorizam investimentos em IA de longo e curto prazos.**

Nossos modelos de machine learning indicam que a parcela de campeãs em IA deverá aumentar rápida e expressivamente, mais que dobrando o tamanho atual - de 12% para 27% até 2024.

Em resumo, a evolução da maturidade em IA não é mais uma opção. É uma oportunidade que se apresenta para todas as indústrias, todas as organizações e todos os líderes.

A arte da maturidade em IA

Amadurecer a IA: Por que é importante



Amadurecer a IA: Por que é importante

Há um consenso crescente de que IA é absolutamente essencial para ter vantagem competitiva.

Então não é surpresa que, em 2021, 46% dos CEOs (das 2.000 maiores companhias do mundo em valor de mercado) tenham mencionado a IA ao divulgarem seus resultados financeiros.²

Nossa pesquisa com mais de 1.600 executivos do alto escalão e líderes de ciência de dados das maiores organizações no mundo viu que quase 75% das empresas integraram IA a suas estratégias de negócio e refizeram seus planos de nuvem para alcançar sucesso com a IA.

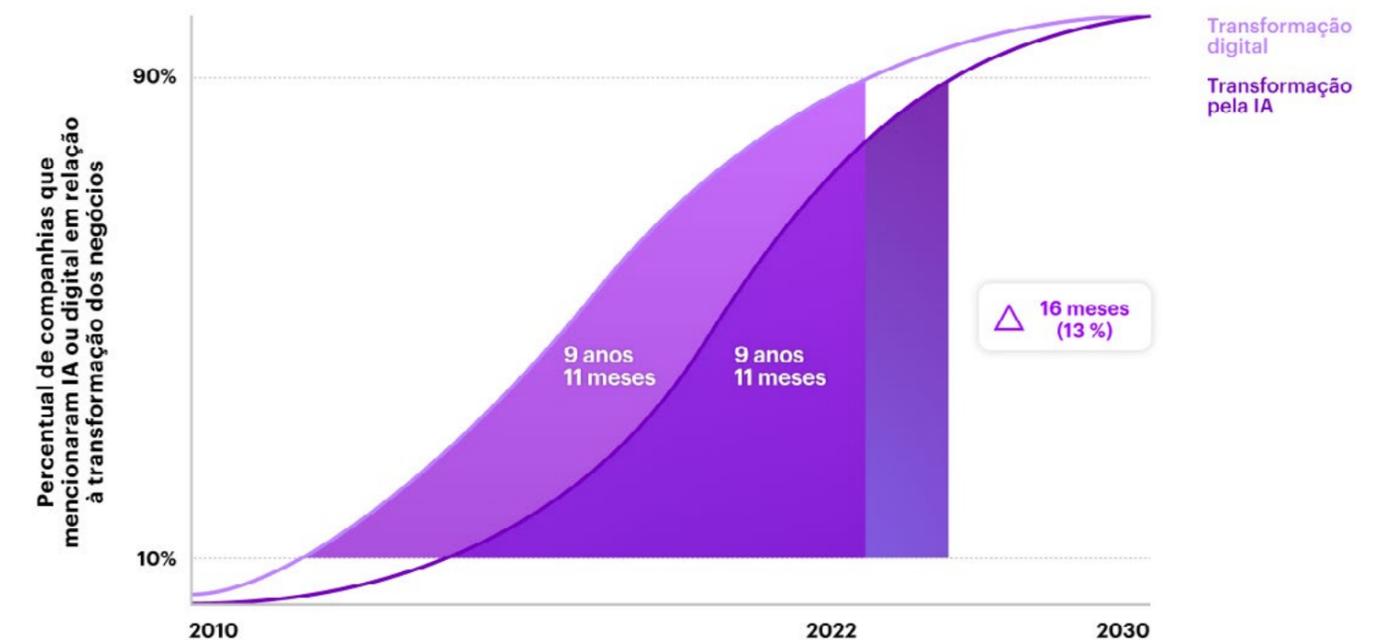
E organizações estão pondo esses planos em prática: cerca de um terço (30%) de todas as iniciativas-piloto de IA está subseqüentemente escalado para entregar resultados amplos, desde aceleração de prazos de P&D para novos produtos até aprimoramento das experiências dos clientes.

As companhias que lideram este movimento já estão vendo resultados — 42% disseram que o retorno de suas iniciativas em IA excederam suas expectativas, enquanto apenas 1% disse que o retorno não foi o esperado.

IA acelerada

Com os êxitos iniciais gerando confiança na IA como um impulsionador de valor, estimamos que a transformação pela IA acontecerá muito mais rapidamente do que a transformação digital — em média, 16 meses mais rápido (Figura 1).

Figura 1: Nós projetamos que a transformação pela IA demorará menos tempo que a transformação digital



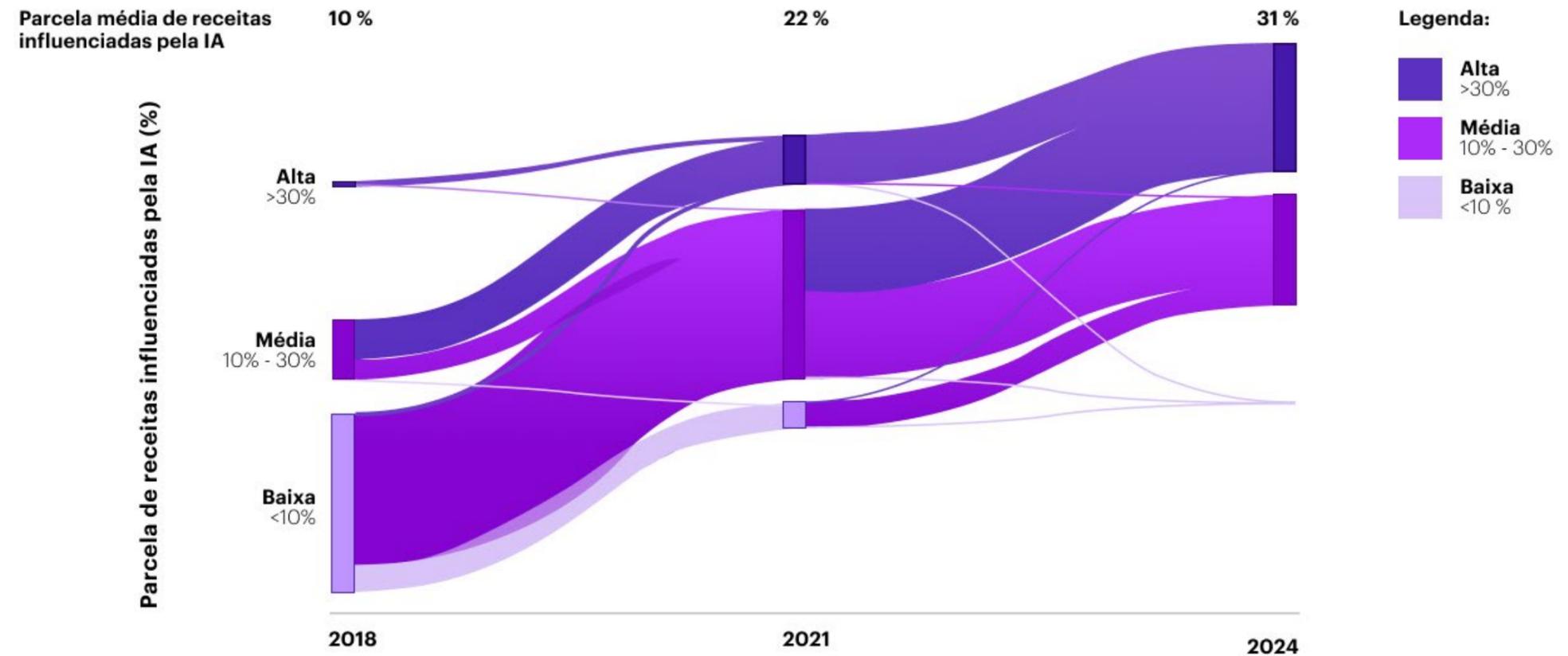
Fonte: Accenture Research

Nota: Nossa estimativa deriva de uma análise de processamento em linguagem natural de apresentações para investidores das 2.000 maiores empresas no mundo (em valor de mercado), entre 2010 e 2021, que fizeram referência a “IA” e “digital” em paralelo com “transformação dos negócios”, respectivamente. Dados foram obtidos de transcrições de resultados financeiros da S&P.

O incentivo para andar rápido é forte. Verificamos, por exemplo, que a parcela de receitas das empresas que são “influenciadas pela IA” mais que dobrou entre 2018 e 2021, e é esperado que ela quase triplique entre 2018 e 2024 (Figura 2).

Com essa evidência, é fácil entender por que companhias planejam aumentar e acelerar seus investimentos em IA. Em 2021, 19% das companhias dedicaram >30% de seus orçamentos de tecnologia a desenvolvimento de IA. Até 2024, 49% das companhias almejam fazer o mesmo.

Figura 2: Evolução da parcela de receitas influenciadas pela IA entre 2018 e 2024*



Nota: A cor indica o limite alcançado pelas receitas influenciadas pela IA em cada período de tempo.

Fonte: Accenture Research

Nota: *2024 = projetado

*Definição para receitas “influenciadas por IA”:

a. Venda de produtos e serviços existentes possível através de melhores insights impulsionados pela IA sobre consumidores, supply chain, canais; **b.** Venda de novos produtos e serviços possível pela introdução do caráter ‘humanos + IA’; **c.** Preços mais altos derivados de algoritmos de ML para precificação. Estas vendas incluem alguma canibalização e novas receitas líquidas. Por outro lado, esta definição exclui maiores eficiências em operações de produção graças à IA.

A arte da maturidade em IA

Maturidade em IA: O que é



Maturidade em IA: O que é

Se a maioria das organizações está correndo para abraçar a IA, por que algumas veem mais valor nela do que outras?

Para revelar estratégias que conduzem ao sucesso em IA, a Accenture desenhou um modelo holístico de maturidade em IA. Adequadamente, nossa própria análise foi baseada no uso da IA.

Aplicamos modelos de machine learning a fim de desemaranhar conjuntos de dados massivos da pesquisa e descobrir impulsionadores de maturidade em IA, o que teria sido impossível de detectar com o uso de métodos analíticos mais tradicionais (conheça mais sobre a metodologia no Anexo).

Nossa pesquisa concluiu que a maturidade em IA se baseia no domínio de um conjunto de capacidades-chave numa

combinação certa — não apenas em dados e IA, mas também em estratégia organizacional, talento e cultura — para dar às companhias uma forte vantagem competitiva. (Veja páginas 36 e 37 para a descrição das principais capacidades.)

Isto inclui capacidades fundamentais de IA — como plataformas e ferramentas de cloud, plataformas, arquitetura e governança de dados — que são exigidas para manter o ritmo dos concorrentes. Além delas, também inclui capacidades de “diferenciação” em IA, como estratégia de IA e patrocínio por parte da alta direção, combinadas com uma cultura de inovação que pode fazer as companhias se destacar.

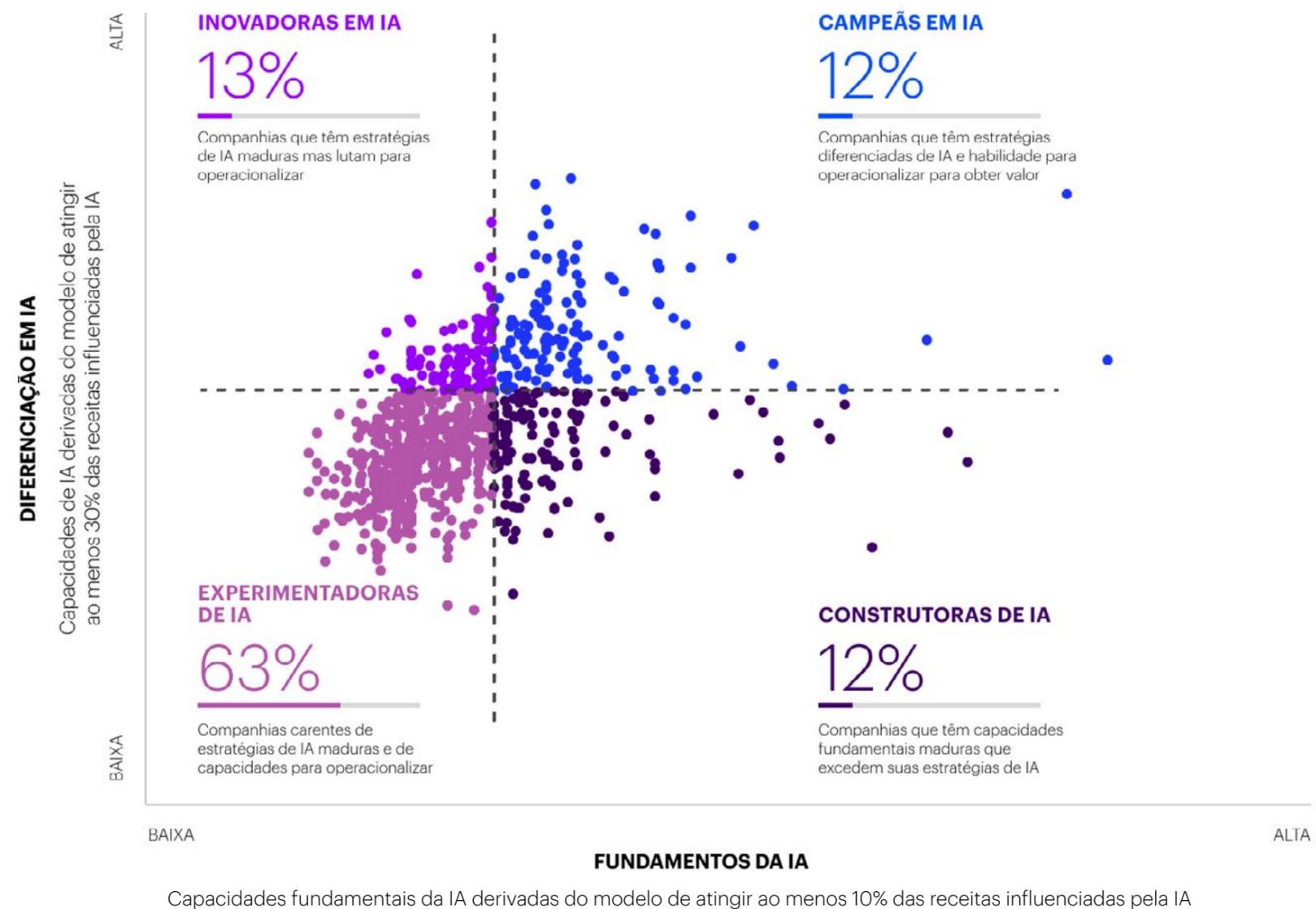
A maturidade em IA mede o grau de domínio ao qual as organizações chegaram com a combinação certa das capacidades relacionadas à IA para alcançar alta performance junto aos clientes, stakeholders e funcionários.

As empresas que tiveram as melhores pontuações nas duas categorias são as campeãs em IA. As “construtoras de IA” mostram capacidades fundamentais fortes e capacidades de diferenciação medianas, enquanto as “Inovadoras em IA” apresentam capacidades de diferenciação robustas e capacidades fundamentais medianas.

Campeãs, construtoras e inovadoras representam coletivamente apenas 37% das organizações pesquisadas — campeãs foram 12%, construtoras também, e as inovadoras foram 13% (Figura 3).

Um quarto grupo, que apelidamos de “experimentadoras de IA” — aquelas com capacidades medianas em ambas as categorias —, é composto pela maioria (63%) de todas as companhias pesquisadas.

Figura 3: Somente 12% das organizações são campeãs em IA



Fonte: Análise da Accenture Research baseada numa amostra de 1.200 companhias

Para as 2.000 maiores empresas no mundo em valor de mercado, a percentagem de campeãs foi ainda menor: 10%. Estes números sugerem que grandes firmas devam ter dificuldade para fazer os grandes movimentos fundamentais e culturais necessários para se tornar campeãs.

Vistas em conjunto, campeãs, construtoras e inovadoras tendem a ter mais recursos (como tecnologia, talento e patentes) para consolidar sua visão de IA a fim de transformar suas organizações. Exemplos podem ser encontrados numa grande variedade de setores: saúde, serviços financeiros, biotecnologia, utilities, varejo, energia e outros.

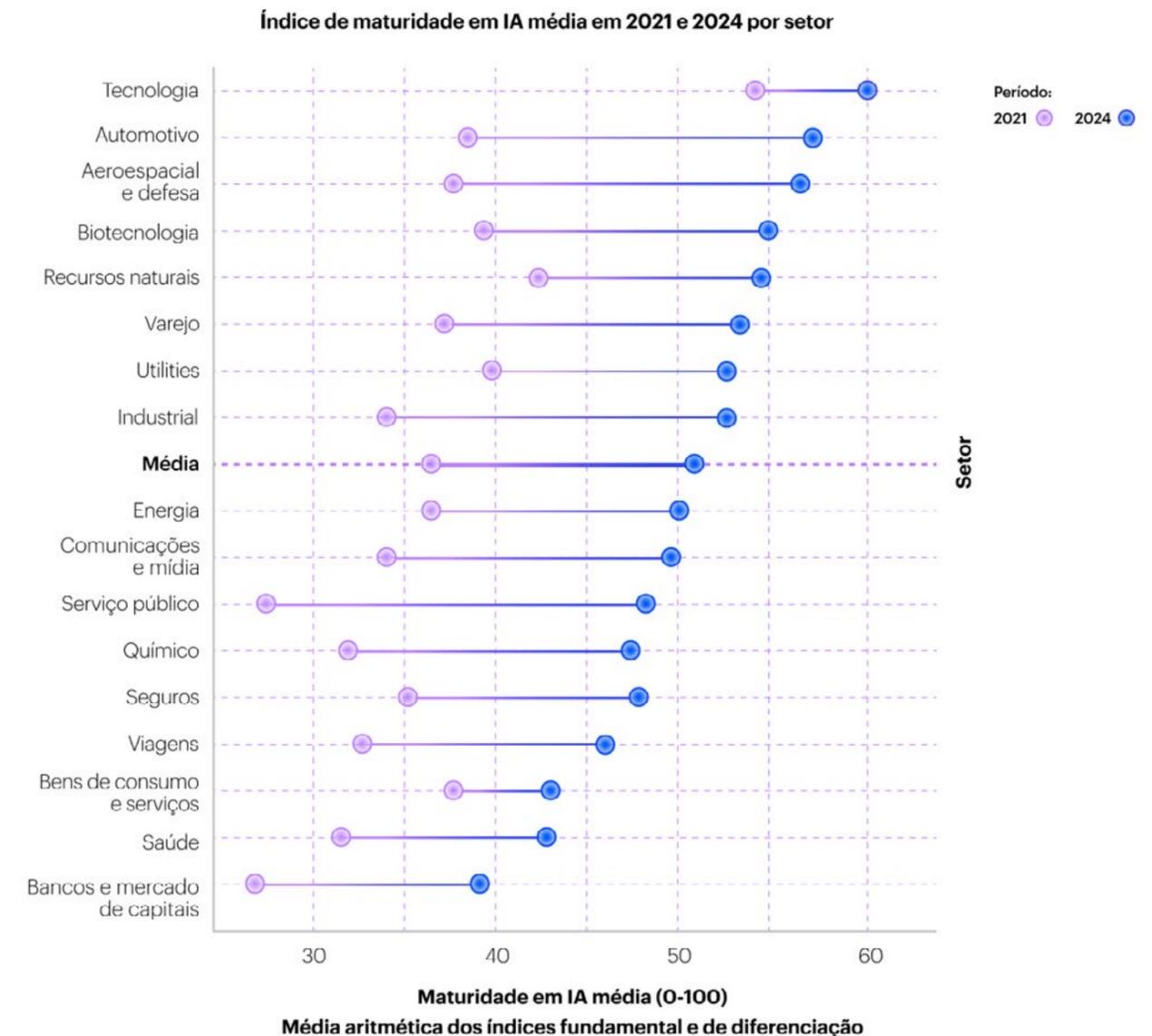
IA aplicada

Enquanto alguns setores como tecnologia estão atualmente bem na frente em sua respectiva maturidade em IA, a lacuna tende a se estreitar consideravelmente até 2024 (Figura 4).

O setor automotivo aposta num grande aumento de vendas de veículos autônomos alimentados por IA. Empresas do setor aeroespacial e defesa antecipam uma demanda contínua para sistemas remotos impulsionados por IA. E a indústria de biotecnologia vai estender o uso de IA no desenvolvimento de medicamentos eficazes. Ainda assim, resta um enorme espaço para crescimento na adoção da IA em todos os setores e imensas oportunidades para aquelas organizações que decidam agarrá-las.

Para setores retardatários como serviços financeiros e saúde, uma série de fatores pode estar contribuindo para sua relativa baixa maturidade em IA — incluindo desafios legais e regulatórios, inadequada infraestrutura de IA e uma escassez de trabalhadores treinados em IA.

Figura 4: Níveis de maturidade em IA por indústria, 2021 e 2024*



Fonte: Accenture Research

Nota: *2024 = pontuações estimadas. As pontuações de maturidade em IA por setor representam a média aritmética de seus respectivos índices fundamental e de diferenciação.

IA aplicada nos setores

- Um **serviço de entrega de comida** usa deep learning para direcionar os entregadores para as melhores rotas de entrega. Modelos de IA analisam mais de 2.000 variáveis, das mais recentes tendências de pedidos até as condições de tráfego, para fazer recomendações em tempo real.
- Uma **grande empresa petroquímica** usa drones e visão computacional alimentada por IA para monitorar seu equipamento e suas instalações remotas. O resultado: inspeções mais frequentes com custo menor para a companhia e menos riscos de segurança para seus trabalhadores de manutenção.
- Uma **empresa de telecom baseada no Oriente Médio** utiliza assistentes virtuais impulsionadas por IA — que pode se comunicar em diferentes dialetos árabes e em inglês — para habilmente responder a cerca de 1,65 milhões de chamadas de consumidores todo mês.
- Uma **grande companhia de telecom na Austrália** implantou IA para quantificar a eficácia de suas iniciativas individuais de marketing. A firma foi capaz de medir cerca de 4.000 métricas diferentes de marketing e, no processo, criou uma capacidade de geração de insights para o desempenho do marketing de elevado padrão, com uma série de aplicações estratégicas e táticas. A empresa vem usando insights decorrentes do Marketing Mix Modeling (MMM) a fim de otimizar a alocação de despesas de marketing, mensagens e mídia.
- Um **instalador de painéis solares**, líder em sua área, usa fotos de satélite e algoritmos de deep learning para criar planos totalmente automatizados para instalações em telhados e estimativas de preço. Além de oferecer aos consumidores finais uma habilidade inédita de autoprojeção de seus sistemas, a companhia espera que seus projetos conduzidos por IA reduzam os custos de vendas em até 25%.
- No setor público, o **Metrô de Madrid**, um dos sistemas ferroviários urbanos mais antigos do mundo, implantou algoritmos de IA para peneirar dados entre montanhas de informações de todo tipo, de temperatura do ar em cada estação até padrões de frequência dos trens e passageiros, e os preços da eletricidade — para reduzir seu consumo anual de energia em 25%.
- Um **grande engarrafador de bebidas instalado nos EUA** usou IA para consolidar fontes de dados e medir o efeito de promoções junto a diferentes revendedores e mercados, reforçando suas vendas anuais em 3%.

A arte da maturidade em IA

Campeãs em IA evoluem
da prática à performance

Campeãs em IA evoluem da prática à performance

Campeãs em IA prosperam diante de métricas de performance tradicionais

Antes da pandemia (2019), elas já usufruíam de crescimento de receitas 50% maior em média em comparação com seus pares. E hoje, elas têm 3,5 vezes mais probabilidade que as experimentadoras de ver suas receitas influenciadas por IA superar 30% de suas receitas totais.

Estas empresas superam as expectativas, implantando soluções de IA para resolver problemas, indicar oportunidades e superar seus pares. O que diferencia as campeãs em IA?

Maestria multidisciplinar

Quando comparadas com outros grupos, as campeãs em IA demonstram alta performance numa combinação de

capacidades. Elas não são definidas pela sofisticação de qualquer capacidade individual, mas sim pela sua habilidade em combinar forças entre estratégia, processos e pessoas (Figura 5).

Em comparação, as inovadoras tipicamente se sobressaem ao garantir o endosso sênior e abraçar o treinamento para todos os funcionários, mas carecem das capacidades fundamentais requeridas para apoiar a IA com escala.

As construtoras, por outro lado, se destacam na criação de plataformas de dados e IA, mas tendem a ser mais frágeis na imposição de uma fluência de IA e de uma cultura de inovação que são necessárias para impulsionar a adoção.

Figura 5: Campeãs em IA se destacam em quase todas as capacidades



Fonte: Accenture Research

Nota: Cada quadrado representa uma das 17 capacidades principais. O quadrado estará preenchido quando o perfil de IA for superior em relação aos seus pares (mais alto que a média entre todas as companhias em termos de % de empresas alcançando o nível maduro).

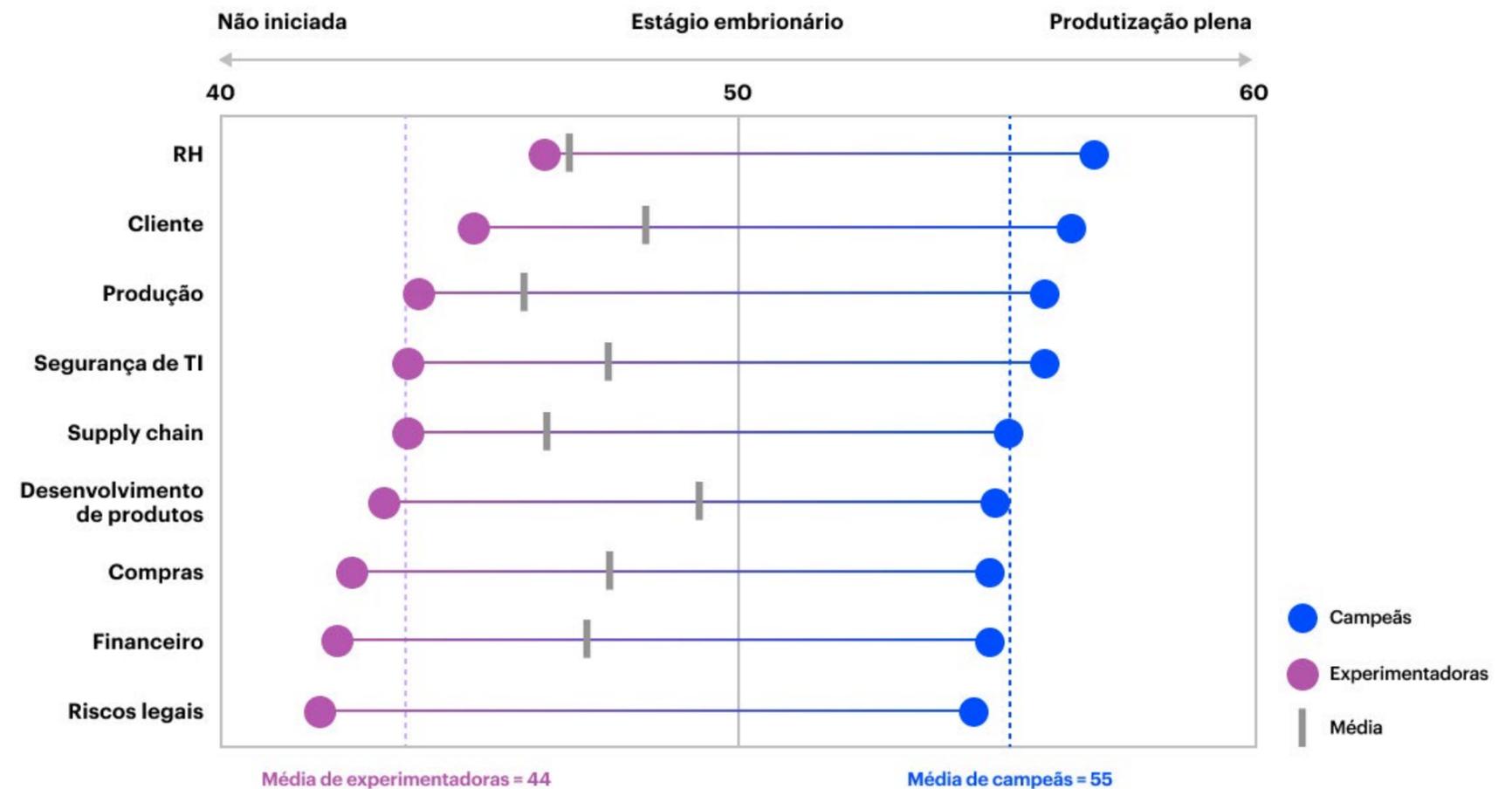
Integrando pilotos à produção

As campeãs foram muito além do ponto de inflexão dos investimentos em IA, passando da experimentação isolada de IA à aplicação de IA com escala para resolver problemas críticos de negócio (Figura 6). As campeãs tendem a ser 25% mais prováveis de escalar pilotos de IA pela empresa inteira do que as experimentadoras de IA.

Considere o desenvolvimento de produtos como um exemplo: a **Procter & Gamble (P&G)** usa algoritmos de “IA explicável” para aproveitar seus dados proprietários e modelos de formulação e recomendar melhorias em produtos. Se, por exemplo, a companhia quiser aumentar a espuma em seu líquido para lavar louça sem mudar o preço, desenvolvedores de software in-house podem agora recorrer à IA explicável para recomendar um ingrediente alternativo. Caso, no entanto, esse novo ingrediente modifique a cor do líquido, os desenvolvedores podem então instruir a IA para buscar um novo ingrediente — e assim por diante.

A P&G também recorre à IA para gerar formulações de produtos que sejam mais prováveis de ter o desempenho esperado, resultando em menos testes físicos para novos itens. A vantagem são custos de desenvolvimento menores, assim como a habilidade para customizar melhor alguns produtos para mercados específicos e lançá-los mais rapidamente.

Figura 6: Campeãs se destacam ao integrar pilotos à produção



Fonte: Accenture Research

Nota: Pontuação de 0 a 100, onde 0 = caso de uso de IA não iniciado, 50 = IA em estágio inicial, 100 = disponibilidade de programas de IA para produção plena. O gráfico mostra as pontuações médias para casos de uso da IA em diferentes funções, entre as campeãs e as outras firmas. Essas diferenças são estatisticamente significativas após o controle por setor, geografia e tamanho da companhia; veja Anexo para maiores detalhes.



Foco além das métricas financeiras

As campeãs também desenvolvem fortes relacionamentos com consumidores — através da construção de confiança, redução das taxas de churn e reforço da qualidade e segurança de seus produtos e serviços. Nosso modelo de desempenho dos stakeholders mostrou com alta significância estatística que as campeãs pontuam 8% mais alto do que as experimentadoras na área de experiência do cliente (veja Anexo para maior descrição da metodologia).

Além disso, elas dobram seu compromisso com sustentabilidade ao, por exemplo, medir rigorosamente e reduzir suas emissões de gases de efeito estufa, consumir água e outros recursos naturais mais moderadamente e usar IA com responsabilidade.

A pesquisa Sustainable Technology da Accenture com mais de 500 companhias multinacionais verificou que, das empresas

pesquisadas que cuidam da redução de emissões em suas operações, 70% usam IA para alcançar essas reduções. Do mesmo jeito, das firmas abordadas que fizeram progressos ao medir e divulgar suas pegadas de carbono de modo mais transparente, 75% usaram IA para obter tal avanço.

Uma companhia de utilities instalada nos EUA conduziu monitoramento remoto de sua extensiva rede de infraestrutura por meio de satélite, drones e outras ferramentas de vigilância. Com a ajuda de analytics avançado, machine learning e visão computacional, a companhia foi capaz de identificar e priorizar rapidamente áreas para manutenção, melhorar a segurança pública e mitigar os efeitos das mudanças climáticas.

O modelo de desempenho dos stakeholders revelou que a lacuna da criação de valor entre as campeãs e as outras companhias é expressiva quando a questão é sustentabilidade.

A arte da maturidade em IA

Como as campeãs em IA dominam a arte

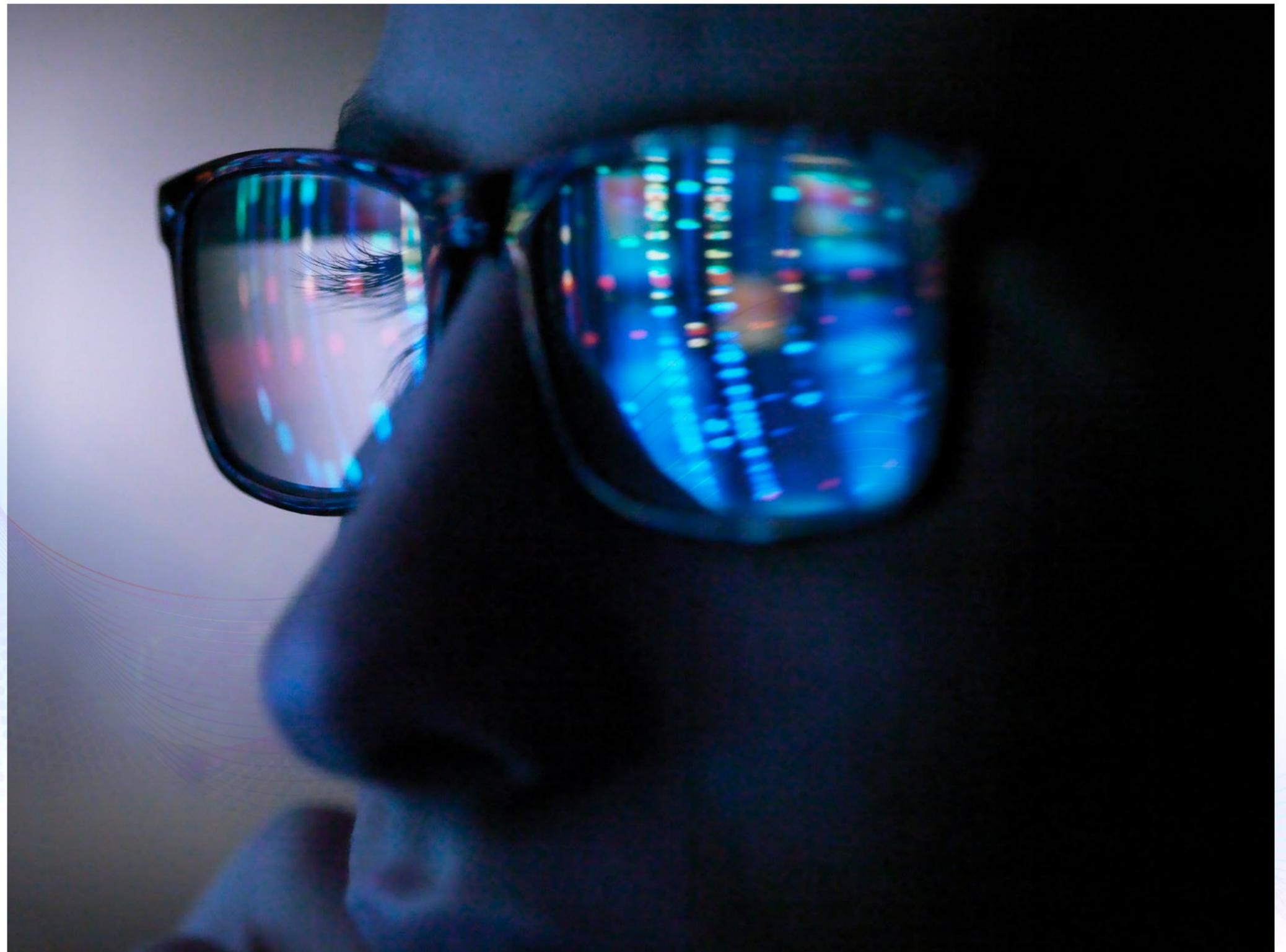
Cinco fatores de sucesso

Como as campeãs em IA dominam a arte

Vale destacar que o potencial para organizações maduras em IA vai evoluir junto com a própria tecnologia. A alta performance de hoje vai se tornar lugar-comum amanhã.

Hoje, as campeãs em IA definiram o padrão e estão posicionadas para permanecerem líderes. Se é certo que existe uma ciência da IA, elas também nos mostraram que amadurecer a IA também é uma arte.

Elas demonstraram que a excelência em áreas como visão e cultura são tão vitais como a integridade dos algoritmos. Nossa pesquisa revelou cinco fatores de sucesso para as campeãs em IA.



Fator de sucesso 01

Enaltecer a IA como uma prioridade estratégica na organização inteira, com total endosso da liderança

As companhias podem criar estratégias de IA fortes, mas se não receberem suporte entusiástico do CEO e do resto da alta direção, elas tendem a não vingar, competindo com outras iniciativas por atenção e recursos.

As campeãs costumam ter patrocínio formal sênior para suas estratégias de IA: vimos que 83% das campeãs têm tal endosso, enquanto apenas 67% das construtoras e só 56% das experimentadoras dispõem de tal apoio da liderança.

Nossa pesquisa também indica que as melhores estratégias de IA tendem a ser ousadas, mesmo quando se iniciam de forma modesta. Estratégias de IA arrojadas, por sua vez, ajudam a impulsionar inovação.

E para os CEOs das campeãs, criar uma cultura de inovação é por si só um movimento deliberado e estratégico — um que é usado como veículo para experimentação e aprendizado por toda a organização.

De fato, 48% das campeãs integram inovação às suas estratégias organizacionais, enquanto apenas 33% das experimentadoras assim o fazem.

“Nos últimos cinco anos, começamos a usar IA como um dos nossos impulsionadores principais na empresa. Cinco anos atrás, a IA não era importante... [mas hoje] está se tornando essencial. Eu diria, entre 0 e 10, que [a IA] tem importância de peso 8.”³

CEO de uma fabricante alemã de peças e equipamentos automotivos



Por exemplo, a **Lendlease Digital**, (parte da multinacional Lendlease Group) espera produzir módulos de arquitetura para edifícios usando design generativo e IA, e depois usar essas peças para construir edifícios reais em fábricas — procedendo à montagem de todos os módulos como jogos de LEGO.

A visão ousada da companhia começa pelo topo, liderada pelo CEO da Lendlease Digital, William (Bill) Ruh.

Para encorajar tal inovação de ponta a ponta, as campeãs implementam sistemas e estruturas que ajudam os funcionários a mostrar seus experimentos em inovação e a procurar feedback construtivo da liderança. Por exemplo, as campeãs tendem a ser as primeiras a abraçar novas ferramentas que encorajem seus trabalhadores a experimentar e inovar.

Vimos que 16% das campeãs já usam plataformas que permitem aos funcionários colocar questões facilmente e compartilhar ideias com colegas na empresa — em comparação com 4% das experimentadoras. Esse número somente vai crescer na medida em que estas companhias expandam seus agrupamentos de talento em IA.

83%

das campeãs têm patrocínio sênior e do CEO.

Fator de sucesso 02

Investir fortemente em talento para obter mais dos investimentos em IA

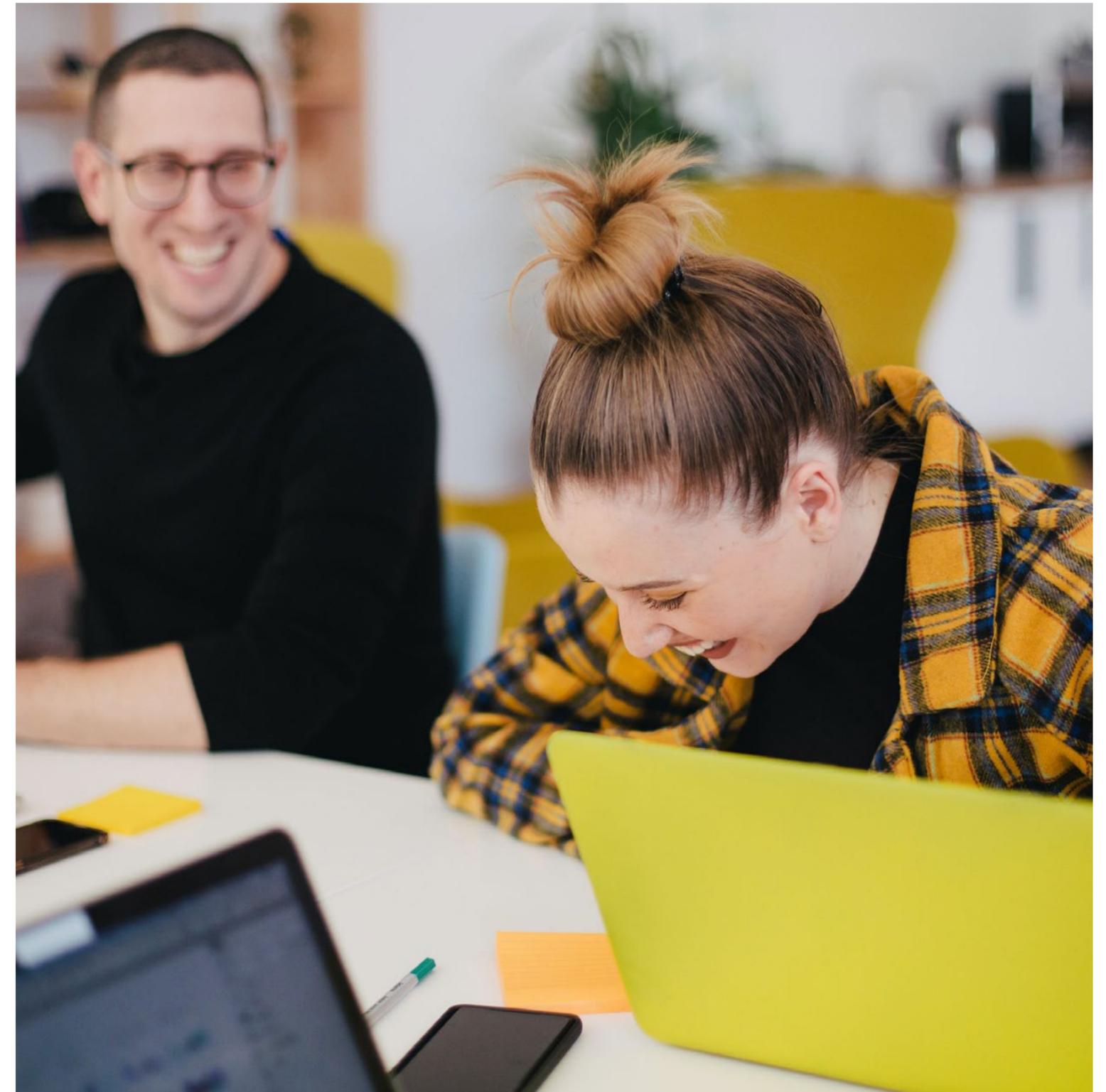
Com uma clara estratégia em IA e um forte patrocínio do CEO, as organizações tendem a investir mais na criação de fluência de dados e IA entre as suas equipes. Se a proficiência da IA deve começar pelo topo, ela não pode terminar ali.

Constatamos, por exemplo, que 78% das campeãs — em comparação com apenas 56% das construtoras e 51% das experimentadoras — têm treinamento mandatório em IA para a maioria dos trabalhadores, desde engenheiros de desenvolvimento de produto até executivos da alta direção.

Por causa da prioridade que as campeãs dão aos esforços para educar suas forças de trabalho, não surpreende que seus empregados também sejam mais proficientes em habilidades relacionadas à IA.

Isto torna mais fácil escalar a colaboração humana e da IA e assim garantir que IA se difunda pela organização.

Quase metade (44%) das campeãs dispõe de mão de obra com altas e consistentes competências em tarefas associadas a IA, enquanto as inovadoras (33%) e as experimentadoras (30%) têm significativamente menos funcionários assim, em média. Além disso, as campeãs têm mão de obra mais qualificada em quase todas as habilidades relacionadas a dados e IA.



As campeãs também desenvolvem estratégias proativas de talento em IA a fim de se manter adiante das tendências do setor. Além de contratar, isto significa fazer parcerias com ou adquirir firmas especializadas para preencher funções críticas (como cientistas de dados ou comportamentais, cientistas sociais e especialistas em ética). Também significa ter um plano para montar equipes diversificadas e multidisciplinares para colaborar, criar e manter o máximo de valor das capacidades de ciência de dados da companhia.

Em 2018, a companhia americana de utilities **Exelon** montou uma academia de analytics. Dentre os funcionários altamente capacitados, Jeffrey Swiatek, com 41 anos, se deslocou de sua longeva função profissional de trabalhador de manutenção para uma posição mais bem remunerada como engenheiro quantitativo. Swiatek desde então tem usado seu treinamento para escrever software preditivo que permitirá à Exelon economizar uma estimativa de US\$ 1 milhão ao longo de oito anos em equipamento de manutenção.⁴

A gigante japonesa de e-commerce **Rakuten** estabeleceu um “Departamento de promoção da IA” em 2016 a fim de acelerar os esforços para infundir IA entre os mais de 70 diversos negócios da companhia. Em 2018, o departamento ajudou a transformar mais de 30 projetos piloto de IA em produtos bem-sucedidos.⁵

E uma **companhia líder de óleo e gás no Sudeste Asiático** construiu uma plataforma gamificada de aprendizagem alimentada por IA para expandir a fluência digital de seus funcionários. Também criou um revisor de desempenho baseado em nuvem que examina o valor de dados de uma década dos funcionários para recomendar trabalhadores mais indicados para diferentes papéis digitais. A inovação levou o departamento de RH a reduzir expressivamente o tempo para preencher posições. Também reduziu o escopo dos preconceitos gerenciais em decisões de promoção e ajudou trabalhadores a avaliar e fechar lacunas de capacidades digitais.

78%

das campeãs têm treinamento de IA mandatório para a maioria dos funcionários, de engenheiros desenvolvedores de produto a executivos da alta gestão.

Fator de sucesso 03

Industrializar ferramentas e equipes de IA para criar um núcleo de IA

Uma outra prioridade para as campeãs consiste em montar um núcleo de IA: uma plataforma operacional de dados e IA que lide com o talento na companhia, a tecnologia e os ecossistemas de dados, permitindo às empresas balancear experimentação com execução. Um núcleo de IA ajuda organizações a produtizar suas aplicações de IA e a integrar IA em outras aplicações, o que torna a diferenciação com IA mais perfeita.

Um núcleo de IA também funciona na continuidade da nuvem (p.ex., da migração para a inovação), fornece capacidades de dados end-to-end (fundação, gerenciamento e governança), gerencia o ciclo de vida de machine learning (workflow, treinamento modelo, implantação modelo) e provê capacidades self-service. Núcleos de IA são, por sua vez, geridos por equipes interdisciplinares dedicadas compostas por engenheiros de aprendizado de máquina,

cientistas de dados, experts em domínio de dados e engenheiros de sistemas.

Para construir núcleos de IA, as campeãs aproveitam o poder dos dados internos e externos, tornando-os confiáveis e os armazenando numa única plataforma de cloud de alto padrão — completando com políticas de uso apropriado, monitoramento e proteção.

Para obter valor de seus dados rápida e efetivamente, as campeãs também têm, em média, 32% mais probabilidade de desenvolver aplicações de machine learning customizadas, ou a trabalhar com um parceiro que ofereça soluções as-a-service — se comparadas às experimentadoras. As campeãs também tendem a usar IA para inovação mais do que as inovadoras, recorrendo a redes de desenvolvedores disponíveis que possam rapidamente produtizar e escalar pilotos bem-sucedidos.





Uma **grande seguradora** costumava depender de seus funcionários para administrar sinistros manualmente — um processo entediante que custava mais de US\$ 500 milhões anualmente — antes mesmo dos pagamentos de bilhões de dólares da empresa aos segurados. A companhia explorou sistemas de armazenamento na nuvem e IA mais agressivamente, com o objetivo de armazenar, analisar e rastrear imagens e outros dados não estruturados para apoiar os processos dos sinistros. Ao industrializar as ferramentas e as equipes de IA, a empresa mirou em ganhos de eficiência de 5% apenas no primeiro ano, com economia de custos no longo prazo de mais de US\$ 100 milhões anuais.

Uma **companhia europeia de energia** criou uma fábrica digital para ajudar a capacitar os empregados a usar analytics e insights impulsionados por IA em suas funções diárias. Entre outras iniciativas, a fábrica digital treina engenheiros de campo a trabalhar com e a melhorar modelos de machine learning. A fábrica também fornece treinamento mandatório de dados e IA a todos os gerentes, assim como requalificação e reciclagem para toda a força de trabalho da companhia.

Graças ao crescente investimento da organização em talento sagaz em IA, seu departamento de negócios agora recebe novos aplicativos alimentados por IA após cinco meses do início de seu desenvolvimento — em comparação com uma espera de 18 meses, em média, de antes da construção da fábrica digital. Mais amplamente, em 2025, a companhia espera que sua fábrica digital reforce seus resultados financeiros em US\$ 1,5 bilhão anualmente.

Para fortalecer seus núcleos de IA, as campeãs muitas vezes colaboram com experts externos para se manter no topo dos avanços científicos e da engenharia. Em 2020, por exemplo, a **American Express** fez parceria com o Indian Institute of Technology Madras a fim de criar um laboratório de análise de dados, riscos e tecnologia na prestigiada universidade.⁶ Tais ecossistemas de inovação ajudam as campeãs a desenvolver apps de IA customizados especialmente para atender às suas necessidades.

Fator de sucesso 04

Projetar IA com responsabilidade, desde o início

À medida que as companhias implantam IA para uma crescente série de tarefas, aderir a leis, regulamentações e normas éticas é vital para construir uma sólida base de dados e IA. O potencial para mudanças regulatórias em muitos países torna o desafio ainda mais desanimador.

Num estudo separado da Accenture com 850 executivos da alta direção, procuramos medir atitudes diante da regulamentação da IA e avaliar a prontidão das organizações para a conformidade.

Quase todos (97%) os respondentes acreditavam que a regulamentação vai impactá-los até certo ponto, e 77% indicaram que compliance é uma prioridade de toda a companhia. Curiosamente, muitas organizações veem a regulamentação da IA como um benefício e não como um obstáculo para o sucesso.

A habilidade para demonstrar sistemas de IA de alta qualidade e confiáveis que estejam prontos para a regulamentação dará aos pioneiros uma significativa vantagem no curto e longo prazos, permitindo-lhes atrair novos consumidores, reter existentes e conquistar a confiança dos investidores.

As campeãs aplicam IA conscientemente com maior urgência do que seus pares. As campeãs são 53% mais prováveis que as construtoras e inovadoras, em média, de terem a responsabilidade como pressuposto: projetar, desenvolver e implantar IA com boas intenções para empoderar funcionários e empresas e impactar apropriadamente consumidores e sociedade — permitindo que companhias gerem confiança e escalem IA com confiança.



Para as companhias, o resultado de terem a responsabilidade como pressuposto é uma habilidade aperfeiçoada para atender a futuros requisitos, melhor mitigar riscos e criar valor sustentável para elas mesmas e seus stakeholders.

Por exemplo, a **Monetary Authority of Singapore (MAS)**, o banco central do país e regulador financeiro, reconheceu os benefícios que a IA pode fornecer às firmas financeiras. Ainda assim, a MAS foi cautelosa para a ameaça posta para firmas e mercados pelo uso ilegal e/ou antiético da IA. Para se proteger contra isso, a MAS ajudou a lançar a iniciativa Veritas junto com o setor financeiro, que busca apoiar o uso responsável da IA na indústria de finanças.

A iniciativa produziu, entre outros benefícios, uma metodologia prática e um conjunto de ferramentas — o primeiro do gênero — que oferece orientação detalhada sobre como usar a IA alavancando os princípios FEAT, i.e., justos, éticos, responsáveis e transparentes.

A **Novartis** vem criando mecanismos de efetiva responsabilidade e controles de gestão de riscos a fim de manter operações e serviços alimentados por IA alinhados com os valores essenciais da companhia. Além disso, explica Klaus Moosmayer, chief ethics, risk e compliance officer da Novartis, está projetando “fornecer... um modelo claro para uso ético da IA — permitindo aos funcionários desafiar suas próprias decisões e seus preconceitos”.⁷

Embora somente 6% das companhias pesquisadas já tenham implantado práticas de IA responsável, 42% das empresas aspiram fazê-lo até o fim de 2024.

“Estou numa jornada que não termina com a migração para a nuvem. Estou no meio da reconstrução de uma organização, nos deslocando de ser extremamente operacionais para uma organização que seja transformacional.”

Francesco Tinto, CIO global, SVP,
Walgreens Boots Alliance

Fator de sucesso 05

Priorizar investimentos em IA de longo e curto prazos

Para evitar ficar para trás, a maioria das companhias precisa aumentar agressivamente seus gastos em dados e IA. Uma razão para que as campeãs obtenham mais da IA é simplesmente porque elas investem mais nela.

Vimos que em 2018, as campeãs destinaram 14% do total de seus orçamentos em tecnologia à IA, enquanto em 2021 elas destinaram 28%. Em 2024, elas planejam destinar 34%.

As campeãs também entendem que sua jornada de investimentos em IA não tem uma linha de chegada. Elas dizem com frequência que não há auge para a IA. Estas empresas sabem que apenas arranharam a superfície de suas transformações de IA, e que a qualidade de seus investimentos importa tanto quanto a quantidade.

Para as campeãs, investimentos permanentes implicam em grande parte em expandir o escopo da IA para entregar o máximo de impacto, enquanto “polinizam” soluções de IA, e reimplantam recursos no processo.

Como parte dos esforços para criar uma organização mais direcionada por dados que possa oferecer aos consumidores serviços digitais altamente personalizados, a **Walgreens Boots Alliance** migrou para databases e analytics avançados na nuvem, e construiu cerca de 100 produtos de IA de alto valor que criam perfis detalhados de clientes e ajudam a empresa a otimizar melhor estoques e preços. A companhia tem se comprometido com suas transformações de dados e IA desde 2020 e não pretende desacelerar tão cedo.



A parcela de campeãs de IA vai crescer rápida- e significativamente, mais que dobrando dos atuais 12% para 27% até 2024.

A arte da maturidade em IA

Prática que se amplia



Prática que se amplia

O conceito de usar IA para resolver problemas de negócio não é novo.

Em 2019, havia evidências de que escalar a IA além do conceitual tinha um impacto significativo no ROI (retorno dos investimentos). Veio a pandemia e, para muitas organizações, uma transformação na empresa inteira era um modo urgente de sobreviver. Para outras, ela rapidamente se tornou um catalisador para prosperar.

As campeãs em IA estão prosperando. Em vários setores, elas se moveram depois da migração para a nuvem rumo à inovação. Elas capitalizaram sobre a escala de cloud e o poder da computação para explorar novas fontes de dados e tecnologias de IA que estão amplamente disponíveis. Mas a IA não é o segredo para seu desempenho superior. É a forma como elas abordam a IA que está fazendo a diferença. Elas estabeleceram que a maturidade em IA é tanto sobre pessoas quanto é sobre tecnologia. Tanto sobre estratégia quanto é sobre implementação. Tanto sobre responsabilidade quanto é sobre agilidade.

Por estarem avançadas em relação a seus pares, as campeãs definem novos padrões para a alta performance à medida que sua própria maturidade evolui.

As outras organizações deveriam se perguntar como avaliar sua própria maturidade em IA. Para iniciar a ajuda, a Figura 7 tem alguns exemplos de perguntas para gestores da alta direção das empresas, conforme a avaliação da Accenture para a maturidade em IA. Também há ferramentas disponíveis para ajudar a referenciar a maturidade em IA e estabelecer caminhos claros para o progresso e a performance.

Com as tecnologias de IA se tornando mais predominantes, o futuro de todas as empresas irá sofrer muitas alterações — algumas vão liderar a mudança, e outras se submeterão a ela.

As que vão se transformar serão aquelas cujas equipes dominam a arte da maturidade em IA, com o uso de cloud como facilitador, dados como impulsionador e IA como diferenciador.

Como a IA pode ajudar você a se diferenciar?

“IA, para nós, é mesmo a tecnologia que vimos promovendo... Queremos garantir que IA e machine learning estejam incorporados em tudo que fizermos.”

Francesco Tinto, CIO global,
SVP, Walgreens Boots Alliance

Figura 7: Avaliação da maturidade em IA: exemplos de perguntas para gestores da alta direção

Categoria	Perguntas-chave
Estratégia e patrocínio	<ul style="list-style-type: none"> Os líderes do C-level têm clara responsabilidade sobre estratégia e execução de dados e IA? Como você identifica valor potencial e como os business cases são priorizados — considerando o potencial, os riscos e o alinhamento com a estratégia geral da empresa? Você está alocando recursos suficientes na criação interna de produtos e serviços de IA, e está conseguindo obter o máximo dos seus parceiros do ecossistema?
Núcleo de dados e IA	<ul style="list-style-type: none"> Você tem uma plataforma de cloud e uma estratégia tecnológica que suportem sua estratégia de IA? Você tem uma plataforma de dados efetiva que cubra toda a empresa, com práticas fortes de gestão e governança para suprir as necessidades de negócio? Você usa suas equipes de ciência de dados e machine learning efetivamente ao longo do processo de desenvolvimento da IA?
Talento e cultura	<ul style="list-style-type: none"> Sua estratégia de educação (sobre dados e IA) está alinhada aos seus objetivos de negócio? Você priorizou fluência de dados e IA para líderes sêniores, stakeholders e funcionários da sua organização? Você tem um modelo de talento holístico para escalar, diferenciar, reter e desenvolver em IA (equipes diversificadas e dedicadas de engenheiros de machine learning, cientistas de dados, experts em domínio de dados, e engenheiros de dados)? Como você está instituindo uma cultura de dados e IA na sua organização?
IA responsável	<ul style="list-style-type: none"> Você tem uma estrutura que cubra toda a empresa para ajudá-lo a operar dados e IA responsavelmente—dos princípios à prática? Você aplica uma abordagem de IA e dados consistente e industrializada ao longo de todo o ciclo de vida de todos os seus modelos de IA? Você monitora a evolução das leis relacionadas à IA em todas as diferentes jurisdições nas quais você opera, se antecipando e se preparando para futuras mudanças?

Fonte: Accenture Research

Autores



Sanjeev Vohra

Líder global —
Applied Intelligence



Ajay Vasal

Líder de Growth & Strategy
e do Centre for Data &
Insights — Applied Intelligence



Philippe Roussiere

Líder de Accenture Research
Innovation e líder global de IA



Lan Guan

Líder, Cloud First — Data & AI



Diretor de pesquisa



Praveen Tanguturi, PhD

Diretor principal de Thought
Leadership Research



Colaboradores

Líderes da pesquisa



Yuhui Xiong
Research Manager




Deeksha Khare Patnaik
Research Manager


Colaboradores: Rahul Basole, Mariusz Bidelski, Marcin Bodziak, Tomas Castagnino, Joe Depa, Ray Eitel-Porter, Michelle Ganchinho, Michal Hadrys, Andy Hickl, David Kimble, Carrie Kleiner, Andra Najem, Linda Ringnalda, Paridhi Sharma, Joanna Syczewska, Ezequiel Tacsir, Jonathan Thomas, Jakub Wiatrak, e Yingchuan Zhu

Marketing + Communications: Kathy King, Alisyn Abney, Alexa Mouta

Anexo

Pesquisa

Em agosto e setembro de 2021, a Accenture abordou 1.615 executivos da alta direção de 1.176 das maiores empresas no mundo — que integram 16 setores e têm suas sedes instaladas em 15 países.

Entrevistas e estudos de caso

Entrevistamos 25 CEOs, chief data officers e chief analytics officers. Também entrevistamos Renée Richardson Gosline (professor sênior no MIT Sloan School of Management e principal research scientist no MIT's Initiative on the Digital Economy) e Christine Foster (chief commercial officer no The Alan Turing Institute), assim como vários experts em IA na Accenture. Por meio de pesquisa e trabalho junto a clientes, também desenvolvemos mais de 40 estudos de caso de companhias sobre a transformação da IA.

Design thinking

Promovemos uma sessão MURAL com mais de 15 cientistas de dados seniores a fim de validar nosso modelo de maturidade em IA.

Modelo econômico e ciência de dados

Para avaliar a maturidade em IA das companhias, assim como outras mensurações de performance, demos os seguintes passos:

1. Identificamos as principais capacidades da maturidade em IA

Procuramos entender as capacidades-chave que contribuem para alcançar tanto o “ponto inicial” da maturidade em IA (i.e, pelo menos 10% das receitas tendo derivado de iniciativas influenciadas pela IA de 2018 a 2021) e um grau mais alto de maturidade de IA (i.e, mais de 30% das receitas tendo derivado de IA entre 2018 e 2021). Para fazer isso, projetamos dois modelos de machine learning que foram responsáveis por mais de 80 capacidades que contribuíram para os dois níveis diferentes de maturidade em IA (veja box abaixo).

$$R_i = \beta_0 + \beta_1 X_{it} + \beta_2 \text{Capabilities}_{it-1} + \beta_3 \Delta \text{Capabilities}_{it} + \beta_4 \text{Capabilities Interactions}_{it,t-1} + e_{it}$$

R_i representa o grau e a evolução das receitas de uma companhia influenciadas pela IA (sustentando em >10%, atingindo >30%) sendo i = companhia, t = 2021 e $t-1$ = 2018, X_{it} inclui controles para setor, tamanho da empresa e localização da companhia (país).

O modelo é uma probabilidade linear modelo Lasso, um K-fold de validação cruzada com 10 folds executados.

2. Definimos as capacidades “fundamentais” e as “de diferenciação”

Em nossos modelos, classificamos $\text{Capabilities}_{it-1}$ e $\Delta \text{Capabilities}_{it}$ como capacidades fundamentais de IA; $\text{Capabilities Interactions}_{it,t-1}$ são — como o nome sugere — capacidades com interações, com forte endosso sênior e uma estratégia de IA bem definida. Classificamos estes termos de interações como capacidades de diferenciação da IA. A partir dos nossos modelos, vimos que as capacidades fundamentais de IA têm poder explanatório mais forte no primeiro modelo de “sustentação a >10%” do que as

capacidades de diferenciação; no segundo modelo de “alcance superior a >30%”, as capacidades de diferenciação da IA têm poder explanatório maior. Em outras palavras, as capacidades fundamentais de IA são essenciais para construir a base necessária para que as organizações entrem na corrida da IA. Entretanto, capacidades de diferenciação da IA são vitais para que as organizações alcancem o nível seguinte da maturidade em IA.

3. Construimos o índice da maturidade em IA

Nós construímos dois índices que medem as capacidades fundamentais de IA e as capacidades de diferenciação da IA nas companhias, respectivamente, como identificado por nossos dois modelos. Um índice geral de maturidade em IA está montado como a média aritmética de ambos os índices, o fundamental de IA e o de diferenciação de IA, o que é indicativo de suas probabilidades de alcançar altas receitas influenciadas pela IA. O índice médio de maturidade entre todas as companhias é de 36/100.

4. Montamos perfis de IA baseados em capacidades fundamentais e de diferenciação

Os índices das capacidades fundamentais de IA e das capacidades de diferenciação da IA foram então usados para montar uma matriz. Usamos o primeiro quartil como um limite em ambos os eixos para agrupar todas as companhias da pesquisa em quatro grupos:

- **Campeãs em IA** — o primeiro quartil em ambos os índices médios de maturidade fundamental e de diferenciação: 64/100
- **IA em construção** — o primeiro quartil no índice fundamental mas não no índice de maturidade médio de diferenciação: 44/100
- **Inovadoras em IA** — o primeiro quartil no índice de diferenciação mas não no índice de maturidade médio fundamental: 50/100
- **Experimentação em IA** — índice de maturidade média em todas as demais companhias: 29/10
-
-
-

5. Medimos o prêmio financeiro das campeãs

Para avaliar o desempenho financeiro das campeãs em IA, usamos dados da S&P Capital IQ a fim de montar o seguinte modelo de regressão: Crescimento da receita_i = $\beta_0 + \beta_1 X_i + \beta_2$ campeã em IA + e_i (i = companhia, campeã em IA como a variável artificial e X_i incluindo controles para setor, tamanho da firma e localização da companhia).

6. Medimos a performance dos stakeholders das campeãs

Para analisar a performance dos stakeholders das campeãs nas áreas de experiência do cliente, sustentabilidade, força de trabalho e supply chain, montamos scores de 0 a 100 nestas respectivas áreas usando dados de FactSet, Arabesque, Oxford Economics e S&P Capital IQ, que comparam a performance das companhias contra seus pares setoriais. A diferença entre as campeãs e as demais empresas é estatisticamente significativa (p < 0,01) para experiência do cliente e sustentabilidade. A seguir, mais detalhes sobre cada área.

- Experiência do cliente reflete como companhias reforçam seu pipeline de vendas com o desenvolvimento de relacionamentos fortes com seus clientes; nossas medições incluem confiança do consumidor, churn, qualidade do produto e segurança e um mindset geral focado no cliente.
- Sustentabilidade reflete como as companhias reforçam seu compromisso com a segurança ambiental; nossas medições incluem emissão de gases de efeito estufa, gestão ambiental, uso de recursos, água e eficiência no descarte e várias soluções ambientais.
- O lado financeiro reflete como as companhias entregam crescimento rentável e operam com eficiência.
- Experiência da força de trabalho/ funcionários reflete como as companhias liberam por completo o potencial de suas equipes de trabalho; nossas medições incluem salários, qualidade do emprego, rodízio da mão de obra, saúde ocupacional e segurança, treinamento e desenvolvimento.
- Supply chain reflete como as companhias gerenciam riscos associados com suas redes de suprimento e níveis de

estoques; nossas medições incluem diversificação de fornecedores, risco de abastecimento e gestão de inventário.

7. Comparamos a velocidade da transformação em IA com a da transformação digital

Para entender quão rápido as companhias processam a transformação da IA em comparação com a transformação digital, usamos a frequência de menções de ambos os termos nas apresentações dos resultados financeiros pelas companhias como um indicador. Para fazer isso, executamos uma análise de processamento em linguagem natural das apresentações para investidores conduzidas pelas 2.000 maiores companhias do mundo (em valor de mercado), extraídas do database de transcrição de resultados da S&P. (Nota: nossa análise incluiu 744 empresas com um histórico de apresentações de resultados consistente durante 2010-2021.) Por último, montamos modelos preditivos de Curva S que estimaram o tempo, de agora em diante, que irá levar para 90% das tais companhias mencionarem os termos citados anteriormente em suas divulgações de resultados.

Principais capacidades

Estratégia e endosso

1. **Endosso sênior:** Organizações têm uma estratégia de IA que é desenvolvida pelo Chief Analytics Officer, Chief Data Officer, Chief Digital Officer ou um executivo equivalente. O CEO e o Conselho de Administração patrocinam ativamente e compartilham a responsabilidade pelas estratégia e iniciativas associadas à IA.
2. **Estratégia da IA:** Organizações não têm apenas uma estratégia vital de IA alinhada à estratégia geral da empresa; elas também dedicam ferramentas e táticas para executá-la e continuamente monitoram sua performance comparando-a com essa estratégia.
3. **Proativa vs. reativa:** Organizações têm os recursos (como tecnologia, talento e patentes) para proativamente definirem e demonstrarem como a IA pode criar

valor — ao contrário de aplicar IA como uma reação a uma necessidade. Elas são pioneiras e não seguidoras rápidas em termos de aplicação da IA para destravar valor.

4. **Ecossistema:** Organizações trabalham com um ecossistema de parceiros de tecnologia para apoiar o desenvolvimento de melhores produtos e serviços. Isto decorre principalmente pelo acesso a redes de parceiros desenvolvedores e pelo uso de ferramentas e modelos de aprendizado de máquina.

Núcleo de dados e IA

5. **Construir x comprar:** Organizações optam por desenvolver aplicações customizadas de IA ou trabalhar com um parceiro que ofereça soluções-como-serviço. Elas não compram soluções de IA “de prateleira” que não contenham customização.

6. **Plataforma e tecnologia:** Organizações implantam a infraestrutura necessária de nuvem, dados e IA, software, capacidades self-service e as melhores práticas setoriais, e elas adotam as ferramentas mais recentes de parceiros de plataforma e tecnologia
7. **Dados experimentais:** Organizações utilizam dados internos e externos para projetar novos modelos e gerar novos insights. Para isso, elas usam plataformas de cloud de alto padrão a fim de manter os dados limpos e confiáveis e para apoiar a tomada de decisões com maior velocidade e escala.

8. **Dados experimentais — mudança:** Organizações melhoraram o uso de dados experimentais entre 2018 e 2021, elevando consideravelmente seu grau de maturidade em dados e IA.

9. **Gerenciamento e governança de dados:** Organizações escalam as práticas de gerenciamento e governança de dados para aumentar a qualidade, a confiança e a ética das entidades — como a implementação da gestão de dados master e a garantia de segurança, compliance e interoperabilidade.
10. **Gerenciamento e governança de dados — mudança:** Organizações aprimoraram suas práticas de gestão e governança de dados entre 2018 e 2021, o que elevou significativamente seu nível de maturidade em dados e IA.

Talento e cultura

11. Treinamento em IA mandatório:

Organizações impõem programas específicos de IA para melhorar a fluência em IA, que sejam customizados para a liderança sênior e funções específicas, como força de vendas, engenheiros de produtos etc. Elas também criam oportunidades deliberadas para funcionários a fim de que aprendam e apliquem IA em seus papéis funcionais.

12. Aptidão dos funcionários para atividades relacionadas à IA:

Organizações medem regularmente o nível de competência dos funcionários para determinar se existe a necessidade de treinamento para melhorar a destreza geral. Elas mensuram e projetam expertise em áreas críticas como codificação, processamento e exploração de dados, analytics, domínio e perspicácia, machine learning e visualização, entre outras.

13. Inclusão da cultura da inovação:

Organizações garantem que a inovação seja parte do ambiente de trabalho no dia a dia. Elas encorajam mentalidades, comportamentos e rotinas que sirvam como veículo para experimentação, colaboração e aprendizado, da concepção ao desenvolvimento do produto e ao lançamento no mercado.

Encorajamento da cultura da inovação:

Organizações promovem e premiam mentalidades e comportamentos inovadores, incluindo empreendedorismo, colaboração e assunção de riscos fundamentada.

14. Estratégia para talento em IA:

Organizações têm uma estratégia para talento em IA — para contratar, adquirir, reter — que evolui a fim de manter o ritmo com o mercado ou com as necessidades da empresa. Elas também possuem um roteiro de talento em IA para contratar papéis diversos relacionados a IA, além de engenheiros de ML — como cientistas comportamentais, cientistas sociais e especialistas em ética.

IA responsável

15. **IA responsável:** Organizações têm uma abordagem industrializada e responsável para dados e IA ao longo de todo o ciclo de vida de seus modelos de IA — uma abordagem que atende a mudanças regulatórias, mitiga riscos e apoia IA sustentável e confiável.

16. IA responsável — mudança:

Organizações aperfeiçoaram suas práticas de dados e IA responsáveis entre 2018 e 2021, elevando consideravelmente seu grau de maturidade em dados e IA.

Referências

¹ <https://news.stanford.edu/news/2011/october/john-mccarthy-obit-102511.html#:~:text=John%20McCarthy%2C%20a%20professor%20emeritus,He%20was%2084>

² Análise da Accenture Research sobre as 2.000 maiores companhias do mundo em valor de mercado que mencionaram IA em suas divulgações de resultados financeiros. A fórmula é baseada em CEOs de companhias que realizaram estas apresentações em 2020, nas quais o CEO estava presente e mencionou a IA. 46% destes CEOs citaram a IA nas apresentações em 2021. Em 2017, foram ~35%.

³ Entrevista da Accenture

⁴ <https://www.nytimes.com/2020/07/13/business/coronavirus-retraining-workers.html>

⁵ <https://global.rakuten.com/corp/careers/topics/engineering3/>

⁶ <https://about.americanexpress.com/all-news/news-details/2020/American-Express-Establishes-Data-Analytics-Risk--Technology-Lab-in-IIT-Madras/default.aspx>

⁷ <https://www.novartis.com/about/strategy/data-and-digital/artificial-intelligence/our-commitment-ethical-and-responsible-use-ai>

Sobre a Accenture

A Accenture é uma empresa global de serviços profissionais, com liderança nas capacidades de digital, cloud e segurança da informação. Combinando experiência ímpar e competências especializadas em mais de 40 indústrias, oferecemos serviços de Strategy e Consulting, Technology e Operations e a Accenture Song — impulsionados pela maior rede de centros de tecnologia avançada e operações inteligentes do mundo. Nossos 710 mil profissionais cumprem a promessa da tecnologia e da criatividade humana todos os dias, atendendo a clientes em mais de 120 países. Nós abraçamos o poder da mudança para criar valor e sucesso compartilhado com nossos clientes, pessoas, acionistas, parceiros e comunidades. Visite-nos em www.accenture.com.br.

Sobre a Accenture Research

A Accenture Research molda tendências e cria insights baseados em dados sobre os problemas mais relevantes enfrentados pelas organizações globais. Por meio da combinação do poder de técnicas de pesquisa inovadoras com um profundo conhecimento das indústrias de nossos clientes, nossa equipe de 300 pesquisadores e analistas abrange 20 países e publica centenas de relatórios, artigos e análises todos os anos. Nossos estudos instigantes, desenvolvidos em parceria com organizações de ponta globais, ajudam nossos clientes a abraçar a mudança, criar e entregar valor com base no poder da tecnologia e da criatividade humana.

Sobre Applied Intelligence

Applied Intelligence é a abordagem da Accenture para escalar IA nos clientes por meio da integração das capacidades de dados impulsionados por IA, analytics e automação nos fluxos de negócios, acelerando a obtenção de valor com apoio de uma poderosa rede global de alianças, inovação e entrega capaz de implantar e escalar IA em qualquer mercado e indústria.

Isenção de responsabilidade

Este conteúdo é fornecido em caráter de informação geral e não visa a ser usado em substituição da consultoria prestada por nossos consultores profissionais.

Copyright © 2022 Accenture. Todos os direitos reservados. Accenture e seu logotipo são marcas registradas da Accenture.