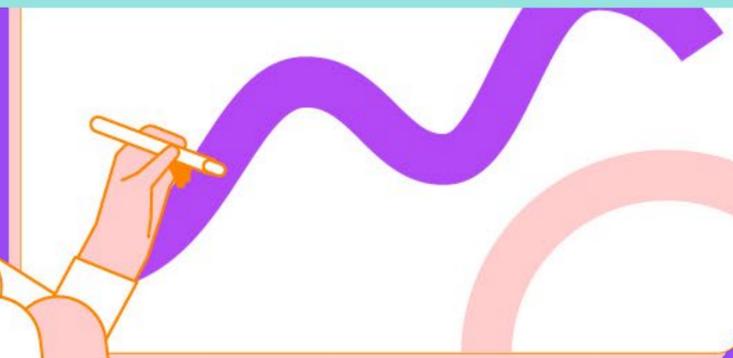
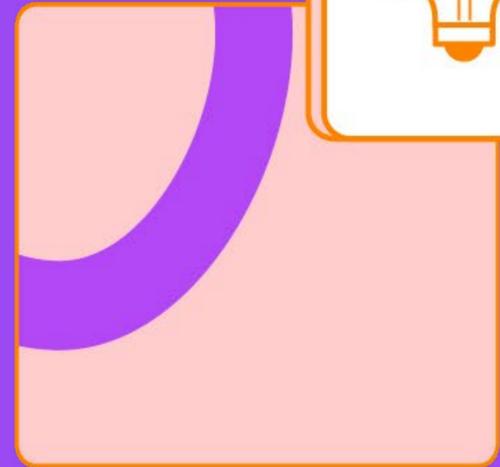
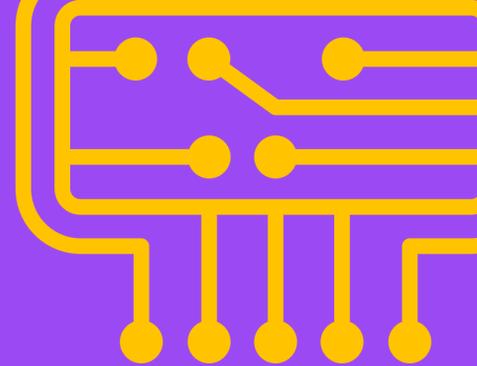
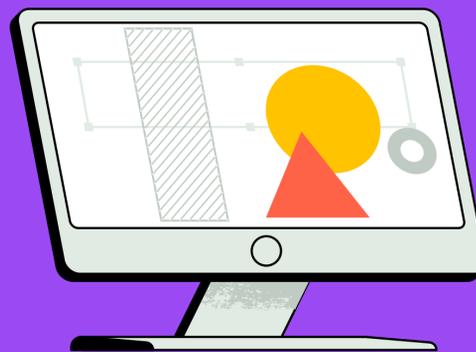


VISÃO TECNO HUMANISTA



estudo de caso

be
sk &



apresentação

IT Mídia é líder no mercado de eventos e conteúdo B2B de tecnologia no Brasil, ao oferecer soluções integradas de Conteúdo, Relacionamento e Negócios.

É responsável por conectar CIOs das empresas que mais investem em TI no país aos maiores fornecedores de tecnologia mundiais, por meio de eventos digitais e presenciais, portais de conteúdo, estudos e premiações.

Dentro do portfólio de soluções da IT Mídia destaca-se o IT Forum, evento que conecta CIOs aos executivos da indústria de TI e suas famílias, há 24 anos. O IT Forum acontece em três momentos no ano, no formato híbrido (parte digital e parte presencial), o que garante a recorrência de encontros para a comunidade de c-levels de TI.

Além dos encontros híbridos, a IT Mídia fornece notícias, informações e estudos aprofundados em seus três portais de conteúdo: [IT Forum.com.br](http://ITForum.com.br), a CIO.com.br e a ComputerWorld.com.br, gerando informação de alta qualidade e relevância para mais de 600 mil usuários únicos por mês.

Todos os produtos são suportados por estudos proprietários e premiações, para reconhecer anualmente executivos e empresas de destaque. Entre eles, o estudo **Antes da TI, a Estratégia**; **as 100+ Inovadoras de TI do Ano**; e o **Executivo de TI do Ano**.

Para sustentar o futuro do setor de TI, a IT Mídia criou também o Instituto IT Mídia, cujo principal projeto social é o “Profissional do Futuro”, que já doou mais de 600 bolsas de graduação em cursos de TI. O intuito é garantir oportunidade a jovens em situação de exclusão social, além de preencher algumas das centenas de milhares de vagas em tecnologia disponíveis no Brasil.

história



Adelson de Sousa, ao perceber que o mercado de tecnologia era promissor nos já longínquos anos 1990, época em que computadores eram um artigo de luxo e a internet mais ainda, fundou a Byte Brasil, a maior revista de tecnologia do mundo até então.

Porém, tudo mudou em 1997, quando o empresário vendeu a publicação para a Editora Globo e fundou a IT Mídia, com seu sócio Miguel Petrili.

De lá pra cá, o negócio só cresceu. A IT Mídia tornou-se referência na produção de conteúdo, com revistas, sites, prêmios e fóruns, em várias frentes, como agricultura, saúde, TI e finanças.

Em 2011, lançam o estudo Antes da TI a Estratégia e, no mesmo ano, criaram o Instituto IT Mídia, criado com o objetivo de conceder bolsas de estudos a jovens de baixa renda.

Mas, em 2013, resolveram voltar com o foco na área tecnológica. Atualmente, com quase 25 anos de existência, são experts em fóruns, plataformas digitais e estudos de mercado, conectando profissionais de todas as áreas de tecnologia.

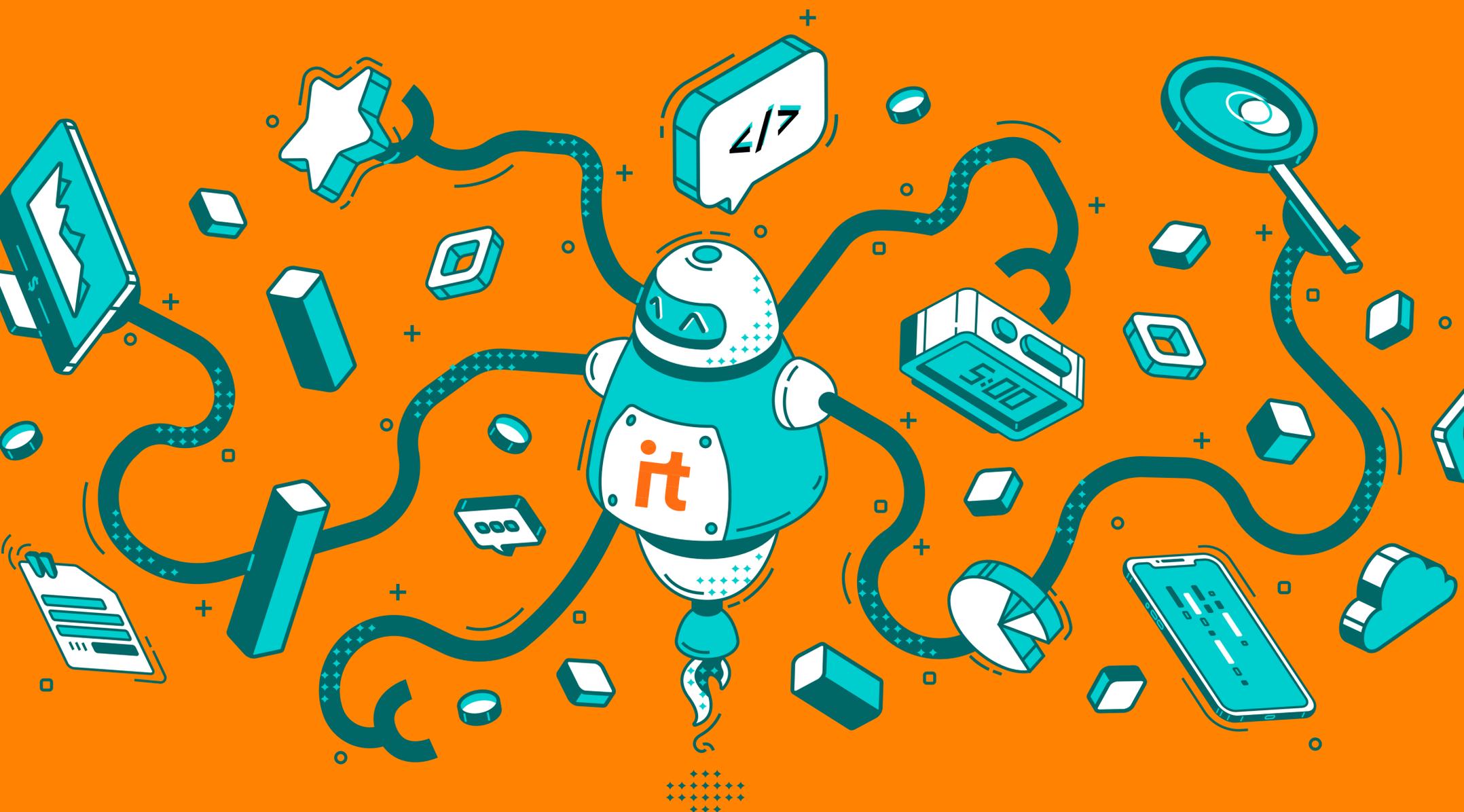
Em 2014, lançam a revista IT Forum e o portal IT Forum 365, este, uma plataforma B2B que une Conteúdo, Relacionamento e Negócios aos profissionais líderes de TI das maiores empresas do segmento.



Ao perceberem a necessidade de uma ação transformadora para tornar o Brasil um dos protagonistas na era da indústria 4.0, a IT Mídia também criou o Movimento Brasil Digital no ano de 2018, fruto da união das iniciativas Manifesto Brasil Digital e Pacto Empresarial pela Digitalização Humanizada, com o intuito de tornar o nosso país mais inclusivo.

Em 2019, lançam o portal IT Trends, edtech cujo propósito é preparar profissionais para a economia digital.

E em 2020 inovam com o IT Forum@home e o IT Forum>>anywhere, eventos focados na geração de novos negócios, com agenda elaborada em conteúdo e atividades de relacionamento, shows e degustações, mais reuniões de negócios, no caso do @home tem atividades mais concisas, mas com grandes oportunidades, ao promoverem reuniões entre CIOs e executivos da indústria de tecnologia.





linha do tempo

1997

IT Mídia nasce incorporando as revistas Lan Times e CRN, pioneiras em circulação qualificada no Brasil.

1998

Posiciona-se como a primeira empresa de mídias de negócios do país.

1999

Lança modelo disruptivo de eventos, **Reseller Forum** e **IT Forum**

Inaugura sua primeira publicação de TI e Negócios, revista **InformationWeek**

2000

Abrem o portal vertical de TI corporativo, **IT Web**

2001

Lança para o mercado o conceito de solução integrada de mídia (impressa, digital e eventos)

Promovem o primeiro evento de TI para altos executivos de negócios (CEOs), **Business Forum**

2002

Decide expandir o modelo de solução integrada de mídia para os principais setores da economia

2004

IT Mídia resume sua missão com a proposta de valor "Conteúdo, Relacionamento e Negócios"

Lança estudo para a indústria de TI, **Prêmio TOP ITForum**

2006

Converge o portfólio de produtos de telecom em TI

2002

Lança o projeto **Profissional do Futuro**

Revoluciona o mercado de eventos com as "one-to-one" e o **SLA - Service Level Agreement**

2007

Comemora 10 anos de **IT Mídia**

2009

Amplia o portfólio de eventos em TI e lança o **IT Forum+**

2011

Lança o estudo **Antes da TI a estratégia**

Inaugura o **Instituto IT Mídia**

2013

Marca decide focar exclusivamente em TI

2014

Consolida múltiplas marcas: CRN Brasil, InformationWeek Brasil, IT Web, Reseller Web, IT Business Forum, Campeões do Canal e Distribuidor Preferido, em uma única: **IT Forum**

São lançadas a revista IT Forum e o portal **IT Forum 365**

2015

Expansão internacional
Estados Unidos, **IT**
Forum LATAM

Lançamento do
Leadership Academy

2016

IT Mídia **transforma o**
modelo de eventos: 100%
Conexões Estruturadas,
Storytelling e *Gamificação*

2017

Comemoração de 20
anos de **IT Mídia**

2018

IT Mídia lidera a iniciativa
Movimento Brasil Digital

2019

É lançado o portal **IT**
Trends

Realização do **Fórum**
Brasil Digital em
conjunto com o
Movimento Brasil Digital

2020

Lançamento do
IT Forum@home

Lançamento do
IT Forum>>anywhere



cenário & escopo

Os dados são o novo petróleo. Essa frase já virou lugar comum de tão esgarçada. Porém, apesar da consciência de que as empresas precisam dos dados para sobreviver, ainda há uma dificuldade em identificar quais dados são ou não relevantes.

De acordo com o relatório Mercado Brasileiro de Software – Panorama e Tendências 2020, da ABES, o mercado de tecnologia cresceu 22,9% em 2020. O setor investiu R\$ 200 bilhões ano passado e o Brasil subiu de 10º para 9º no ranking mundial de TI.

Sobre Segurança da Informação, os investimentos somados à necessidade de adequação do setor aos requisitos do LGPD deverão chegar à marca de U\$S 1,5 bilhões ainda este ano, uma alta de 12,5% em relação ao ano passado.

Ademais, o 5G deve levantar U\$S 2,7 bilhões na geração de novos negócios que envolvem Inteligência Artificial, Realidade Aumentada e Virtual, Big Data, entre outros setores.

Apesar desse crescimento, o Brasil ainda é tido como um país que investe pouco em tecnologia. O investimento em hardware (53%) caiu ao longo dos anos.

As empresas têm dificuldade em monetizar os seus dados. De acordo com relatório da Dell Technologies, 70% das companhias possuem dificuldades em monetizar seus dados para gerar negócios.

Diego Puerta, presidente da companhia no Brasil, elenca como o principal motivo para esse gargalo o que ele chama de “silos de dados”, ou seja, os dados de plataformas diferentes não conseguem ser integrados e extrair insights de negócio para a empresa.

Segundo o executivo, isso acontece devido à falta de conhecimento das empresas quanto ao poder dos dados, assim como a falta de desenvolvimento de novos talentos que auxiliem nessa geração de novos negócios.

Outro ponto é que muitas empresas ainda tomam muitas decisões baseadas no feeling, isto é, a famosa intuição. É claro que ela tem o seu papel na tomada de decisão, mas é fundamental a análise de dados, a fim de que sejam tomadas melhores decisões e que sejam poderosas para gerar negócio.

desafio

O crescimento é a força motriz que impulsionamos planejamentos estratégicos das empresas. Lançar novos produtos ou serviços, pivotar, abrir novos mercados, ganhar Market share no mercado atual, aumentar o share of wallet na base instalada, *cross selling*, *up selling*, tudo isso se discute todos os dias nas salas de reuniões de qualquer empresa. Como vender mais...

Com a IT Mídia não é diferente. Podemos resumir as perguntas que qualquer empresa se faz são:

Como eu posso vender mais do produto que eu já vendo bem?

O que eu preciso fazer para vender mais do produto que eu não vendo bem?

Mas há uma terceira via cada vez mais exigida no mundo corporativo.

Quais novos produtos eu preciso lançar para atender às necessidades do mercado?

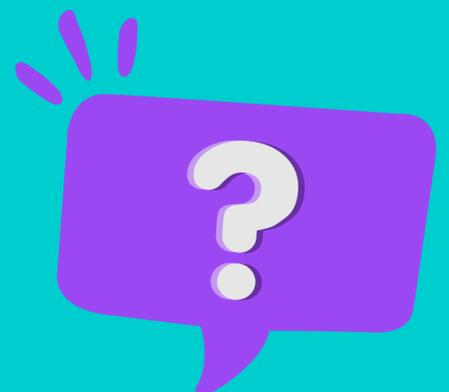
Ao fazer-se esta pergunta, muitas empresas olham para fora, tratam de entender as dores de seu cliente *target* e criam o produto ou serviço para atender essa necessidade.

O que poucas empresas percebem é que em muitas ocasiões a matéria-prima, o conhecimento, a expertise, enfim, tudo isso que se faz necessário para um novo produto já está em casa.

Após realizar por mais de 20 anos um estudo metodológico, com uma taxa de resposta significativa, a IT Mídia possui uma das maiores bases de dados (senão a maior), mais confiável e com informações extremamente relevantes para o mercado de tecnologia do país.

Primeiro requisito cumprido! Já temos a matéria-prima.

Recentemente a IT Mídia iniciou o processo de estruturar e minerar estes dados para convertê-los em informações relevantes.

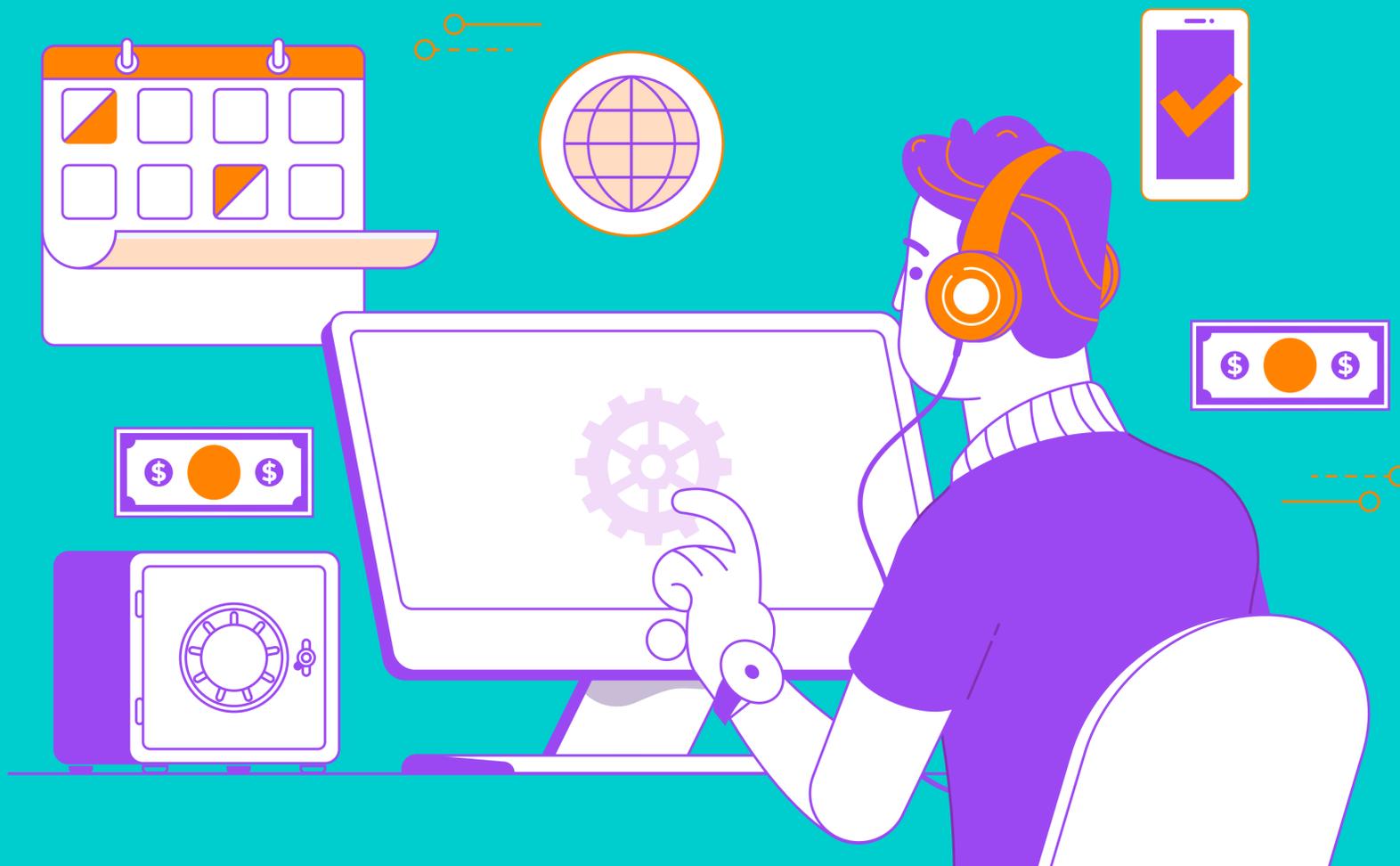


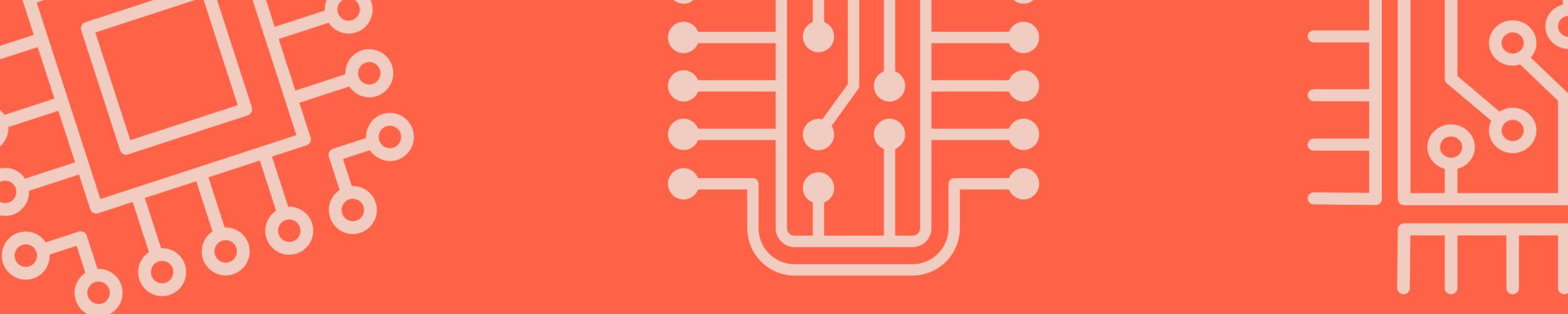
Desta forma, passou a oferecer, ainda gratuitamente, aos patrocinadores, possibilidades de consultas online mais elaboradas.

Ao conversar com os executivos da IT Mídia, rapidamente identificamos o grande potencial que têm em mãos e após os segundos de euforia veio a inevitável pergunta:

COMO CONVERTER DADOS EM NEGÓCIO?

Este é o grande desafio que nos foi passado para que possamos desenhar uma solução e dar a nossa Visão Tecno-Humanista[®] de como resolvê-lo.





Visão Tecno-Humanista[®]

Na década de 90, o sociólogo espanhol Manuel Castells, professor de Berkeley criou o termo sociedade da informação.

Uma sociedade da informação é uma sociedade onde o uso, a criação, a distribuição, a manipulação e a integração da informação são atividades significativas e relevantes para o desenvolvimento da própria sociedade.

Muitas fontes afirmam que na atualidade geramos mais informação em um ano que em toda a história, e sim, este é um dado assustador. E o volume de dados continuam crescendo exponencialmente, mas eu não quero abordar este assunto desde o ponto de vista quantitativo. Dizer que uma empresa precisa de dados e informações é como

dizer que uma pessoa precisa de água para viver. A questão é, se um ser humano tomar milhões de litros de água de uma vez, ele morre. Por isso quero trazer uma reflexão mais profunda.

A quantidade de informação que estamos expostos tem provocado inquietudes.

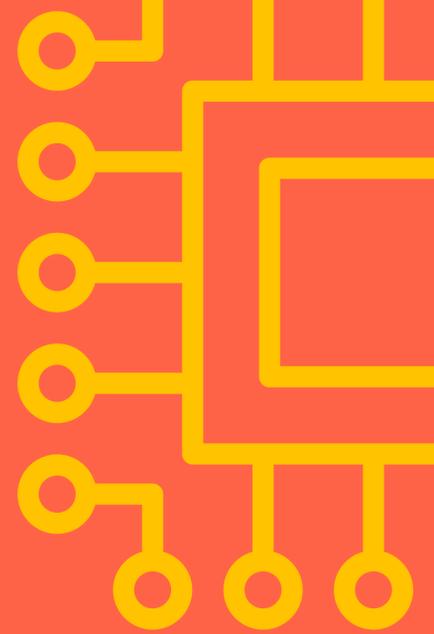
O arquiteto e autor de mais de 100 livros, Richard Saul escreveu um livro chamado Ansiedade de informação, no qual ele trata a angústia e alguns distúrbios da sociedade da informação.

Ele fala sobre alguns problemas que surgiram ou foram potencializados pelo excesso de informação.

Entre eles:

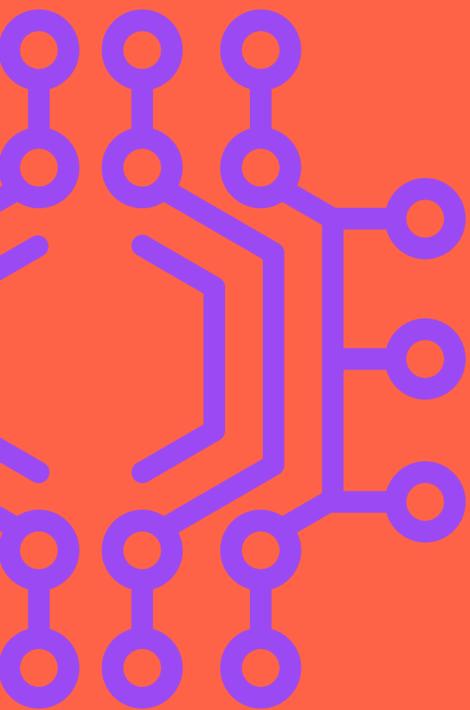
Cybercondríacos

Pessoas hipocondríacas e que encontraram no vasto universo da internet o caminho para pesquisar, compulsivamente, doenças, remédios, quadros clínicos, diagnósticos, enfim, todas as situações relacionadas à saúde. Este comportamento oferece um risco enorme para quem o pratica.



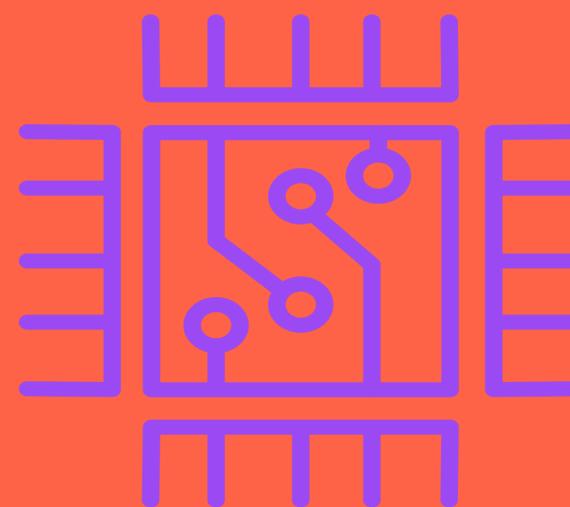
Dataholics

São pessoas que não conseguem se desligar pela busca incessante de informação. O meu prazer pelo conhecimento e pelo estudo me levou a estar perto deste mundo. Eu assistia a filmes com o notebook no colo, para pesquisar qualquer assunto mencionado ou fato histórico que acontecesse. Uma época eu ouvia música pesquisando o artista, a obra da banda, curiosidades. Não que isso não seja legal e em algum caso relevante, mas ouvir uma música é viajar na melodia, navegar na letra e informações colaterais, naquele momento, não importam.



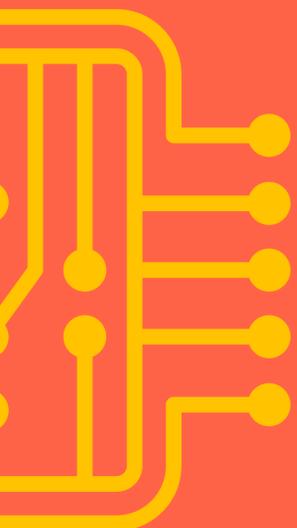
Bulimia informacional

São as pessoas que consomem muita informação e a buscam sem se preocupar com a fonte, com a sua qualidade e não utilizam nenhum filtro de fontes ou critérios para a sua análise.



Obesidade informacional

São pessoas que se rodeiam de grandes fontes e quantidades imensas de informação, boa parte inútil, e, em muitos casos, uma quantidade maior do que elas possam digerir. É frequente que o excesso de informação paralise e torne muito mais lento o processo de tomada de decisão. A quantidade de informação e o que se faz com ela está diretamente relacionado ao desenvolvimento pessoal e profissional e ao processo de aprendizado do ser humano.



Estes distúrbios foram mencionados no âmbito pessoal, porém, vários deles podem ser extrapolados para as empresas, não somente porque empresas são formadas por pessoas, mas, porque é comum ver organizações que sofrem paralisia analítica.

Demoram suas decisões por ter que analisar em demasia.

Este mal é tão ruim quanto a empresa que toma decisão sem nenhum dado.

São dois extremos que colocam a empresa em risco.

Como pudemos ver, o problema não está no volume de informação e sim na capacidade de assimilar e transformar a informação em conhecimento, e principalmente, conseguir aplicá-la para tomar decisões que sejam relevantes para a empresa, para a sociedade e para si mesmo.

Os dados da IT Mídia foram coletados através de pesquisas respondidas pelos CIO's das 1.000 maiores empresas do país que mais investem em tecnologia durante mais de 20 anos.

A via rápida para monetizar estes dados seria a venda da base de dados, desde que cumpra a LGPD, não obstante, quanto mais bruto é o dado, mais expõe os respondentes e menos valor ele possui para o mercado.

Mas vimos que para matar a sede não é recomendável beber água de um hidrante e sim na dose correta no momento certo. À medida que o dado é estruturado, correlacionado, transformado em informação, inteligência de mercado e inteligência de negócio seu valor aumenta consideravelmente, tanto para quem o vende quanto para quem o compra.

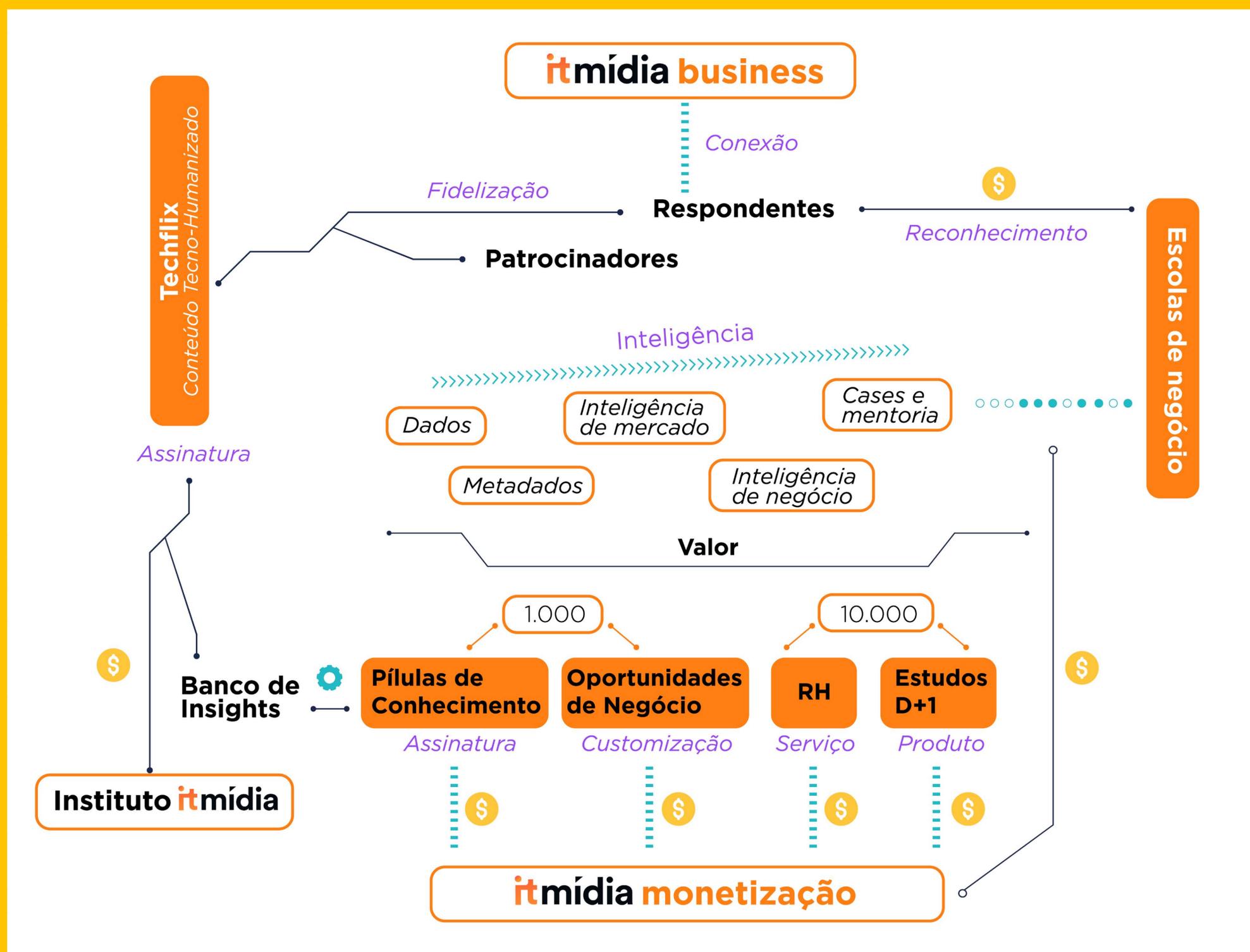
Com o apoio de ferramentas tecnológicas e com o conhecimento da IT Mídia vemos como melhor caminho o tratamento e personalização da informação.



solução que dá suporte a nossa **Visão Tecno-Humanista[®]**

Dizer somente para estruturar e minerar os dados para convertê-los em inteligência de negócio é muito vago, isso não caracteriza uma solução.

Nós vamos além e representamos neste diagrama as iniciativas que consideramos resolver o desafio que nos foi passado.



Passamos a explicar o diagrama:

Dados: Representação quantificadas dos respondentes. Material bruto que, analisado de maneira individual, normalmente, não agrega valor para a empresa.

Metadados: São vários dados concatenados, de maneira estruturada que representam uma informação e pode gerar novas ideias ou trazer respostas aos questionamentos de vários executivos sobre mercado, tecnologias e tendências.

Inteligência de mercado: São informações quantitativas mineradas do Big Data, que podem dar visões de mercado por indústria, por segmento, por estado, por empresas, etc.

Inteligência de negócio: É correlacionar as informações de inteligência de mercado, tendências, análises de mercado, metodologias de gestão e gerar insights, reflexões ou conclusões.

Esta tarefa poderá ser feita através da Comunidade de Aprendizagem Autodirigida criada para os CIOs (esta iniciativa não consta no diagrama por ser confidencial e a SMA falará sobre o conceito), e deve contar com o auxílio da Inteligência Artificial, que a Nepo ampliará a informação mais abaixo.

O objetivo deste trabalho é converter informações em conhecimento que impactam diretamente nos resultados dos negócios. Em muitas situações, este tipo de estudo serve como embasamento ou fonte de validação para planos de negócios e estratégicos, que se apoiam para justificar seus planejamentos.

Estudos de caso (Cases): Todos os estudos refletem dados que já aconteceram ou tendências que ainda não ocorreram e não há garantias de que vá acontecer. Ambos se situam no âmbito teórico, porém, os estudos de caso descrevem a aplicação prática dos dados e informações, e seus resultados. Isso é extremamente valioso porque mostra caminhos a serem seguidos (ou não), transmitem conhecimento prático e podem reduzir consideravelmente a curva de aprendizado, ao permitir evitar erros, alertar para possíveis gargalos ou inibidores e potencializar pontos de apoio no desenho de uma solução.

Atualmente a IT Mídia considera apenas dois interlocutores: Os fabricantes de tecnologia, patrocinadores dos eventos e as empresas dos CIOs respondentes do estudo.

Ambos recebem os estudos sem custo - o patrocinador recebe como valor adicional ao evento em si e o CIO, respondente, como compensação pelo trabalho de haver respondido.

A IT Mídia, oferecendo o estudo **Antes da TI, a estratégia** aos fabricantes e CIOs, fideliza o primeiro e engaja o segundo. Mas é possível ir além com estas informações.

Antes de começar a comercialização, embora pareça estranho e contraditório, requer uma mudança de Mindset, para romper uma resistência natural e o medo de provocar uma reação negativa do cliente, que está acostumado, durante 20 anos, receber os estudos sem custo que a Software Mental tratará mais abaixo. Além disso, é preciso comunicar muito bem esse passo, explicar e realizar ações para engajar a estes clientes potenciais, antes de lançar.

Vamos analisar as iniciativas que apresentamos para resolver ao desafio de **como converter dados em negócio**.



PÍLULA DE CONHECIMENTO

Qual o bem mais escasso de um executivo?

Sem dúvida alguma, a resposta a esta pergunta é: tempo!

Portanto, desenhamos uma iniciativa que permite vender pílulas de conhecimento e metadados por assinatura aos CIOs. Além de informações sobre tendências, tecnologias, comparativos de produto, mercado, este produto serve como curadoria de informação, enviando somente informações fidedignas e relevantes, economizando o tempo de pesquisa do CIO.

OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO

A IT Mídia já iniciou esta iniciativa com o estudo “Branding perception”. Estudo extremamente relevante para os fabricantes de tecnologia, que pode gerar negócio ou evitar perdê-lo.

A BE&SK tem algumas ideias de mais estudos que podem ser comercializados, sem a necessidade de realizar novas coletas de dados e informações, somente utilizando o que já se tem. Por ser sensível e estratégica, esta informação foi transmitida diretamente ao time executivo da IT Mídia.

RH

O nome desta iniciativa foi colocado de RH para ser facilmente identificado, porém, na Tecno-Humanização® nós não utilizamos a expressão Recursos Humanos - veja no artigo [Basta! A diretoria de recursos humanos deve acabar!](#), publicado no portal IT Forum.

Durante mais de 20 anos a IT Mídia acompanhou o desenvolvimento das carreiras dos CIOs das maiores empresas, suas mudanças de empresas, as tecnologias compradas, os projetos realizados, portanto, ao cruzar adequadamente os dados consegue oferecer a headhunters indicações de perfis com muita assertividade.

Se uma empresa está buscando um CIO que seja proativo, que tenha a energia para realizar transformações profundas, que tenha experiências em determinados tipos de projetos, que tenha bom relacionamento com determinados fabricantes, enfim, todas estas informações, elas estão na base de dados da IT Mídia.

Este serviço pode ser vendido não somente aos headhunters que buscam profissionais, mas aos profissionais que queiram seu perfil aberto para serem apresentados aos *headhunters*.

ESTUDOS e D+1

A BE&SK considera que é possível e necessário ampliar o target de empresas para a vendas. Existe uma demanda reprimida com necessidade de informação de qualidade a preços razoáveis.

No diagrama colocamos o escopo de 10.000 de forma apenas ilustrativa, pois acreditamos que seria muito maior este segmento.

Empresas com faturamentos de centenas de milhões ou alguns bilhões não estão qualificadas como target de estudo, porém, são um excelente target de vendas.

Fizemos algumas ligações para CIOs de empresas com faturamento entre 500 milhões e 1,5 bilhão, e todos disseram que comprariam estudos, seja em formato on premise ou assinatura, porque eles precisam de informações para sustentar seus planos estratégicos e investimentos em tecnologia. Seja para a tomada de decisão, seja para validar as escolhas perante o board da empresa.

Muitas destas empresas não possuem uma estrutura tão grande, nem recursos para pagar cente-

nas de milhares de reais em estudos de alguns institutos que vendem estudos e tendências.

Outro grande diferencial é que alguns estudos vendidos de mercado atuais, além de preços muito elevados, são feitos globalmente ou a parte nacional é pequena, não refletindo a verdadeira realidade local.

A iniciativa D+1 se refere ao que aconteceu no dia D+1 das previsões feitas por gurus e aceitas pelo mercado como guia a seguir? Em muitas ocasiões CIOs tomam decisões considerando, também, previsões futuristas. Os projetos, em teoria, são analisados se deram certo ou não, mas as previsões e tendências que sustentaram as decisões do projeto não.

Isso aparentemente não muda nada, mas, se começarmos a analisar quais e quantas previsões se concretizaram, quais tendências se consolidaram, e assim por diante, podemos estabelecer uma ponderação estatística de assertividade para as próximas, e principalmente ajudaríamos aos CIOs a treinar sua capacidade de análise e tomada de decisão.

CASES

A maioria das escolas de negócio aplicam em seu modelo de ensino o método do caso.

Os cases normalmente são de fora do país ou já aconteceram há muito tempo e não refletem totalmente a realidade atual.

Porém, todos os anos, para o prêmio da TI mais inovadora, a IT Mídia, com uma banca especialista e profissional, analisa dezenas de projetos.

A informação já está estruturada. Os cases já estão prontos. Por que não comercializá-los?

Obviamente com a devida autorização de seu autor e da empresa em questão.

O case também pode ser comercializado ocultando os nomes do profissional e da empresa (este modelo também requer a autorização do autor e da empresa).

Para alunos de cursos de pós-graduação, ter a possibilidade de conhecer cases reais e locais é de extrema importância.

Além do devido reconhecimento ao autor, que pode inclusive ser convidado para falar sobre o projeto no MBA, a Tecno-Humanização® considera que deve haver um Split na monetização e o autor deve receber uma parte da receita.



TECHFLIX

A IT Mídia tem vocação para ser um grande *hub* de informação na área de tecnologia, por meio de suas revistas, seus portais e seus eventos.

Por outro lado, a IT Mídia criou um Instituto para dar bolsa de estudos para profissionais de tecnologia que não têm condição de custear seus estudos.

Ao aplicar a metodologia da Tecno-Humanização® e nosso modelo de gestão de triple bottom line, alinhado com práticas ESG, nos levou a desenhar esta iniciativa.

A Techflix seria uma plataforma por assinatura para o profissional de tecnologia. Nela teríamos:

- *Cursos básicos produtos dos fabricantes;*
- *Infográficos de estudos de mercado;*
- *Análise dos estudos de mercado;*
- *Opiniões de especialistas;*
- *Cases.*

Em relação aos cases, além de poder ser contado pelo próprio autor (caso ele queira), o grande valor é que a IT Mídia pode produzir um conteúdo de extrema relevância para CIOs e profissionais de tecnologia.

Podemos mostrar os cases não somente do ponto de vista de tecnologia, mas também a partir de tudo o que rodeia um projeto: Equipe, Indicadores financeiros (o que se puder contar), tempos, fases, e, o principal, cultura (resistências, apoios, ações realizadas para desbloquear).

Quanto vale esta informação? Não só conhecer o projeto, desde o ponto de vista técnico, mas os atalhos, os inibidores encontrados, como foram desbloqueados, ou inclusive se não foram e quais as consequências e assim por diante.

Podemos abordar os perfis e Mindset necessários para realizar os projetos.

Esta plataforma seria de extrema relevância para todos os profissionais de TI do país.

Nós sugerimos que, por ter alcance nacional e poder se tornar uma fonte de receita expressiva, que parte desta receita seja destinada ao Instituto IT Mídia.

Outro ponto a salientar é que a Techflix poderia ser aberta a comunidades carentes, escolas e universidades de tecnologia.

A RCE Digital possui a tecnologia para auxiliar-nos nesta iniciativa.

Todas as iniciativas apresentadas representam acesso a dados e informações por parte dos clientes de qualquer dispositivo e qualquer lugar, o que requer segurança da informação que a Netskope, especialista em Secure Access Service Edge (SASE), falará em seu tópico.

Todas estas iniciativas permitem à IT Mídia converter dados em negócio!





As transformações precipitadas pelo avanço tecnológico implicam pelo menos duas mudanças de naturezas diferentes: a primeira delas relativa à adoção das tecnologias em si, sua criação, instalação, configurações e adequação aos processos da empresa. A segunda mudança, extremamente desafiadora, relativa aos seres humanos que farão uso das tecnologias.

Os problemas tecnológicos lidam com questões complexas, porém, passíveis de observação, mensuração, previsibilidade e concretude. Já os problemas humanos presentes em processos de mudança lidam com aspectos inconscientes e ocultos que podem frustrar as expectativas de transformação almejadas pela organização.

Problemas tecnológicos e problemas humanos são indissociáveis em processos de transformação digital. Uma vez que a razão de ser da tecnologia é servir aos propósitos e interesses das pessoas, a variável humana não pode ser excluída dessa

equação. Nesse contexto, para enfrentar os problemas humanos, é preciso trabalhar a cultura organizacional. Vejamos alguns dados sobre a relevância de uma cultura bem definida.

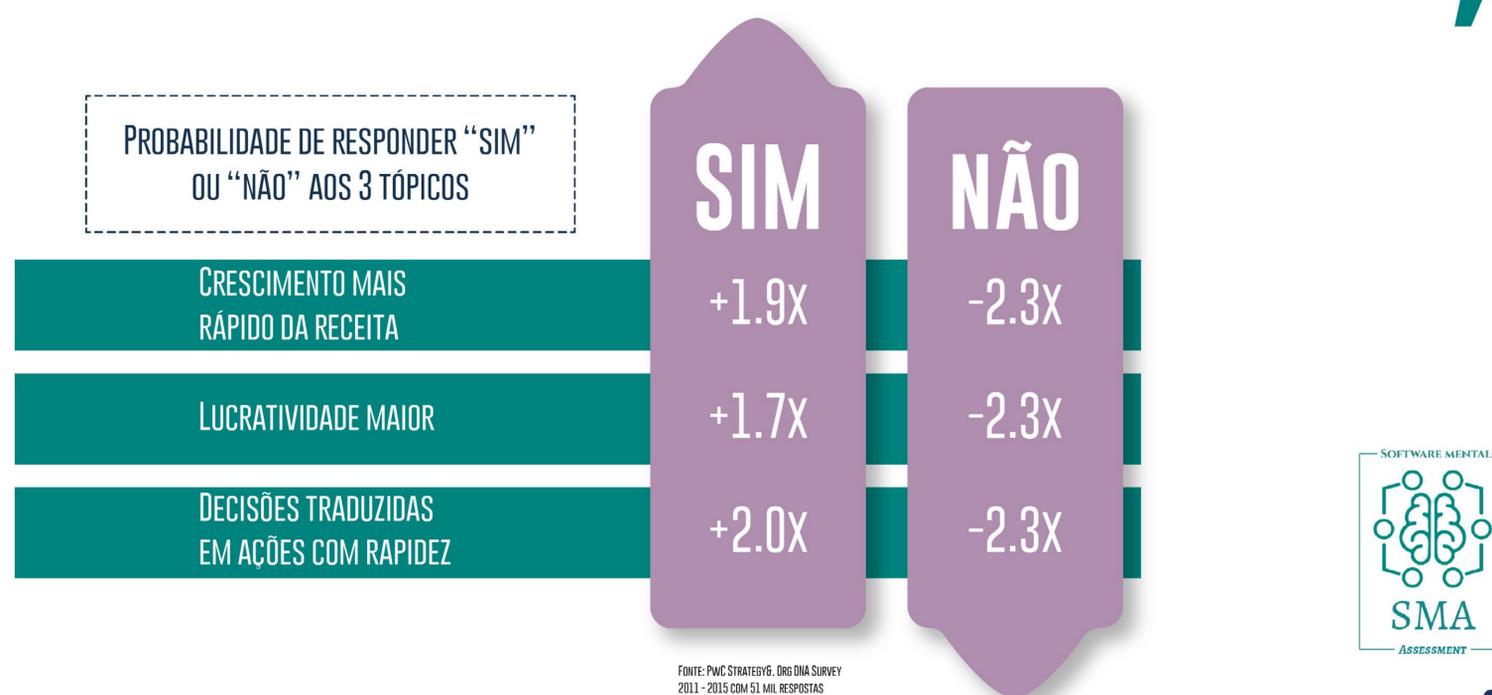
A cultura importa. 76% dos líderes corporativos brasileiros afirmam que a cultura organizacional é um assunto relevante em suas agendas. Em todo o mundo, as organizações longevas de sucesso têm em comum uma cultura clara, bem definida, que inspira os colaboradores e norteia as ações do dia-a-dia.

Ambiente em transformação acelerada. 73% dos líderes corporativos brasileiros acreditam que a cultura de suas organizações precisará sofrer uma mudança significativa nos próximos três a cinco anos, para que elas possam ter sucesso, crescer e reter as melhores pessoas.

Comportamentos-chave da cultura. Inovação, Agilidade, Excelência operacional e Foco no cliente são apontadas como as principais qualidades que as organizações precisam incorporar à própria cultura para alcançar seus objetivos nos próximos três a cinco anos.

Mais rápidas, mais eficientes, mais lucrativas. Qual o impacto de uma cultura bem definida no desempenho operacional? Empresas que responderam SIM à questão “Tenho uma cultura distinta que me dá vantagem competitiva” apresentam tendência duas vezes maior de crescer mais rapidamente e lucrar mais que a média do setor, além de levar estratégias à ação também com o dobro de rapidez.

“ **TENHO UMA CULTURA DISTINTA QUE ME DÁ VANTAGEM COMPETITIVA** ”



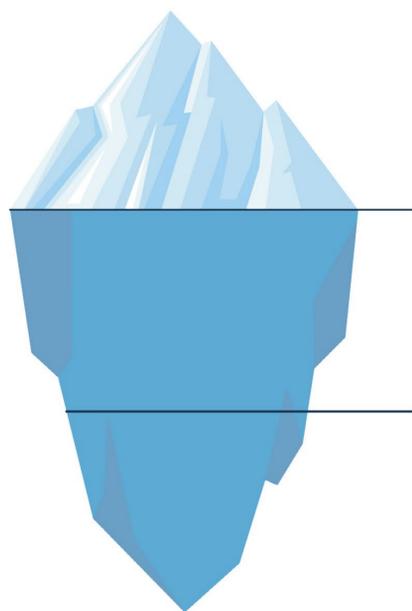
POR ONDE COMEÇAR?

Autopercepção mais próxima da realidade. 68% dos brasileiros concordam que os líderes formais e informais das empresas agem de acordo com as políticas e os valores da organização. Entre a alta liderança, esse valor sobe para 79% e cai para 56% entre os colaboradores com cargos não gerenciais, o que demonstra uma diferença de percepção acentuada. É comum achar que o problema é o comportamento do outro e não o próprio. Para mudar é preciso esclarecer o que e quem precisa mudar.

Melhorar a cultura para melhorar a comunicação. Num cenário de transformação acelerada, a velocidade de resposta de uma organização está relacionada a ambientes de trabalho mais horizontalizados, ou seja, nos quais os profissionais, independente de suas formações, privilegiam a comunicação com foco no cliente, pautados em uma cultura de aprendizagem e resultados coletivos.

Mudar a cultura é mudar suas características ocultas. A cultura organizacional se manifesta em três camadas. As duas primeiras são mais perceptíveis e mais comumente gerenciáveis: a cultura física (processos formais, prédios, produtos/serviços) e a cultura comportamental conhecida (normas, valores, processos informais). Mas há uma terceira camada oculta.

MUDAR A CULTURA É MUDAR AS CARACTERÍSTICAS OCULTAS QUE AFETAM O COMPORTAMENTO COLETIVO



| | |
|----------------------------------|--|
| CULTURA FÍSICA | PROCESSOS FORMAIS, PRÉDIOS, PRODUTOS/SERVIÇOS... |
| CULTURA COMPORTAMENTAL CONHECIDA | NORMAS, VALORES, PROCESSOS INFORMAIS... |
| CULTURA COMPORTAMENTAL OCULTA | CRENÇAS LIMITANTES, INCONSCIENTE COLETIVO DA ORGANIZAÇÃO |



O problema da cultura comportamental oculta. O inconsciente coletivo da organização manifesta-se por meio das crenças limitantes compartilhadas pelo grupo, independente dos níveis hierárquicos, dificultando a mudança de mindset que bloqueiam a livre implementação de novos processos e tecnologias. Como diria Peter Drucker: “A cultura come a estratégia no café da manhã”.

Revelar a cultura oculta com o Software Mental Assessment. Para mapear os aspectos escondidos da cultura e identificar o que e como mudar, disponibilizamos a plataforma online Software Mental Assessment - SMA - que realiza o diagnóstico de mindset com a utilização de inteligência artificial para identificar os comportamentos e crenças limitantes específicas de indivíduos e grupos que impedem o desenvolvimento da cultura desejada.

Gestão da mudança com o diagnóstico SMA. Os relatórios individuais e coletivos do diagnóstico SMA permitem identificar os aspectos socioemocionais da cultura organizacional que precisam ser trabalhados para promover a capacidade de adaptação e o desenvolvimento da cultura ágil da organização. Os relatórios apontam aspectos focais para a gestão da mudança da cultura junto às lideranças e equipes.



Fonte das estatísticas apresentadas: Pesquisa de Cultura Organizacional 2019 da PricewaterhouseCoopers, elaborado com 254 empresas brasileiras.



Em momentos de incerteza, trabalhar com dados aumenta a segurança na tomada de decisões. A Neppo é especialista em ciências de dados e automação de processos, por meio do uso de inteligência artificial.

Nem sempre ficar na escuridão é uma escolha porque a mudança é algo constante e, na era dos dados, conseguir as melhores informações é um desafio. Existem tecnologias e conhecimentos estatísticos que permitem descrever situações a partir de uma base histórica e com consulta aos big data disponíveis na internet, bem como é possível prever cenários com nível de confiança e margem de erro determinados.

Acreditamos que a IT Mídia pode se beneficiar das suas pesquisas juntos aos patrocinadores, e tam-

bém começar identificar outros possíveis dados que podem ser coletados em eventos remotos (IP para identificação de localização geográfica, presença virtual, dentre outros) ou presenciais (tag em crachás para identificar conexões, tempo de stand, câmeras para identificação de informações via algoritmos de inteligência artificial de dentre outras possibilidades).

A Neppo possui equipes que trabalham com Ciência de Dados e Infraestrutura prontas para trabalharem colaborativamente com a IT Mídia para projetar a arquitetura de coleta de dados, implementar a solução, gerenciar operações de exploração e análise de dados, baseada nas principais perguntas dos CIOs e outros públicos que possam surgir.

Nossa equipe trabalha com as ferramentas de maior destaque no mercado.



A partir de diferentes abordagens tecnológicas, como uso de inteligência artificial, é possível obter mais qualidade de informações em menos tempo.

A abordagem inicial sugerida é trabalhar com projetos em Python e, para apresentação de resultados, ferramentas de dashboard que a empresa possui para que sejam acompanhadas as variáveis relevantes para o negócio e melhorar a relação custo - benefício.

FONTE DE DADOS

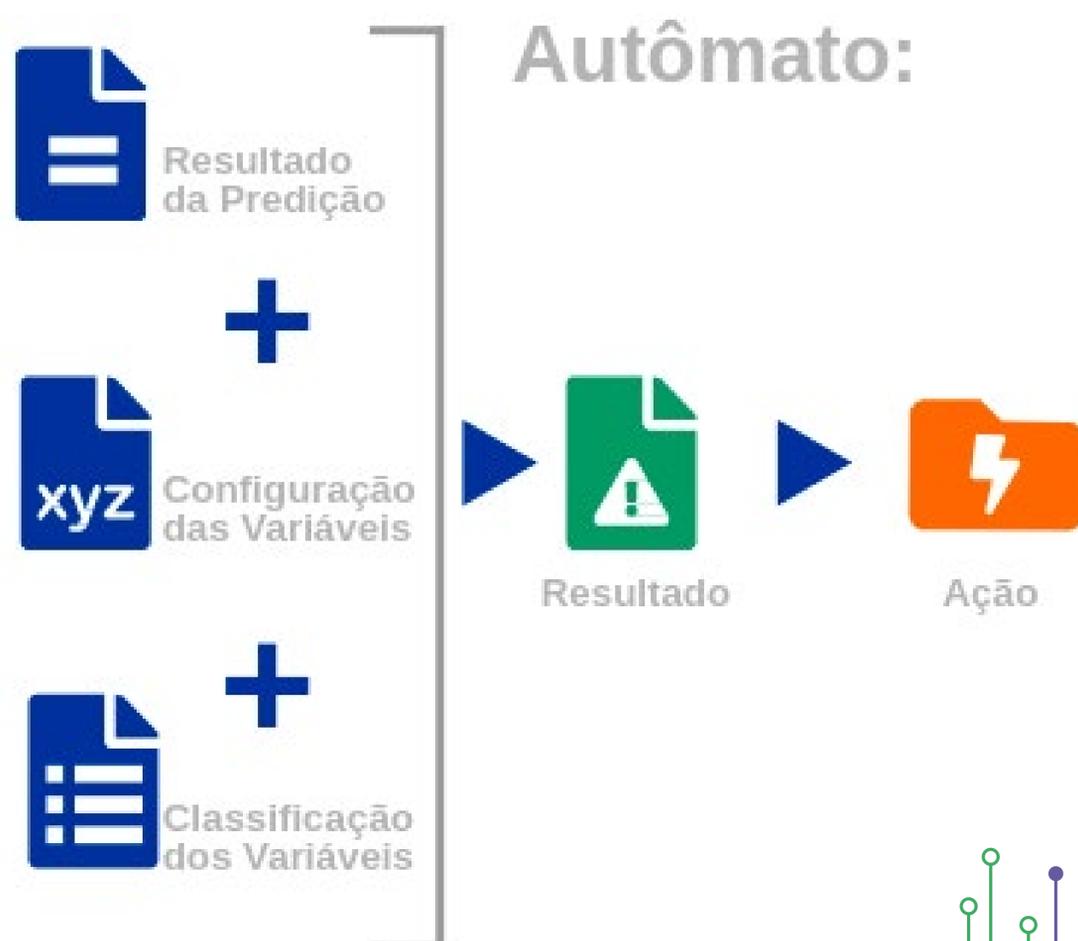
As bases de dados disponíveis da IT Mídia são uma importante fonte de informação, porém ela representa uma parte das possibilidades em Ciência de Dados e Big Data.

É possível utilizar diferentes tipos de datasets disponíveis na Internet, gratuitos ou por aquisições, redes sociais e também extração de dados automatizada.

O mais importante em um projeto é saber fazer as perguntas corretas para determinar o tipo de abordagem investigativa. Por isso, a importância do trabalho colaborativo entre Neppo e a IT Mídia.

MAPEAMENTO DAS AÇÕES

O mapeamento de ações a serem adotadas tem o intuito de serem aplicadas juntamente com o resultado dos modelos, agrupando de acordo com cada regra de negócio e área.



Algumas abordagens de análises

- Segmentação de empresas conforme propensão analisada;
- Informação de Score por empresas conforme informação cadastral informada na base;
- Utilização de múltiplos modelos preditivos na predição dos dados para obter um melhor resultado;
- Identificação de variáveis relevantes para o negócio;
- Informação de correlação entre as variáveis da base;
- Construção de autômatos para tomada de decisão a partir dos modelos gerados;
- Processamento de texto;
- Geração de indicadores de análise, como a acurácia em perguntas e respostas de chats;
- Identificação de Upsell and Cross-Sell;
- Otimização de campanhas de Marketing.

COMUNICAÇÃO DIGITAL

Para auxiliar a IT Mídia nas vendas de serviços de informações, é possível vender notificações ou consultas por meio de texto e voz, via reconhecimento da linguagem natural, como pílulas de conhecimento que podem ser fornecidas em qualquer canal de comunicação que o CIO utilizar.

A Neppo possui a plataforma TM2 Digital que permite à IT Mídia ampliar seus canais de comunicação e de realização de negócios com vários públicos, bem como manter o processo ágil e organizado por meio de automações e inteligência artificial (IA).

Por meio da plataforma TM2 Digital e com uso de IA, CIOs, empresários, patrocinadores, parceiros e outros públicos que podem ser identificados, poderão interagir com o bot inteligente por meio de webchat ou outros meios de comunicação, por exemplo: WhatsApp, Telegram, e-mail, Facebook, dentre outros. E por esses canais poderão também receber mensagens.

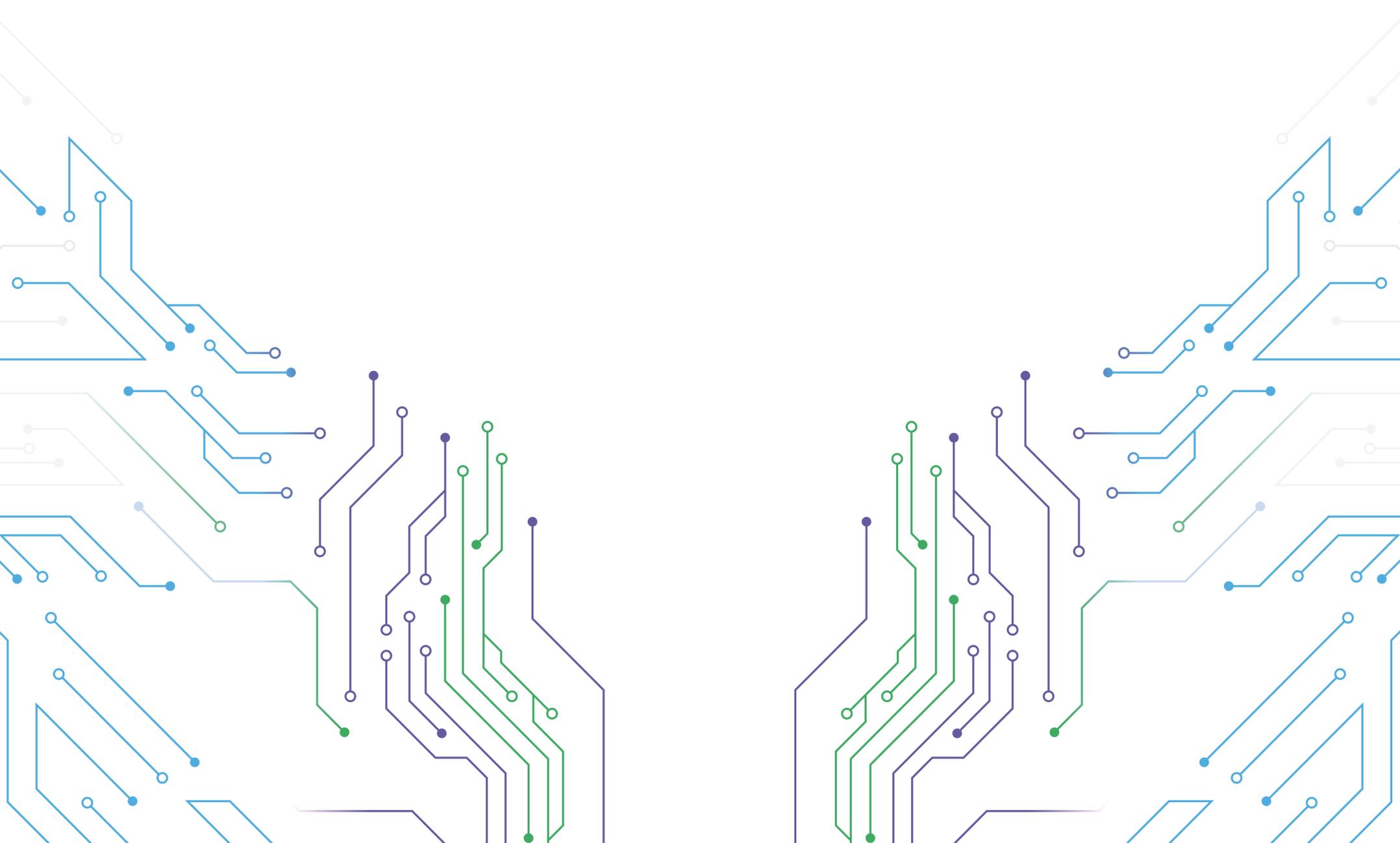
Dicas de conformidade com a LGPD; comparativo com concorrência e sinalizador de mercado são exemplos de serviços de informação que podem ser ofertados por meio do agente inteligente, cuja base de conhecimento é o resultado do trabalho em ciências de dados e big data apresentados na seção anterior.

A gestão da informação é essencial e manter uma solução de data lake permite o trabalho especializado em ciências de dados, com uso de algoritmos de machine learning, com previsão de cenários, que fundamentam as tomadas de decisão.

Sugere-se o uso da plataforma [TM2 Digital](#) para que os processos possam ser orquestrados pelo bot que entende linguagem natural, desenvolvido com uso da inteligência artificial [IAN](#), bem como os serviços personalizados em ciências de dados e business intelligence (BI).

Os dados gerados pelas interações e integrações com os sistemas da IT Mídia e outros, permitirão alimentar o data lake que será utilizado em análises em big data.

O resultado dessas análises será disponibilizado em ferramenta de visualização de dados para orientar as tomadas de decisão.





conclusão

Quando o case da IT Mídia chegou, vimos que a empresa tinha uma verdadeira mina de ouro em suas mãos. Um potencial enorme, mas isso eles já sabiam.

O caminho mais fácil e óbvio seria passar a vender estudos de mercado e competir com grandes marcas que já atuam neste mercado há anos e tem esta atividade como seu core business.

Esta pode ser uma linha de negócio, porém entendemos que o grande diferencial está em tratar este negócio de outra forma.

As 1.000 maiores empresas do país têm um CIO e uma grande estrutura e conhecimento na área de tecnologia, possuem os recursos necessários para analisar os estudos realizados pela IT Mídia.

Porém, existem milhares de empresas no país que tem uma estrutura de tecnologia mais ajustada e, em algum caso, não possuam todo o conhecimento para explorar as possibilidades que o estudo oferece.

Porém, independentemente do tamanho da estrutura, da quantidade de recursos, do conhecimento e do posicionamento estratégico da área de tecnologia dentro da organização, ambos tipos de empresa têm duas características comuns.

1. As informações e a inteligência de negócio nos estudos são de extrema relevância para seus investimentos e planejamento estratégicos

2. Não importa a quantidade de recursos, o bem mais escasso de um executivo é tempo

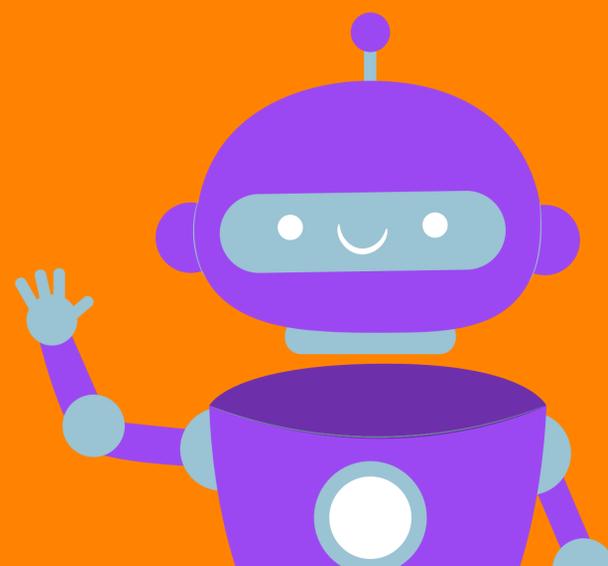
Por isso, além de vender informação, estudos, consideramos que o maior diferencial da IT Mídia seria vender tempo aos CIOs.

Ao correlacionar eventos, aplicar inteligência de mercado e de negócio às informações, a IT Mídia será capaz de vender insights, orientações, guias e tendências a milhares de diretores e gerentes de tecnologia de milhares de empresas.

Isso significa uma grande economia de tempo a estes profissionais.

Aplicando Inteligência artificial, conhecendo os setores, o mercado e os clientes, é possível personalizar os insights evitando a padronização.

A nossa Visão Tecno-Humanista[®] nos leva a aplicar tecnologia para humanizar empresas, e este modelo de venda de insights e modelos gere receita, e parte dela seja destinada ao Instituto IT Mídia, conforme apresentamos na solução.



Software Mental

O Software Mental nasceu com o propósito de **ajudar empresas a estarem preparadas para um mercado em constante mutação**, a partir do desenvolvimento do protagonismo e da capacidade de adaptação ágil de seus profissionais.

De acordo com os estudos da empresa, pessoas despreparadas podem levar a muitos prejuízos financeiros, não por falta de capacidade ou experiência, mas, sim, por falta de adaptabilidade e criatividade, ou uma mentalidade inadequada diante de um mundo que se transforma rapidamente.

Com orientações e experiências de aprendizagem personalizadas, o Software Mental oferece soluções que ajudam as organizações a entenderem quais são as necessidades socioemocionais e as mudanças necessárias no mindset de seus profissionais, a fim de superar suas limitações e alcançar seus objetivos de negócio.

Um dos mecanismos para ajudar as diferentes organizações é o Software Mental Assessment, **sistema avaliativo que ajuda a identificar competências socioemocionais e crenças limitantes que bloqueiam uma cultura ágil nas empresas**.

Em seu manifesto, o Software Mental declara seu propósito de **somar forças com organizações que buscam desenvolver líderes e equipes** que trabalhem de modo sinérgico e que favoreçam o aproveitamento do potencial dos seus integrantes.

Acima de tudo, a empresa deseja que seja entendido o papel da tecnologia como agente humanizador dos negócios e que as organizações sejam abertas aos processos de inovação, promovendo a melhoria de suas comunidades.



Neppo - soluções em TI

Neppo é uma empresa que tem como propósito **garantir relacionamentos duradouros entre pessoas e empresas**. Com processos ágeis, os bons resultados da organização, que começou em Uberlândia (MG), proporcionaram-lhe vãos maiores, rumo aos nossos desafios. Em processo de expansão, a Neppo é movida por criatividade e colaboração. Por isso, estão sempre abertos a novos modelos de negócios e parcerias.

A companhia iniciou a sua atuação com a prestação de serviços de suporte e consultoria em TI para grandes empresas, mais especificamente nos segmentos de telecomunicações e logística. Durante os seus onze anos de existência, **a Neppo transformou o seu modelo de negócios, aprendeu sobre diferentes setores e criou produtos digitais específicos a fim de atender às necessidades de seus clientes** e ampliou o seu mercado alvo, pois passou a atender também pequenas e médias empresas. Isso comprova o caráter inovador da empresa e o seu potencial em trazer soluções efetivas.

Missão: Criar soluções inovadoras e estratégicas, preconizando a liberdade, autonomia e independência nas relações com o cliente.

Visão: Ser a empresa de referência no mercado de TI como fornecedora de soluções criativas e de qualidade em IA.

Valores: Comprometimento, transparência, proximidade com clientes e colaboradores, dedicação.

Netskope

Movidas por conectividade rápida, uma explosão de serviços avançados em nuvem e uma sociedade que prioriza a mobilidade, as pessoas agora estão trabalhando de qualquer lugar e são mais produtivas e inovadoras do que nunca. Os eventos de 2020 aceleraram a transformação digital em quase uma década, criando novos desafios, riscos e oportunidades. Resumindo, impulsionar a inovação e a produtividade da força de trabalho, ao mesmo tempo que garantir que o acesso a aplicações e informações seja rápido, seguro e compatível, exige uma nova abordagem.

A Netskope, líder em Secure Access Service Edge (SASE), conecta os usuários com segurança e rapidez diretamente à Internet, a qualquer aplicação e sua infraestrutura a partir de qualquer dispositivo, dentro ou fora da rede. Com CASB, SWG e ZTNA construídos nativamente em uma única plataforma, a Netskope Security Cloud simplifica as operações para equipes de redes e de segurança, economizando tempo, aumentando sua eficácia e reduzindo o risco de sua organização, tudo com inteligência analítica de fácil entendimento. Isso é possível por meio de tecnologia patenteada, desenvolvida a partir do zero, para fornecer o contexto mais granular e possibilitar o acesso condicional e a conscientização do usuário, enquanto impõe princípios zero trust na proteção de dados e prevenção de ameaças em qualquer lugar. Diferentemente de outros que impõem compensações entre segurança e rede, a Netskope usa sua própria nuvem privada de segurança global com recursos de computação completos na borda e o desempenho necessário para ficar à frente das demandas de negócios. Isso reduz a complexidade, o atrito entre as equipes e a frustração dos usuários finais.

Com a Netskope, as maiores empresas do mundo se beneficiam de segurança e uma rede rápida em qualquer lugar, centrada em dados e cloud-smart, ao mesmo tempo que permite uma boa cidadania digital e fornece um custo total de propriedade mais baixo oferecido pela Netskope Security Cloud Platform.

RCE Digital

A RCE Digital tem a inovação como característica em seu DNA e oferece soluções completas para grandes, médias e pequenas empresas. As soluções estão voltadas para comunicação, treinamentos, ensino à distância, eventos, projetos especiais e produção de vídeos.

Atua há mais de 20 anos no mercado de comunicação corporativa e foi a responsável pela primeira TV Corporativa com sinal digital, via satélite, da América Latina.

As soluções oferecidas pela RCE digital são:

- **Comunicação e integração:** A Solução Comunicação e Integração é composta por um leque de produtos e serviços desenvolvidos para ajudar empresas que buscam inovar em sua comunicação corporativa e eliminar barreiras geográficas.
- **Treinamento e EAD:** Junto com a transformação digital, nasceram novas formas de aprendizado, e por meio da tecnologia, a distância deu lugar a ferramentas de ensino que cabem na palma da mão. A Solução Treinamento e EAD auxilia sua empresa a manter seus clientes e/ou colaboradores atualizados e em constante evolução.
- **Soluções para eventos:** O mercado de eventos cresce todos os anos e com isso, a necessidade de encantar o público, melhorar a experiência e encurtar a distância do seu evento também. Nossas Soluções para Eventos contribuem e apoiam todas as etapas e processos do seu evento: divulgação, transmissão ao vivo, cobertura, integração e registros em vídeos.

Produção de vídeos: Até 2020, 80% do conteúdo online será em formato de vídeo. Com isso, contar com parceiros estratégicos para inovar na comunicação é essencial para se diferenciar no mercado. Nossa Solução de Produção de Vídeos aposta na criatividade e inovação permanente para a criação de conteúdos audiovisuais que abordam temas institucionais, comerciais, motivacionais e educativos, tudo isso, pensando na distribuição multiplataforma.

VISÃO TECNO HUMANISTA

Equipe:

Idealização



Marcio Bueno

Conteudista



Eduardo Rabboni

Conteudista e revisor



Guilherme Hansen

be&sk