



TABELA DE  
TENDÊNCIAS  
SISTEMA FIEP  
NEGÓCIOS

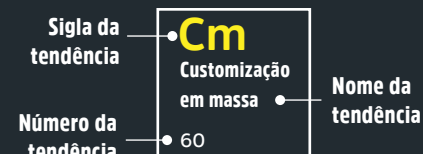


# TABELA DE TENDÊNCIAS SISTEMA FIEP

## NEGÓCIOS

<b>Sc</b> Social Commerce 01	<b>Cb</b> Chatbots 08	<b>Ha</b> Hiper-automação 15	<b>S</b> Streaming 22	<b>Bs</b> Biologia Sintética 29	<b>Ds</b> Dropshipping 36	<b>Ci</b> Crowdinno- vation 43	<b>Ad</b> Adware 50	<b>P</b> Paywall 57	<b>M</b> Marketplace 64	<b>Oc</b> Omnichannel 71	<b>Im</b> Inbound Marketing 78	<b>SmD</b> Social Media Dashboards 85	
<b>Ew</b> E-wallets 02	<b>Cn</b> Computação em Nuvem 09	<b>Iv</b> Interfaces de Voz 16	<b>I3d</b> Impressão 3D 23	<b>Tv</b> Tecnologias Verdes 30	<b>Cw</b> Crowdlearning 37	<b>Oo</b> Online-to- offline 44	<b>Ss</b> Software as a Service 51	<b>Bo</b> Buy One Give One 58	<b>Cl</b> Cauda Longa 65	<b>Am</b> Automação de Marketing 72	<b>PpV</b> Pesquisa por Voz 79	<b>Pv</b> Proposta de Valor 86	<b>Ap</b> Análise Preditiva 92
<b>Ma</b> Moedas Alternativas 03	<b>Pw</b> Progressive Web Apps 10	<b>Rf</b> Reconhecimen- to Facial 17	<b>C</b> Cibersegurança 24	<b>Nm</b> Novos Materiais 31	<b>Sp</b> Serviços Produtizados 38	<b>Dc</b> Direct-to- consumer 45	<b>Cc</b> Concorrência Criativa 52	<b>Lc</b> Low Cost 59	<b>F</b> Freemium 66	<b>Op</b> Otimização dos Processos 73	<b>Sm</b> Storytelling Marketing 80	<b>Md</b> Mineração de Dados 87	<b>Rh</b> RH Digital 93
<b>M</b> Micropaga- mentos 04	<b>B</b> Blockchain 11	<b>D</b> Drones 18	<b>Pc</b> Plataformas Colaborativas 25	<b>Gd</b> Gêmeos Digitais 32	<b>Pp</b> Peer-to-peer 39	<b>Na</b> Negócio Aberto 46	<b>Aa</b> Aluguel por Assinatura 53	<b>Cm</b> Customização em Massa 60	<b>O</b> Outsourcing 67	<b>Cc</b> Comportamento do consumidor 74	<b>Gf</b> Geo-fencing Marketing 81	<b>Ip</b> Indicadores de Performance 88	<b>Ee</b> Employee Experience 94
<b>Ob</b> Open Banking 05	<b>Bd</b> Big Data 12	<b>R</b> Robótica 19	<b>Ic</b> Internet das Coisas 26	<b>Sd</b> Serviços sob Demanda 33	<b>Ps</b> Sistema-produ- to-serviço 40	<b>Bb</b> Business to Business 47	<b>Vd</b> Venda Direta 54	<b>Cc</b> Compra Coletiva 61	<b>Jc</b> Jornada do Cliente 68	<b>Se</b> Search Engine Optimization 75	<b>Me</b> Marketing de Experiência 82	<b>Em</b> Ecossistema de Negócios 89	<b>Ep</b> Event Processing 95
<b>Sa</b> SuperApps 06	<b>Cq</b> Computação Quântica 13	<b>Ra</b> Realidade Aumentada 20	<b>Eh</b> E-Health 27	<b>Sa</b> Serviços por Assinatura 34	<b>Dw</b> Donationware 41	<b>Cs</b> Crowdsourcing 48	<b>Lg</b> Lead Generation 55	<b>Pm</b> Plataforma Multilateral 62	<b>Bp</b> Brand Persona 69	<b>Vm</b> Videomarketing 76	<b>N</b> Neuro- marketing 83	<b>En</b> Estratégia do Negócio 90	<b>CI</b> Contratos Inteligentes 96
<b>Pi</b> Pagamentos Instantâneos 07	<b>Cg</b> Conexão 5G 14	<b>Ia</b> Inteligência Artificial 21	<b>Gt</b> Geolocalização em Tempo Real 28	<b>Cf</b> Crowdfunding 35	<b>Ck</b> Crowd- knowledge 42	<b>Lo</b> Leilão On-line 49	<b>Pl</b> Private Label 56	<b>Ie</b> Isca e Anzol 63	<b>Gh</b> Growth Hacking 70	<b>Pp</b> Pay per Click 77	<b>CgU</b> Conteúdo Gerado pelo Usuário 84	<b>Ri</b> Retorno sobre Investimento 91	<b>Cs</b> Cadeia de Suprimentos Inteligentes 97

Observatório  
Sistema Fiep



As tendências estão  
organizadas em cinco  
grandes grupos,  
diferenciados por cores:



Sistema Fiep

FIEP  
SESI  
SENAI  
IEL

**FIEP**

## PAGAMENTOS

- 01. Social Commerce (Sc)** • Uso de redes sociais virtuais para transações de *e-commerce*, oferecendo a possibilidade de mais informações sobre os produtos. A ferramenta facilita o engajamento de consumidores e abre um importante canal para diálogo e advocacia da marca.
- 02. E-wallet (Ew)** • Substituição de cartões de débito e crédito por dispositivos eletrônicos, permitindo transações de dados criptografados via *smartphone*, biometria, *QR Code*, *apps* ou *sites*. Também chamada de carteira digital ou *digital wallet*.
- 03. Moedas Alternativas (Ma)** • Moedas correntes digitais independentes de estados, bancos ou entidades, que podem tornar-se formas efetivas de pagamento em determinadas situações e estabelecimentos. Ex.: Bitcoin.
- 04. Micropagamentos (M)** • Transações financeiras que envolvem pequenas quantias de dinheiro e são realizadas de forma ágil e prática sem a necessidade de cartão de crédito. Ex.: PayPal e PagSeguro.
- 05. Open Banking (Ob)** • Sistema bancário aberto que disponibiliza tecnologia para a criação de ecossistemas de produtos e serviços financeiros em torno de determinadas instituições. Propicia mais eficiência, competição e inovação.
- 06. SuperApps (Sa)** • Unificação de atividades digitais diversas: *delivery*, entretenimento, operações financeiras, serviços logísticos, de transporte e de saúde. Os superaplicativos têm caráter *customer centric* e servem para acúmulo de dados e análise do comportamento do consumidor.
- 07. Pagamentos Instantâneos (Pi)** • Transferências eletrônicas que viabilizam uma ordem de pagamento em tempo real, sem a necessidade de intermediadores, com um custo reduzido em comparação ao TED e ao DOC. Ex.: Pix.

## TECNOLOGIA

- 08. Chatbots (Cb)** • Programas de computador desenvolvidos para realizar conversação com pessoas simulando um ser humano. Por meio de Inteligência Artificial, os sistemas encontram respostas e executam tarefas simples de forma automatizada.
- 09. Computação em Nuvem (Cn)** • Tecnologia que permite acesso remoto a informações, oferecendo armazenamento de dados de forma *on-line*, sem a necessidade de instalação de programas, permitindo colaboração e monitoramento em tempo real.
- 10. Progressive Web Apps (Pw)** • Nova metodologia de desenvolvimento de *software* considerada uma evolução híbrida entre aplicativos móveis e páginas regulares da *web*.
- 11. Blockchain (B)** • Tecnologia de registro distribuído que visa à descentralização como medida de segurança. O protocolo de confiança funciona como livro-razão compartilhado e universal que cria consenso e confiança entre as partes envolvidas, sem o intermédio de terceiros.
- 12. Big Data (Bd)** • Conjunto de tecnologias inovadoras que possibilita coleta digital, organização e análise de grandes e variados volumes de dados. Pode revelar informações estratégicas sobre os mais diversos aspectos dos negócios.
- 13. Computação Quântica (Cq)** • Sistema que utiliza teorias e propriedades da mecânica quântica na ciência da computação para possibilitar operações mais velozes com gasto inferior de energia em relação a computadores tradicionais.
- 14. Conexão 5G (Cg)** • Quinta geração da telecomunicação móvel cujos diferenciais são a velocidade de conexão à internet e as aplicações potencialmente revolucionárias, como a interconexão digital entre objetos e viabilização de cidades inteligentes.
- 15. Hiperautomação (Ha)** • Convergência de várias tecnologias de automação com o objetivo de potencializar ou substituir as capacidades humanas na força de trabalho.
- 16. Interfaces de Voz (Iv)** • Tecnologia baseada em Inteligência Artificial que pode ser acionada por *smartphones*, alto-falantes inteligentes, *smart TVs* e outros dispositivos com crescente utilização nos âmbitos organizacional e doméstico.
- 17. Reconhecimento Facial (Rf)** • Identificação de padrões faciais característicos de indivíduos por meio do cruzamento de dados e padrões digitais baseados em sistemas de IA.
- 18. Drones (D)** • Veículos aéreos não tripulados, remotamente pilotados e que podem ser controlados nos três eixos. As aplicações são diversas: segurança do trabalho, inspeção industrial, manutenção preventiva, entregas, captura de fotografias e vídeos etc.
- 19. Robótica (R)** • Sistemas compostos por partes mecânicas automáticas e controladas por circuitos integrados (robôs, arduinos, circuitos e sensores). No contexto industrial, desempenha tarefas no chão de fábrica, otimiza processos, reduz desperdícios e riscos de falha.
- 20. Realidade Aumentada (Ra)** • Tecnologia que permite a sobreposição de elementos virtuais a cenários reais com o objetivo de proporcionar a interação entre esses dois universos. Possibilita experiências diferenciadas em áreas como indústria, varejo, saúde, educação e entretenimento.
- 21. Inteligência Artificial (Ia)** • Ramo da ciência da computação baseada em mecanismos que simulam a capacidade humana de pensar e resolver problemas. O desenvolvimento da IA. é a base da transformação digital e vem impactando agricultura, indústria, finanças e atividades cotidianas.
- 22. Streaming (S)** • Fluxo de distribuição digital via internet frequentemente utilizado para distribuir conteúdo multimídia sem a necessidade de armazenamento de conteúdo no computador dos usuários.

23. **Impressão 3D (I3d)** • Processo que transforma modelos digitais tridimensionais em objetos reais por meio da adição sucessiva de camadas de materiais, apresentando vantagens competitivas sobre técnicas tradicionais de produção, como prototipagem rápida, criação de formas complexas e uso racional de materiais.
24. **Cibersegurança (C)** • Conjunto de tecnologias e estratégias destinadas à proteção de computadores, servidores, sistemas eletrônicos e dispositivos móveis. Garante um fluxo seguro de dados entre pessoas e organizações.
25. **Plataformas Colaborativas (Pc)** • Compartilhamento, processamento e gerenciamento de arquivos, documentos e dados entre vários usuários ou sistemas. Melhora a colaboração entre diferentes equipes de trabalho, aumenta a lucratividade e amplia oportunidades de negócios.
26. **Internet das Coisas (Ic)** • Interconexão digital de objetos à internet, criando rede inteligente para monitoramento, coleta, troca e análise de dados em grande volume. Estrutura viabilizada por tecnologias da informação como sensores, plataformas em nuvem e comunicação máquina-máquina.
27. **E-health (Eh)** Aplicação da internet em conjunto com outras tecnologias de informação, com foco em ações de melhoria na prestação de serviços médicos ou a coordenação de sistemas de saúde.
28. **Geolocalização em Tempo Real (Gt)** • Sistema de rastreamento e posicionamento de objetos, pessoas e animais, com potencial de uso no setor logístico, no contexto operacional de indústrias, nas linhas de montagem, na gestão de mercadorias e controle de acesso.
29. **Biologia Sintética (Bs)** • Abordagem que combina biologia e engenharia para projetar e construir novas funções e sistemas biológicos.
30. **Tecnologias Verdes (Tv)** • Aplicações das ciências ambientais para proteção e conservação da natureza, espaço natural ou biodiversidade, no sentido de prevenir ou mitigar impactos negativos do homem no ambiente.
31. **Novos Materiais (Nm)** • Conceito que engloba não apenas materiais recém-descobertos, mas também os conhecidos há mais tempo e que passaram a ser fabricados com maior qualidade e elevado desempenho funcional.
32. **Gêmeos Digitais (Gd)** • Materialização da união entre físico e virtual, criando um mundo ciberfísico e inteligente onde é possível desenhar, testar e construir novos equipamentos. A etapa da construção física ocorre somente após as definições e testes serem realizadas virtualmente.

## MODELOS DE NEGÓCIOS

33. **Serviços sob Demanda (Sd)** • Serviços pontuais que podem ser adquiridos por um preço definido em um dado mercado durante período determinado de tempo.
34. **Serviços por Assinatura (Sa)** • Soluções em compras repositivas atreladas à conveniência, economia de tempo e garantia de disposição do produto no momento necessário para o uso.
35. **Crowdfunding (Cf)** • Financiamento coletivo que permite o recebimento de doações de apoiadores em troca de recompensas exclusivas. O modelo vem redefinindo as formas de custeio de eventos, empresas, *startups*, projetos sociais, viagens, produtos editoriais etc.
36. **Dropshipping (Ds)** • Estabelecimento de loja *On-line* sem a necessidade de armazenamento, empacotamento e envio de produto. O contrato está calcado em três elementos-chave: fabricante, varejista e cliente.
37. **Crowdlearning (Cw)** • Plataforma com conceito de redes sociais que permite o aprendizado com experiência e conhecimento de outras pessoas ao conectar alunos com instrutores e professores. Variação do modelo P2P.
38. **Serviços Produzidos (Sp)** • Pacotes predeterminados de serviços com preço, escopo e prazo fixos. Ampliam a possibilidade de mais escala devido a riscos reduzidos e processos bem definidos e replicáveis.
39. **Peer-to-peer (Pp)** • Conexão entre indivíduos como o objetivo de trocar produtos e serviços, sem envolver a relação entre empresas. Pode ser chamado de modelo C2C (*consumer to consumer*).
40. **Sistema-produto-serviço (Ps)** • Combinação de produtos e serviços capazes de atender, em conjunto, às necessidades do usuário. Modelo resultante da necessidade de inovar, oferecer maior valor agregado e lucro, ao invés de somente os produtos.
41. **Donationware (Dw)** • Variação de *shareware*. Forma de distribuição de *software* em que o desenvolvedor pede doação para atender custos de desenvolvimento, hospedagem, testes etc.
42. **Crowdknowledge (Ck)** • Modelo baseado na alavancagem da sabedoria ou do conhecimento de um grupo de pessoas que objetiva contribuir com a pesquisa e a tomada de decisão. Variação do *Crowdsourcing*, também chamada de Conhecimento Distribuído e Inteligência Coletiva.
43. **Crowdinnovation (Ci)** • Modelo baseado na contribuição com empresas na resolução de problemas e identificação de oportunidades inovadoras utilizando colaboradores externos. Também conhecido como Modelo de Inovação Aberta.
44. **Online-to-offline (Oo)** • Empresas do mundo *on-line* captando clientes para empresas do mundo *off-line*. O O2O atrai usuários *on-line* oferecendo ofertas, reservas e recomendações.

- 45. Direct-to-consumer (Dc)** • Venda direta ao cliente final sem intermediários. Também conhecida como Desintermediação, é prática crescente entre indústrias que adotam novas tecnologias para lidar com canais próprios de distribuição e aumentar suas margens.
- 46. Negócio Aberto (Na)** • Modelo cuja oferta de valor é gerada por meio de colaboradores externos, como parceiros e clientes, compartilhando riscos e recompensas. Empresas se beneficiam do conhecimento distribuído sem custos elevados com salários.
- 47. Business to Business (Bb)** • Modelo baseado na relação comercial de produtos ou serviços entre empresas, sem envolver pessoas físicas.
- 48. Crowdsourcing (Cs)** • Entrega de serviços para clientes por meio de uma plataforma *on-line* que utiliza a sabedoria e os aprendizados coletivos para a resolução de problemas ou desenvolvimento de soluções.
- 49. Leilão On-line (Lo)** • Intermediação entre compradores e vendedores por meio de leilões de produtos vendidos pelos maiores valores oferecidos.
- 50. Adware (Ad)** • Modelo que oferece *software* gratuitamente ou a preço reduzido em troca de exposição publicitária. Surgida na década de 1990, a estratégia evoluiu para *softwares* na nuvem e passou a ser adotada por grandes empresas como forma de monetizar a oferta de serviços gratuitos.
- 51. Software as a Service (Ss)** • Disponibilidade de serviços de acesso, suporte e manutenção de *software* via internet a partir da cobrança de assinatura mensal. No SaaS, a empresa fornecedora é responsável pela infraestrutura necessária (servidores, conectividade, segurança, atualizações etc.).
- 52. Concorrência Criativa (Cc)** • Variação do modelo de *crowdsourcing* que reúne grupos de criativos para desenvolver peças de arte, mídia ou conteúdo através de um *marketplace* de concorrência.
- 53. Aluguel por Assinatura (Aa)** • Permite que clientes aluguem um número limitado de produtos pagando uma taxa mensal. Por meio do modelo flexível de propriedade, é possível desfrutar do produto sem adquiri-lo.
- 54. Venda Direta (Vd)** • Criação de sistema de *marketing* e venda ao consumidor por meio de rede de revendedoras sem participação do varejo tradicional. Modelo baseado na apresentação, demonstração e venda pessoal a consumidores em suas casas ou no trabalho.
- 55. Lead Generation (Lg)** • Geração de oportunidades a partir da captura de visitas ou *e-mails* de usuários com interesse em produtos ou serviços de outra empresa. Usuários com potencial de compra são direcionados para os *sites* de empresas interessadas em efetuar vendas.
- 56. Private Label (Pl)** • Fornecimento de produtos rotulados por terceiros, geralmente de varejistas que usam a força de suas marcas e pontos de venda para vender com melhores margens.
- 57. Paywall (P)** • Estratégia adotada por grandes meios de comunicação: limitam acesso a notícias e artigos para não assinantes. *Hard paywalls* não permitem acesso ao conteúdo sem o pagamento de assinatura. Já os *soft paywalls* permitem um número limitado de artigos gratuitos por mês.
- 58. Buy One Give One (Bo)** • Venda com caridade embutida. Para cada produto comprado por cliente, outro é doado para pessoas carentes.
- 59. Low Cost (Lc)** • Modelo que oferece produtos ou serviços de baixo custo sem recursos não essenciais. Qualquer tipo de item que seja uma adição à oferta principal é removido para que o preço seja reduzido ao mínimo possível.
- 60. Customização em Massa (Cm)** • Personalização de produtos no ato da compra com base em preferências por preço acessível e boa velocidade de produção e entrega. Modelo de negócio avançado por sistemas automatizados de fabricação e interface *web* amigável.
- 61. Compra Coletiva (Cc)** • Produtos ou serviços oferecidos com desconto agressivo e gatilho de oferta atrelada a um número mínimo de compradores. O poder da compra em grande volume promove benefícios tanto para clientes quanto para empresas ofertantes. Ex.: Groupon e Peixe Urbano.
- 62. Plataforma Multilateral (Pm)** • Plataforma econômica intermediária entre dois ou mais grupos distintos que se beneficiam da conexão em rede.
- 63. Isca e Anzol (Ie)** • Oferta de produtos dependentes entre si, mas com margens de preços diferentes. O produto principal é vendido com baixíssima margem de lucro, enquanto o produto secundário é vendido com alta margem de lucro.
- 64. Marketplace (M)** • Disponibilização de produtos de diversos vendedores em um único ambiente virtual, normalmente em e-commerce de grande porte que também pode fazer suas próprias vendas.
- 65. Cauda Longa (Cl)** • Venda de grande variedade de produtos de nicho que, individualmente, tem público reduzido, mas no total geram alto valor em vendas.
- 66. Freemium (F)** • Disponibilização de produto ou serviço digital gratuito como forma de atrair um alto volume de usuários, mas com o objetivo de convertê-los em pagantes através de uma opção *premium* com mais recursos.
- 67. Outsourcing (O)** • Forma de organização estrutural que permite a utilização de mão de obra externa como estratégia comercial e de negócios. Aplica-se a tarefas normalmente não executadas dentro da empresa ou que já não se encaixam em sua proposta inicial.



## MARKETING

- 68. Jornada do Cliente (Jc)** • Experiência completa do consumidor com uma empresa, do primeiro contato com a marca até o pós-venda. O entendimento permite que organizações gerem valor durante todo o processo de compra e participem ativamente dessa trajetória.
- 69. Brand Persona (Bp)** • Convergência dos valores e posicionamento da marca em um personagem que representa seu “tom de voz”, linguagem e estilo, contribuindo com o relacionamento com o público de forma mais humana, natural e verossímil.
- 70. Growth Hacking (Gh)** • Metodologia orientada a experimentos. O objetivo é alavancar resultados do negócio. As táticas e estratégias envolvem as áreas de *marketing*, criatividade e engenharia de *software*.
- 71. Omnichannel (Oc)** • Tendência do varejo que se baseia na convergência entre lojas físicas e canais virtuais para melhorar a experiência do usuário e conduzir o relacionamento com o público de forma eficaz.
- 72. Automação de Marketing (Am)** • Uso de tecnologia para automatizar ações e processos de *marketing*, reduzir trabalhos manuais e aumentar a eficiência das ações.
- 73. Otimização dos Processos (Op)** • Realização de auditorias nos fluxos de atividades de trabalho para encontrar gargalos de produção, erros ou desperdício de tempo e dinheiro, visando alcançar resultados traçados pela empresa com menos recursos e mais eficiência.
- 74. Comportamento do Consumidor (Cc)** • Estudo sobre como pessoas, grupos e organizações selecionam, compram, usam e descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer seus desejos e necessidades.
- 75. Search Engine Optimization (Se)** • Conjunto de estratégias que objetivam potencializar e melhorar o posicionamento de um site nos resultados orgânicos em páginas de busca, a fim de gerar mais conversões.
- 76. Videomarketing (Vm)** • Uso de conteúdos audiovisuais para atrair, converter e reter clientes. O vídeo pode servir para apresentar a empresa, explicar um produto ou ensinar sobre o seu mercado de atuação.
- 77. Pay per Click (Pp)** • Modelo de *marketing* usado para direcionar tráfego para *sites* em que o cliente paga quando o anúncio recebe um clique.
- 78. Inbound Marketing (Im)** • Estratégia que congrega ações *on-line* com o objetivo de atrair tráfego para um *site* e convertê-lo em *leads* ou consumidores efetivos de produtos ou serviços. Também conhecido como *Marketing de Atração*.
- 79. Pesquisa por Voz (PpV)** • Formato de comando ou pergunta habilitado por fala, e não pela digitação, como originalmente ocorre em mecanismos de busca. Também conhecida como *voice search*, a pesquisa utiliza interfaces como *smartphones*, *tablets*, assistentes pessoais.
- 80. Storytelling Marketing (Sm)** • Técnica de contar histórias relevantes para estreitar a relação entre marca e consumidor final. De caráter persuasivo, pode ser aplicado na produção de conteúdo, em vendas e consultorias, ajudando a promover negócios e vender serviços de forma indireta.
- 81. Geofencing Marketing (Gf)** • Envolvimento dos consumidores com base em um perímetro virtual que pode auxiliar no entendimento da mentalidade do público e desencadeamento de vendas em determinada área geográfica.
- 82. Marketing de Experiência (Me)** • Utilização da experiência do consumidor para conquistar, engajar e fidelizar clientes. As ações buscam criar estímulos capazes de gerar respostas emocionais e vínculos afetivos com a marca ou o produto.
- 83. Neuromarketing (N)** • Campo de estudo baseado na essência do comportamento do consumidor que une *marketing* e neurociência. Se relaciona com o *Marketing 3.0*, que trata os clientes não só como meros consumidores, mas como seres complexos e multifacetados.
- 84. Conteúdo Gerado pelo Usuário (CgU)** • Qualquer tipo de mídia (comentários, *posts*, fotos, vídeos) que o usuário produza espontaneamente para a marca.

## INTELIGÊNCIA

- 85. Social Media Dashboards (SmD)** • Ferramenta utilizada para rastrear métricas de engajamento a partir de uma única interface a fim de criar relatórios unificados de plataformas diversas, como Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Pinterest, entre outros.
- 86. Proposta de Valor (Pv)** • Promessa de valor a ser entregue, comunicada e reconhecida. Pode ser aplicada a uma organização inteira, partes dela, contas de clientes, produtos ou serviços. Principal motivo para escolher um produto, e não o dos concorrentes.
- 87. Mineração de Dados (Md)** • Processo de exploração de dados na busca de padrões consistentes para detectar relacionamentos sistemáticos entre variáveis. Também conhecida pelo termo original, em inglês, *data mining*.

- 88. Indicadores de Performance (Ip)** • Ferramentas de gestão destinadas à verificação do nível de desempenho ou de sucesso de uma organização em meta específica ou geral que contribui para a tomada de decisão.
- 89. Ecossistema de Negócios (Em)** • Rede que engloba uma empresa e seus respectivos fornecedores, clientes e demais parceiros, em um ciclo virtuoso de geração e agregação de valor.
- 90. Estratégia do Negócio (En)** • Técnicas de gestão e avaliação para auxiliar na tomada de decisões estratégicas. Plano que garante à empresa alcance de objetivos e melhoria do posicionamento.
- 91. Retorno sobre Investimento (Ri)** • Importante indicativo econômico utilizado para identificar retornos financeiros potenciais e passados, bem como avaliações para possíveis investimentos.
- 92. Análise Preditiva (Ap)** • Variedade de técnicas estatísticas de mineração de dados, modelagem preditiva, inteligência artificial e aprendizado de máquina destinadas à análise de fatos atuais e históricos e realização de previsões sobre eventos futuros ou desconhecidos.
- 93. RH Digital (Rh)** • Também chamado de RH 4.0, o conceito parte do redesenho de antigos processos de gestão pessoal para aproveitamento de ferramentas digitais e estabelecimento de conexão mais efetiva com outros departamentos, colaboradores e fornecedores.
- 94. Employee Experience (Ee)** • Conjunto de esforços para criar vivência significativa de trabalho para os colaboradores. Conceito semelhante ao da experiência do consumidor.
- 95. Event Processing (Ep)** • Método de rastreamento e análise de fluxo de informações com o objetivo de identificar e responder de forma rápida às oportunidades e ameaças.
- 96. Contratos Inteligentes (CI)** • Protocolo digital que facilita negociação ou desempenho de um contrato, proporcionando confiabilidade em transações *on-line*. Difere da modalidade em papel pela natureza autoexecutável e impossibilidade de ser adulterado ou extraviado.
- 97. Cadeia de Suprimentos Inteligentes (Cs)** • Metodologia voltada à antecipação de demandas e precisão sobre as necessidades que impactam diretamente a eficiência da empresa, garantindo que tudo funcione de acordo com as oscilações de procura por bens ou serviços.

## SISTEMA FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO PARANÁ

*Presidente*

Carlos Valter Martins Pedro

### OBSERVATÓRIO SISTEMA FIEP

*Coordenação Técnica*

Marília de Souza

Raquel Valença

*Organização Técnica*

Ramiro Pissetti

*Autoria*

Ramiro Pissetti

Raquel Valença

Marília de Souza

*Projeto Gráfico e Diagramação*

Kátia Villagra

Leandro Luiz dos Santos

*Revisão*

Camila Rigon Peixoto

**Observatório**  
Sistema Fiep

[www.fiepr.org.br/observatorios](http://www.fiepr.org.br/observatorios)

Sistema Fiep 

[www.fiepr.org.br](http://www.fiepr.org.br)