



KLEIN
PORTUGAL
ADVOGADOS ASSOCIADOS

Introdução

Klein Portugal Advogados orgulhosamente apresenta o material anual de tendências de mercado para 2024. Um dos setores analisados é o da Economia Digital e Inteligência Artificial (IA), e estamos aqui para trazer insights valiosos sobre o que podemos esperar para 2024 e como nos prepararmos para o futuro.

Com a crescente transformação digital de todos os negócios e o exponencial desenvolvimento de tecnologias disruptivas, é fundamental entender as tendências e os desafios que surgirão. A economia digital está em constante evolução, e é preciso estar à frente para acompanhar as mudanças e aproveitar as oportunidades que surgirão.

Neste material, exploraremos as novas tecnologias emergentes, as implicações jurídicas e os caminhos para a inovação nesse cenário. Queremos garantir que nossos clientes estejam preparados para enfrentar os desafios e aproveitar as possibilidades que a economia digital e a Inteligência Artificial oferecem.



Estamos com vocês,
um passo à frente.

ECONOMIA DIGITAL



KLEIN
PORTUGAL
ADVOGADOS ASSOCIADOS

Para 2024, a utilização da **Inteligência Artificial (IA)** e do **Machine Learning (ML)** deverão ser cruciais para **impulsionar a Economia Digital mundial, inclusive na proteção contra crimes digitais.**

US\$ 4,45 milhões

No mundo, o custo médio de uma violação de dados chegou a US\$ 4,45 milhões no ano de 2023, um aumento de 15% em relação aos últimos três anos.

57%

das empresas afetadas são propensas a aumentar os preços para compensar um incidente de violação de dados.

R\$ 10,58 milhões

No Brasil, o setor com maior prejuízo decorrente de uma violação de dados é o da Saúde, chegando a R\$ 10,58 milhões

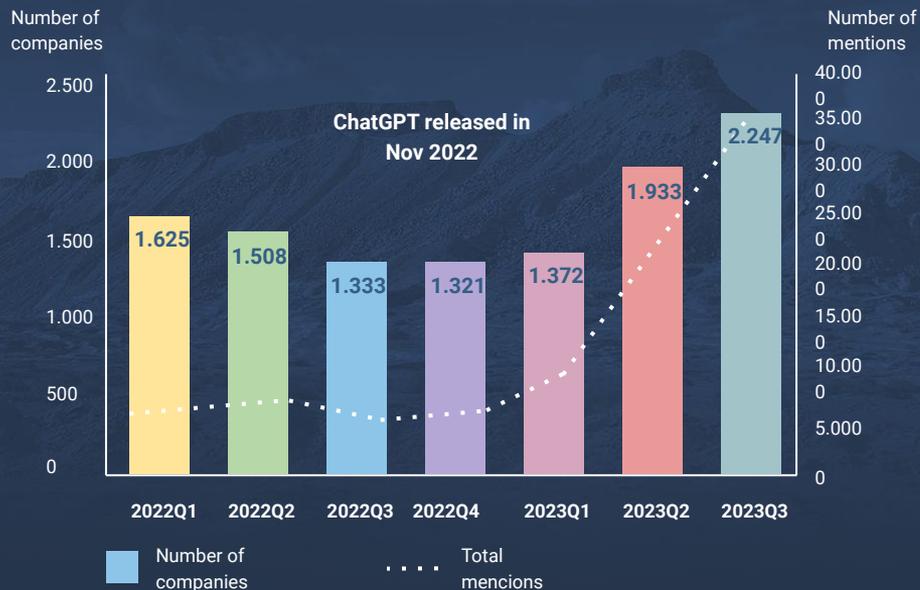
23%

Apenas 23% das empresas estudadas no Brasil realmente se utilizam da segurança digital impulsionada pela IA – 17% menos do que a média global.

(Fonte: IBM Security)

É extremamente recomendável a adoção de práticas de segurança digital através da IA para a contenção de prejuízos associados a invasões cibernéticas. Tal medida reduz drasticamente os gastos com esse tipo de ataque.

Number of companies mentioning AI, along with total number of mentions in earnings call transcript, 2022Q1 - 2023Q3



Source: Accenture Research NLP analysis on earnings call transcripts (S&P Global Transcripts) across 10.452 companies and over transcripts; Jan 2022 - Sep 2023

Influenciadores Digitais

Uma das tendências destacadas para 2024 é a integração da Economia dos Influenciadores com as Inteligências Artificiais (IA).

Isso envolve a criação de influenciadores virtuais por meio da IA, a exemplo da influenciadora Aitana López, criada por uma agência de marketing espanhola. Esse tipo de estratégia busca reduzir custos e moldar a persona para a marca.

Além disso, a geração de conteúdo por IA generativa é uma ferramenta poderosa para melhorar a eficiência e qualidade do conteúdo produzido, enquanto o uso de IA nas plataformas de anúncios levanta questões sobre a regulação e a necessidade de identificar quando o conteúdo é criado ou alterado por IA.

Assim como quais as consequências do uso de conteúdo de terceiros e violação de direitos autorais, que também devem estar no radar dos criadores de conteúdo.



(Aitana Lopez – 280 mil seguidores)



(Noonouri – 430 mil seguidores)



(Lil Miquela – 2,6 milhões de seguidores)

Cinco dados interessantes do uso das IAs:

\$196 bilhões.

O mercado global de IA está avaliado em mais de **\$196 bilhões**. (Fonte: GrandViewResearch)

\$1,81 trilhão

O mercado global de IA espera atingir **\$1,81 trilhão** até 2030 (Fonte: GrandViewResearch)

13 vezes

O valor da indústria de IA está projetado para aumentar mais de 13 vezes nos próximos 7 anos. (Fonte: GrandViewResearch)

\$15 trilhões

A tecnologia de IA pode aumentar a receita em mais de \$15 trilhões na próxima década (Fonte: PwC)

\$15 trilhões

A tecnologia de IA pode aumentar a receita em mais de \$15 trilhões na próxima década (Fonte: PwC)

No Brasil, o número de influenciadores digitais supera o de advogados e médicos, com mais de 13,5 milhões[1]. No mundo já são mais de 300 milhões de pessoas[2].

43% dos usuários da internet compram por indicação de influenciadores.

Por outro lado, quase 90% dos pesquisados afirmam não confiar em publicidade feita por influenciadores[3].

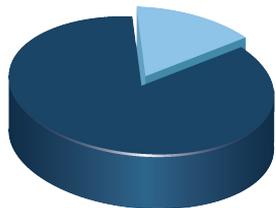
Uma tendência para 2024 é que os influenciadores se especializem cada vez mais em nichos específicos. Ao se tornarem especialistas em determinadas áreas, esses influenciadores geram confiança em seu público, que busca conteúdos autênticos e relevantes para suas necessidades e interesses.

Outra tendência é o crescimento do UGC (User-Generated Content), que envolve a criação de conteúdo pelos próprios consumidores. Esse formato de publicidade tem se mostrado eficaz para gerar confiança e autenticidade.

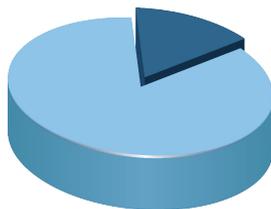
86% dos usuários afirmam confiar mais em conteúdo gerado organicamente[4].

Algumas fontes consultadas para criação dos gráficos abaixo:

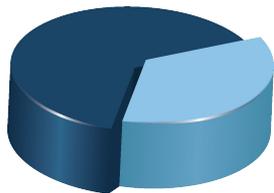
Consultoria Nielsen, Estudo da Adobe, Dados da Statista, Estudo da EnTribe



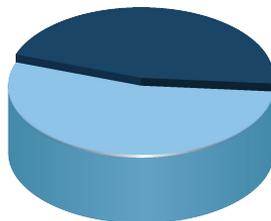
86% – Confiam mais em marcas que publicam conteúdo gerado organicamente



12% – Confiam mais em marcas promovidas por influenciadores



35% – Responderam que o influenciador passar a postar muita propaganda/posts patrocinados por marcas também é um motivo para dar unfollow.



54% – apontaram notar que o conteúdo está perdendo a qualidade com um dos motivos para deixar de seguir um influenciador.



KLEIN
PORTUGAL
ADVOGADOS ASSOCIADOS

A diversificação de fontes de receita é uma tendência crescente entre os influenciadores digitais. Além de parcerias com marcas, eles estão explorando outras formas de monetização, como criação de marcas próprias, modelos de assinatura, conteúdo exclusivo e até mesmo crowdfunding.

A assessoria jurídica desempenha um papel fundamental para garantir a segurança e proteção dos influenciadores. Através de uma assessoria jurídica especializada, os influenciadores podem obter orientação sobre questões contratuais, direitos autorais, proteção de imagem e responsabilidade legal. Assim, pode-se construir uma base sólida para o sucesso e a sustentabilidade da carreira como influenciador digital.



O tamanho do Marketing da Influência

Fonte: Goldman Sachs

US\$ 250 bilhões

2023

US\$ 470 bilhões

2027

Novas tecnologias

Computação Espacial e Phygital:

(Fonte: Gartner)

92%

dos executivos pretendem obter vantagens competitivas pela computação espacial.

31%

dos consumidores se diz frustrado com a compreensão que a tecnologia tem de suas intenções.

Uma das grandes tendências para 2024 é o dito phygital. A interação cada vez mais intensa entre o físico e o digital. A compreensão e troca de estímulos entre esses âmbitos. É nesse ambiente que se insere a computação espacial, que se refere exatamente à forma como sistemas computacionais entendem e respondem ao ambiente físico, procurando fazer com que isso ocorra de maneira mais inteligente e contextualizada. O metaverso e a realidade aumentada se inserem neste contexto, sempre procurando intensificar o diálogo entre as interações físicas e digitais. A tendência é que as empresas se aproveitem de tais tecnologias para gerar diferenciais para seus produtos, assim como aprimorar aspectos de desenvolvimento.

US\$ 600 Bilhões até 2032

Dadas as possibilidades, o mercado de **computação espacial** gera expectativa de superar o mercado do metaverso, com algumas projeções estimando mais de US\$ 600 bilhões até 2032

Fonte: Deloitte.

O último destaque fica para os **assistentes virtuais**. Cada vez mais equipados com inteligência artificial, eles estão em um mercado que deve crescer muito nos próximos anos.

O mercado que irá saltar de USD 2,35 bilhões para USD 15,30 bilhões em 2030, segundo projeção da Zion Market Research.

Responsabilidade e Sustentabilidade

Nesta etapa do desenvolvimento tecnológico surgem, cada vez mais fortes, **preocupações ambientais com a sustentabilidade** do modelo de desenvolvimento, assim como com sua democratização e uso responsável e seguro.

O desenvolvimento, visando a respeitar os regramentos nacionais e internacionais, bem como trazer um **impacto positivo às sociedades**, deverá levar em conta aspectos ambientais, sociais e de governança, inclusive protegendo os dados pessoais dos indivíduos, para ter um desenvolvimento seguro.

Em suma, as tendências indicam a necessidade de uma **tecnologia mais ética, humana** e em alinhamento com as questões **ambientais** para um futuro melhor entre tecnologia e humanidade.

Gartner predicts

By 2027, 25% of CIOs will have compensation linked to their sustainable technology impact.

Source: Gartner

Gartner predicts

By 2026, more than 80% of enterprises will have used generative AI APIs, models and/or deployed generative AI-enabled applications in production environments, an increase from fewer than 5% today.

Source: Gartner

95% of executives agree that making technology more human will massively expand the opportunities of every industry.



KLEIN
PORTUGAL
ADVOGADOS ASSOCIADOS



André Portugal



Érico Klein



Diana Fernandes



Victor Gressler



Augusto Rotondo



Gabriel Arendt



Bárbara Nogaroli



Filipo Acquaviva



KLEIN
PORTUGAL
ADVOGADOS ASSOCIADOS