

Exploration vs Exploitation Value Creation

Exploração versus Explorando: Criando Valor

“O que significa sua existência? O que podemos fazer com isso?”

Exploração e explorando (no sentido de aproveitamento) são duas abordagens diferentes para resolver problemas ou atingir objetivos. Entender as diferenças auxiliará na construção de valor.

Exploração:

- Envolve tentar coisas novas, experimentar e coletar informações.
- Prioriza a aprendizagem e a descoberta em detrimento dos resultados de curto prazo.
- Pode envolver também assumir riscos e aceitar incertezas.
- Pode levar à identificação de novas oportunidades ou soluções inovadoras.

Explorando:

- Envolve o uso de conhecimentos e capacidades existentes para atingir objetivos específicos.
- Prioriza a eficiência e a otimização em detrimento da exploração.
- Envolve minimizar riscos e maximizar a certeza.
- Pode levar a ganhos de curto prazo e melhorias de desempenho.

Em resumo, a exploração trata de aprendizagem e descoberta, enquanto o explorando trata de otimização e desempenho. Muitas vezes é necessário um equilíbrio entre os dois para criar valor.

A relação Exploração com Criação de Valor:

- Orientado para a Inovação: A exploração consiste na procura de novos conhecimentos, que podem levar a produtos, serviços ou processos inovadores que criam novo valor.

A relação Explorando com Criação de Valor:

- Orientada para a eficiência: A exploração aproveita o conhecimento e os recursos existentes para melhorar ou otimizar o que já funciona, criando valor através do aumento da eficiência e da eficácia.

Estes entendimentos nos permitem responder à questão: Como aplicar a IA à criação de valor?

Primeiramente é preciso diferenciar o que o uso da IA pode ou não fazer.

- Imitação versus inovação
- Geração versus compreensão
- Memorização versus raciocínio
- Reação versus planejamento

Limitações que ao passar do tempo provavelmente serão eliminadas.

No entanto, sabemos que “O princípio da energia livre” (“The free energy principle”) é um framework teórico que sugere que o cérebro humano reduz a surpresa ou a incerteza fazendo previsões baseadas em seus modelos internos e atualizando-as utilizando dados sensoriais. Ele destaca o objetivo do cérebro de alinhar seu modelo interno com o mundo externo para aumentar a precisão das previsões.

Notadamente o que AGI, com a aplicação de LLM e Machine Learning tentam fazer. Mas o que aprendemos com as integrações de diversas bases de dados vetoriais? Talvez compreender que uma **Estrutura de Valor Coletivo** é necessária para ir além das limitações das capacidades individuais, e construir soluções abrangentes o suficiente para resolver problemas “coexistentes”, que tem origem em interdependências coletiva. Seria esse um caminho para criação de valor?

Ou então poderíamos inferir que uma alternativa para criar mais valor seria a integração de ecossistemas de negócios, e ter isso como prioridade nos investimentos corporativos. Entretanto sabemos que **Value precisa de timeframe específico para ser medido**.

O impacto disso tudo nos remete ao Design de Serviços/Produto e Sistemas como uma capacidade individual e corporativa que deve ser priorizada. Justamente por permitir criar interfaces para componentes de serviços corporativos de diversas complexidades e permitir conexão entre diversos ecossistemas de negócios, uma estrutura coletiva para expandir o alcance do valor criado.



PROJECT DESIGN PDM MANAGEMENT

Editor-Chefe & Publisher

Osmar Zózimo De Souza Jr.

zozimo@mundopm.com.br

projectdesignmanagement.com.br

CONSELHO EDITORIAL

Americo Pinto
Antônio C. A. Maximiano
Bernard Yannou
Daniel Leroy
Darci Santos do Prado
Darli Rodrigues Vieira
Eduardo Linhares Qualharini
Heitor Coutinho
Henrique Rozenfeld
Marly Monteiro de Carvalho
Ricardo Viana Vargas
Roberto Sbragia
Sérgio E. Gouvêa da Costa
Roque Rabechini Jr.

CONSELHO REVISORES

Andre Barcaui
Farhad Abdollahyan
Helio Rodrigues Costa
J. Angelo Valle
João Alberto Vianna Tavares
João Carlos Boyadjian
José B. de Souza Filho
Lélio Varella
Margareth Carneiro
Mario Henrique Trentim
Mauro Sotille
Peter Berndt Mello
Roberto Pons
Raphael Albergarias
Sílvia A. C. Wille
Wantuir Filipe da Silva Jr.

AUTORES DESTA EDIÇÃO

Christophe Delalande
Diana Larsen
Dennis Hambeukers
Eduardo Miranda
Leandro Patah
Quinn Gill
Quinton Ronald Quartel
Marty Cagan
Per Beining
Rodrigo Coimbra
Roque Rabechini
Stefan Wolpers
Todd Hallowell
Willem Larsen
Zózimo De Souza Jr.

INFORMAÇÕES

ISSN: 1807-8095
Fone: (11) 3661-1550

Emails:
atendimento@mundopm.com.br
assinaturas@mundopm.com.br
artigos@mundopm.com.br

Redes Sociais:
[linkedin.com/in/mundopm/](https://www.linkedin.com/in/mundopm/)
[facebook.com/mundopm](https://www.facebook.com/mundopm)

Nota: O conteúdo dos artigos é de responsabilidade dos autores.

... EDITORIAL

Essa sensibilidade organizacional para com o alcance das integrações entre ambiente externo e interno é vital para a criação de valor. Uma organização orientada a valor faz planejamento baseado na intensidade do valor alcançado em cada etapa do roadmap de desenvolvimento do produto/serviço.

Enfim, estabelecer uma estrutura de valor coletivo que tenha relações de dependência forte (core), intermediária (simbiótica) e fraca (periférica) é ter sensibilidade organizacional para criação de valor. Ter a Inteligência Artificial aplicada no balanceamento dessas relações, é habilitar o “*exploration and exploitation*” entre as entidades do ecossistema, visando minimizar incertezas e aproximar previsões internas com as externas.

Para obter uma estrutura escalável seria necessário isolar as dependências não vitais de valor ao serviço/produto, enquanto mantém-se as relações de interdependências vitais ou simbióticas porque estas são benéficas para a integração do ecossistema. “Um serviço ou produto floresce onde houver abundância no intercâmbio de valor necessário para o negócio”. As estruturas de trabalho que se agrupam sem validar suas relações simbiótica poderão ter impactos nocivos para o desenvolvimento do produto/serviço, e ainda não permitirá escalar sem algum ônus.

A aplicação do “*exploration and exploitation*” em IA, particularmente no domínio da aprendizagem automática, envolve equilibrar a necessidade de descobrir novos conhecimentos (*exploration*) e a necessidade de utilizar o conhecimento existente para tomar decisões (*exploitation*).

Investigadores do MIT desenvolveram um algoritmo que equilibra a exploração orientada pela curiosidade (*curiosity-driven exploration*) com a exploração orientada por objetivos (*goal-driven exploitation*) no reforço da aprendizagem. Este algoritmo ajusta o nível de curiosidade da IA para garantir que ela permaneça focada em sua tarefa enquanto explora o suficiente para aprender com eficácia.

Na prática, as aplicações de IA começam frequentemente com uma fase de exploração para recolher dados e aprender sobre o ambiente. Com o tempo, à medida que o sistema de IA acumula conhecimento, o foco muda para o explorando com objetivo de otimizar a tomada de decisões e alcançar os melhores resultados.

A criação de valor pode seguir este mesmo racional.

Zózimo De Souza Jr.
editor-chefe MundoPM



IA no planejamento de projetos

OFFFOLIO

offfolio.com