



Laura Fonseca

Oceano de informações

O uso inteligente da Big Data pode solucionar vários problemas de uma empresa e ajudá-la a vender mais e melhor

por Raquel Rezende
raquel@empreendedor.com.br

Big Data é um termo conhecido no mundo dos negócios, porém pouco se sabe sobre como exatamente usá-lo de forma a trazer benefícios às empresas. Especialistas no assunto avaliam que o uso dessa grande e complexa base de dados pelas organizações está apenas engatinhando. Por outro lado, alguns setores específicos dentro de algumas companhias, entre eles, marketing, financeiro e compliance, estão avançando no processo de uso da Big Data. A utilização inteligente dos dados também contribui para solucionar inúmeras situações não somente nos ambientes corporativos. Prevenir doenças, combater crimes e prever catástrofes

são alguns exemplos. No mundo dos negócios, a finalidade principal da Big Data é auxiliar para as tomadas de decisões mais corretas possíveis. Além disso, a Big Data serve para agilizar procedimentos, descobrir erros, analisar e entender o comportamento dos clientes, perceber tendências, detectar fraudes e fazer previsões.

Roberto Liberato – diretor de estratégia da Expertise, uma das maiores empresas de pesquisa e inteligência de mercado do País, com 11 anos de atuação – destaca, nesta entrevista, os desafios que as companhias estão enfrentando para usar de forma adequada a Big Data. Ele comenta como as informações podem ser usadas sem ferir a intimidade do consumidor e dá exemplos de como as empresas brasileiras vêm trabalhando a Big Data.

O que é Big Data e qual sua relevância para os negócios?

Roberto Liberato – Big Data é o termo popular para bases de dados tão grandes e complexas que já não podem mais ser processadas pelas aplicações tradicionais. A Gartner, uma das maiores empresas de consultoria e inteligência do mundo, define Big Data baseada em três Vs: Volume, Variedade e Velocidade. Então, Big Data não tem a ver somente com a quantidade de dados, mas também com a velocidade em que eles são produzidos e com a união de dados de diversas fontes. O processamento e cruzamento destes dados permitem diversos tipos de análises e previsões que, em última instância, podem melhorar o processo de tomada de decisão não só nos negócios, mas também em áreas como prevenção de doenças, combate ao crime e prevenção de catástrofes, para citar alguns exemplos. As aplicações

de Big Data no mundo dos negócios são amplas. Ela pode ser usada para otimizar processos, identificar erros, compreender comportamentos, identificar tendências, detectar fraudes, fazer previsões, entre outros. É importante dizer que a utilização da Big Data pelas empresas está apenas engatinhando. Já existem diversas iniciativas, mas, de acordo com a Gartner, ainda levará de cinco a dez anos para que se atinja um platô de produtividade em que a tecnologia seja adotada de forma mais abrangente.

Quais são os principais desafios da Big Data?

Liberato – O primeiro desafio em relação à Big Data está na infraestrutura de armazenamento e processamento. Há casos em que o processamento pode demorar horas ou dias, ou mesmo ultrapassar a capacidade das plataformas. O segundo desafio está na qualidade e na curadoria dos dados. Mui-

tas vezes, estamos falando de dados não estruturados em que é preciso fazer um pré-processamento para que eles possam começar a ser analisados. Além disso, com tantos dados, é necessário escolher o que será analisado. O terceiro desafio são as técnicas de análise. Nos últimos anos, emergiu uma nova disciplina chamada Data Science para lidar com os desafios de processar e analisar bases de dados muito grandes. Ela utiliza técnicas e teorias de diversas áreas como matemática, estatística, TI e teoria da informação, incluindo inteligência artificial, processamento natural de linguagem e análise preditiva. Estes profissionais ainda são escassos no mercado. O quarto desafio é a visualização dos dados. Imprimir milhões ou bilhões de pontos em gráficos tradicionais torna-se inviável. Para lidar com quantidades tão grandes de dados é necessário recorrer a novas formas de visualização e agrupamento

dos dados. Por fim, há as questões de privacidade e segurança. Muitas vezes, estes dados são obtidos por sensores, smartphones, navegação na internet, entre outras formas. Isto levanta questões como: “A quem pertencem estas informações?”, “Como e para que fins elas poderão ser usadas?”, “Como a identidade dos usuários será protegida?”.

Como as empresas podem fazer bom uso das informações para impactar positivamente seus empreendimentos?

Liberato – A Big Data deve ser pensada como um meio e não um fim. Por isso, o mais importante é que as empresas pensem em quais são os seus desafios e avaliem se a Big Data pode ser um caminho para encontrar as soluções. Em uma pesquisa de mercado, o primeiro passo é sempre a definição do problema, isto é, aquilo que você está procurando saber. Quando falamos de Big Data, o processo não é muito diferente. O primeiro passo é definir qual problema você quer atacar: otimizar um processo, compreender o seu público, aumentar suas vendas, etc. Vamos dizer que você queira compreender o comportamento de compra do seu público através dos dados de venda. É possível analisar, por exemplo, em que dias e horários as pessoas mais compram, que tipos de produtos são comprados em conjunto, a frequência com que um determinado produto é comprado, etc. Estas informações podem ser usadas para elaborar ações de marketing personalizadas, fazer promoções, melhorar a disposição de produtos no ponto de venda, entre outras aplicações.

Qual, ou quais, departamento dentro das empresas tem avançado mais em relação ao uso inteligente dos dados?

Liberato – O marketing vem fazendo um bom uso. Hoje já existe o chamado data-driven marketing, que nada mais é do que o marketing baseado em informações. A Amazon faz isto muito bem ao fornecer recomendações personalizadas baseadas no seu histórico de compras e comportamento no site. O Google e Facebook tornaram a Big Data parte do seu negócio ao exibir publicidade segmentada de acordo com o perfil e comportamento do usuário em suas plataformas. O Google

A empresa pode usar as informações do sistema em ações de marketing, para enviar ofertas personalizadas e recomendações de produtos. Elas também podem ser usadas para gerenciar o estoque, diminuindo o encalhe

vem avançando rapidamente neste campo e hoje seu algoritmo já tenta prever o que o usuário está buscando baseado em seus comportamentos, localização e interesses. As instituições financeiras e as áreas de compliance estão usando a Big Data para identificar fraudes e comportamentos suspeitos. As áreas de logística também tem se beneficiado. A UPS (United Parcel Service), por exemplo, usa sensores em seus caminhões para monitorar velocidade, rotas e utilização de freios, entre outros aspectos. Este projeto levou a uma reestruturação das rotas da empresa, economizando milhões de dólares por ano em combustível. Muito pode ser desenvolvido com base nas informações levantadas sobre os costumes dos consumidores.

Como a empresa pode começar a aproveitar isso de forma produtiva?

Liberato – A empresa pode usar estas informações em ações de marketing, para enviar ofertas personalizadas e recomendações de produtos. Elas também podem ser usadas para gerenciar o estoque, diminuindo o “encalhe”. A disposição de produtos no ponto de venda também pode ser influenciada por estas informações. Os produtos mais vendidos podem ficar em destaque e podem ser criadas “ilhas” com produtos que são comprados em conjunto. Os dados podem ser usados para segmentar os consumidores e compreender quais são os mais valiosos. Estes consumidores podem ter benefícios, como os viajantes frequentes de companhias aéreas. Em caso de produtos

por assinatura, o comportamento de utilização pode ser usado para previsão de “churn” (escolha ou predisposição do cliente). Estes são apenas alguns exemplos de aplicação. O mais importante é que a empresa tenha bem claro qual problema ela quer atacar. Este é o caminho para que a Big Data seja usada de forma produtiva. Um ponto importante é que, nem sempre, a Big Data será capaz de fornecer todas as respostas. Talvez seja necessário recorrer a outras fontes de pesquisa para compreender os porquês.

Como as organizações podem usar as informações sem ferir a intimidade do consumidor?

Liberato – O compartilhamento de informações é crucial para a Big Data. E para que isto aconteça de uma forma sustentável, acredito que o caminho seja o respeito à privacidade do indivíduo que deve ser tratado como parceiro. Minha visão é de que ele é o dono da informação, ele deve ter a palavra final sobre a utilização de seus dados. Ele deve dar o consentimento para a utilização de suas informações e, se e em algum momento ele se recusar a compartilhá-las, elas devem parar de ser utilizadas.

Baseado em sua experiência, como as empresas brasileiras vêm trabalhando a Big Data? Teria alguns exemplos positivos para contar?

Liberato – Temos algumas iniciativas no País, mas, de forma geral, poucas empresas e instituições estão se aproveitando de fato da Big Data. As barreiras ainda são muito grandes para que ela possa ser adotada de forma mais abrangente. Uma iniciativa interessante é o Data Viva, um projeto do governo de Minas Gerais em parceria com o MIT (Instituto de Tecnologia de Massachusetts). Ele cria visualizações que permitem compreender dados complexos sobre a atividade econômica em cada município brasileiro. A Universidade Metodista de São Paulo está desenvolvendo um projeto que tem por objetivo melhorar o processo de aprendizagem e assegurar o sucesso do aluno em completar seu percurso acadêmico no prazo definido e dentro dos parâmetros de qualidade especificados, através da aplicação de analíticos aos processos de aprendizagem, avaliação e acompanhamento da vida do aluno. 



Laura Fonseca