



Gestão de dados no mercado contemporâneo

POR **NEYLSON CREPALDE**

No mercado contemporâneo, onde a tecnologia e a informação se tornaram ativos estratégicos de extrema relevância, a gestão de dados desponta como um elemento crucial para o sucesso das empresas. Para os executivos, a implementação de uma estratégia consolidada de dados é imprescindível, pois permite o aproveitamento inteligente de informações valiosas e a tomada de decisão embasada em dados concretos. No cenário atual, a busca por maior eficiência operacional e rentabilização rápida é uma constante. Nesse contexto, ter uma estratégia consolidada e bem desenhada de dados tornou-se uma poderosa arma competitiva para enfrentar os desafios do mercado.

O CENÁRIO ATUAL DO MERCADO Atualmente, o mercado brasileiro encontra-se em um cenário de intensa competição, onde as empresas se encontram em uma verdadeira corrida em busca de eficiência operacional e rápida rentabilização de suas ações estratégicas. Esse momento é marcado por um ambiente de incertezas e desafios econômicos, o que impulsiona as organizações a otimizarem suas operações para se manterem competitivas e sustentáveis. As empresas compreendem que a eficiência operacional é essencial para reduzir custos, aumentar a produtividade e melhorar a qualidade de seus produtos e serviços, fatores que influenciam diretamente a satisfação dos clientes e a fidelização do público-alvo.

Nesse contexto, um olhar voltado à rentabilização tornou-se uma prioridade, uma vez que a agilidade na obtenção de resultados impacta diretamente a lucratividade e o crescimento do negócio. Ações com dados mais focadas no *front-office*, que tangibilizam a carteira de produtos da organização ou que impactam diretamente a experiência do cliente, têm sido priorizadas. É possível observar com clareza uma reorientação de *budget* para essa área em detrimento de projetos mais estruturantes ou mais voltados para o *back-office*.

Contudo, é um ledor engano acreditar que o investimento “cego” em tecnologias e ferramentas pode levar à eficiência desejada, pois uma parcela enorme do sucesso de qualquer projeto de dados reside na **definição de processos** eficientes e claros e no **estabelecimento de uma cultura** que absorve o conhecimento gerado pelos dados. A seguir, apresento cinco pontos estratégicos que considero de fundamental importância para os executivos das organizações brasileiras e que podem viabilizar um retorno do investimento tangível e significativo.

PONTOS ESTRATÉGICOS PARA GESTÃO DE DADOS

Definição de Objetivos Claros

A definição de objetivos claros é o primeiro passo para o sucesso de qualquer ação de dados e inteligência de negócio. Curiosamente, esse tem sido um dos maiores desafios, sobretudo em empresas que ainda não possuem grande maturidade analítica. Ora os objetivos não são bem delimitados, ora não há métricas de sucesso bem estabelecidas, ora traça-se objetivos que mudam frequentemente, prejudicando o caminho em direção à estratégia traçada.

É necessário estabelecer metas específicas e mensuráveis que orientem todo o projeto de coleta, análise e uso de dados. Por exemplo, um banco pode estabelecer como objetivo aumentar a taxa de conversão de *leads* para clientes em seus canais digitais em 5% nos próximos seis meses. Com esse objetivo definido, o time de dados pode focar em coletar dados

relevantes sobre o comportamento dos usuários em seus canais digitais, identificando pontos de melhoria na experiência do cliente, o que pode aumentar as **chances de conversão**.

Integração de Dados e Aferição Automática de Qualidade

Uma das principais vantagens da construção de um ambiente centralizado de dados é a possibilidade de realizar integração de dados de diferentes sistemas e fontes. Isso é essencial para obter uma visão completa dos clientes e suas interações com a instituição. Por exemplo, uma instituição financeira que possui informações de clientes espalhadas em diferentes sistemas, como dados de conta corrente, investimentos e empréstimos, pode integrar esses dados para entender o relacionamento completo com cada cliente.

Além da integração, igualmente importante é a aferição automatizada de qualidade dos dados. Isso é imprescindível para garantir a precisão das análises de negócio e tem sido uma dor recorrente e generalizada não apenas no mercado brasileiro, mas também no mercado internacional. Historicamente, as verificações e correções de dados têm sido realizadas manualmente e de maneira reativa a cada novo registro de inconsistência. Contudo, gasta-se muito tempo e os problemas não são sanados, uma vez que esse tipo de problema emerge de maneira cíclica. Um sistema automatizado pode verificar a consistência dos dados, detectando discrepâncias e erros que poderiam afetar as decisões de negócio e alertando os times responsáveis por suas correções ao mesmo tempo em que impedem que o analista de negócio faça qualquer tipo de ação com dados incorretos.

Gestão de Acesso e Segurança

Embora a gestão de acesso e a segurança de dados não sejam diretamente relacionadas ao *front-office*, elas são uma prioridade absoluta, considerando a sensibilidade das informações e o impacto que um incidente de segurança pode causar na imagem e no *valuation* de uma empresa. Nesse sentido, é necessário garantir que apenas funcionários autorizados tenham acesso aos dados relevantes para suas respectivas áreas e atuações e que todas as operações com dados deixem um rastro auditável.

Catálogo de Dados

O catálogo está no centro da estratégia de governança de dados e gestão da informação. O catálogo de dados funciona como um inventário detalhado de metadados, informações sobre os dados disponíveis na instituição. Ele facilita o acesso, a localização e o entendimento dos dados por toda a equipe. Sua implementação é um passo importante para a construção de uma cultura *data-driven*.

Cultura *Data-Driven*

Uma cultura *data-driven* é essencial para sustentar decisões sólidas e promover inovação. A tecnologia por si só não garante o sucesso da estratégia de dados, mas é absolutamente necessário que toda a organização compreenda os artefatos de dados disponibilizados, sua origem e correta utilização e que, de fato, mobilize esse ativo nos seus processos cotidianos. É comum ouvirmos o jargão de mercado “um modelo de IA na gaveta não gera valor para ninguém”. Ao adotar uma cultura *data-driven*, as organizações podem tomar decisões mais inteligentes e alinhadas com as necessidades e expectativas dos clientes, garantindo a eficiência operacional e a rentabilidade das operações.

CONCLUSÃO A gestão de dados é um pilar fundamental para o sucesso das empresas no mercado contemporâneo. Os executivos que reconhecem a importância estratégica dos dados estão mais preparados para enfrentar os desafios competitivos e aproveitar as oportunidades que surgem. Ao estabelecer uma estratégia consolidada de gestão de dados, as organizações podem impulsionar sua eficiência operacional, tomar decisões embasadas em informações sólidas e desenvolver uma abordagem mais assertiva para conquistar e fidelizar clientes.

A busca por uma estratégia de dados eficiente requer a definição de objetivos claros, a integração de dados e o estabelecimento de aferição automatizada de qualidade, uma boa gestão de acesso e segurança de dados, um catálogo implementado e bem gerenciado e a promoção de uma cultura *data-driven*. Ao adotar esses pontos estratégicos em projetos de dados, os executivos estarão capacitando suas empresas para se destacarem em um mercado cada vez mais competitivo e dinâmico, assegurando que a inteligência de dados sustente a condução do negócio.

Portanto, investir na gestão de dados é um passo essencial para o sucesso empresarial no mundo moderno. Aproveitar o potencial dos dados é abrir portas para o futuro, onde o conhecimento orientado pelas informações molda um caminho de sucesso, eficiência e geração de valor.