[Descrição: Estácio](http://portal.estacio.br/)

**UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ**

**MBA EM CIÊNCIA DE DADOS E BIG DATA ANALYTICS**

**Resenha Crítica de Caso**

**Aluno: Daniel Mendes Guedes**

**Trabalho da disciplina**

**Teorias Analíticas Avançadas**

**Tutor: Prof. Denis Gonçalves Cople**

**Brasília/DF**

**2020**

**LUMINAR: CRESCIMENTO DE BIG DATA USANDO EMPRENDEDORISMO CORPORATIVO**

**Referência:**

R. Chandrasekhar, sob supervisão do Professor Simon Parker. Obra exclusiva para fornecer material para discussão em classe. Não Disponível online.

O estudo de caso é referente a aplicação de técnicas de Big Data, num ambiente de empreendedorismo corporativo, haja vista que o tema não fazia parte do negócio da empresa estudada. Neste contexto o empreendedor e obstinado Franklin Rios e o empresário Walter Ulloa, presidente da Entravision, empresa da área de Telecomunicações com foco no público latiuno que atua em TV e Rádio nos EUA, fecharam acordo para criação da Divisão de Análise de Dados na Entravision, algo que os tornariam pioneiros no seguimento de novos produtos através do Big Data.

Rios descreve suas preocupações iniciais em formas de questões para explorar e enfrentar os desafios futuros, a aceitação interna uma vez que análises de dados não faziam parte dos negócios da empresa, desafio de estabelecer marcos de desempenho, tendo em vista a falta de parâmetros, quais os negócios que o Big Data poderia proporcionar e como se manter à frente da concorrência.

O material apresenta o perfil da Indústria de Transmissão dos EUA, dividida em 4 categorias e avaliada em US$ 886,1 bilhões em 2012 e regulamentada pela FCC - Comissão Federal. O setor que tinha como principal fonte de rendimento a publicidade e como fonte secundária as taxas e serviços de operadoras de Tv estava passando por uma guinada no modelo de negócio devido ao consumo progressivo da tecnologia e a fragmentação da audiência.

Era evidente que a concorrência estava cada vez mais acirrada e os custos cada vez mais elevados. Analisando este ambiente Rios disse: "Há três principais fatores de sucesso na indústria de transmissão: Gerar programação relevante, ter uma posição clara do mercado e manter o ritmo com as novas tecnologias"

Em relação ao Mercado Latino nos EUA, havia 52,4 milhões de latinos nos Estados Unidos em 2012, representando 16,9 por cento da população total dos EUA. Em 2030, eles foram previstos a crescer 85 milhões, compreendendo 23 por cento da população dos EUA. Os latinos, o maior grupo minoritário nos Estados Unidos, foram crescendo oito vezes a taxa da população não-Latina. Enquanto a população total dos EUA crescerá 42 por cento até 2050, a população latina crescerá 167 por cento. O poder de compra Latino - mais de US $ 806 bilhões em 2010 - foi prevista para ir até mais de US $ 1,0 trilhão em 2015 e a US$ 2,0 trilhões em 2025.

Diante deste enorme potencial de mercado Rios analisou que a população americana em geral estava envelhecendo mais que a população latina. O perfil demográfico dos latinos está fornecendo um impulso para diversos setores da economia nos Estados Unidos, como imóveis residenciais, alimentação , varejo, educação , serviços financeiros, transporte e entretenimento. Era um público que trazia dados promissores para serem trabalhados.

Neste segmento “latino” atuava a Entravision uma emissora de língua espanhola focada em Latinos como seu segmento núcleo. Tinha 56 estações de TV e 49 estações de rádio em 2013. A Entravision gerou uma receita de $223,3 milhões para o ano encerrado em dezembro de 2012 com um lucro operacional de $76,7 milhões. A concorrência da emissora em TV e na rádio para a audiência e rendimento, era tanto a nível nacional como local. A Entravision oferecia aos anunciantes a capacidade de atingir clientes potenciais através de uma combinação de TV e rádio. Seus produtos complementares ajudaram a criar sinergias e obter economias de custos, tanto para si quanto para seus clientes. Promover o envolvimento da comunidade e criação de conteúdo local foram os pilares da estratégia de crescimento da Entravision.

Franklin Rios analisou as forças e oportunidades da empresa e concluiu que as vantagens competitivas da empresa incluem programação com foco no Latino, refinada a comunidades específicas. A programação para os Latinos Cubanos, é diferente da programação para os Latinos Porto-riquenhos. Sua outra vantagem é estar localizado em áreas geográficas que são tanto densamente povoadas quanto com crescimento rápido. A Entravision possuía estações de transmissão nos mais densos mercados latinos nos Estados Unidos e mercados latinos com crescimento mais rápido nos Estados Unidos.

Ao delinear o tema Big Data o estudo mostrou que a implantação de Big Data facilitou a análise de grandes conjuntos de informações provenientes de fontes diferentes e possibilitou a identificação de padrões e tendências na qual as decisões podiam seguir um modelo lógico.

As técnicas de Big Data se destacaram em especial com a descoberta de tendências na área de saúde, muito mais rápido do que o Órgão Oficial de Controle e Prevenção de Doenças podia fazer com seus métodos tradicionais. O Big Data era diferente das outras ferramentas de análise, tais como armazém de dados e Busines Intelligence de quatro maneiras: Volume, Velocidade, Variedade e Valor.

A popularidade do Big Data já estava em popularidade desde 2009. Houve o reconhecimento de que os dados possuíam valor. O Big Data ajudou nos resultados de diversos setores importantes como aviação e o sistema de saúde. Com essas perspectivas Rios dizia que o “Big Data traz precisão e rigor as decisões, reduz os riscos de indecisão. A decisão baseada na intuição, com prováveis erros de julgamento, daria lugar a decisões amparadas em dados concretos. O Big Data garantiu que decisões gerenciais fossem baseadas na realidade.”

Na Busca de alternativas para o Big Data, Rios imaginou um banco de dados de pessoas (140 milhões) e um subconjunto de pessoas latinas (37 milhões) e a dados não estruturados a partir de ferramentas de mídia social, como blogs, tweets e YouTube. Juntos, geraria, a partir de cálculos preliminares, cerca de 125 terabytes.

No segundo momento ele buscou soluções para o processamento das informações. A plataforma era um conjunto paralelo de servidores de baixo custo, cada um contendo um disco local para manter um subconjunto dos dados, bem como uma unidade central de processamento (CPU). O algoritmo, conhecido como MapReduce, executou quatro processos sequenciais que reduziram o tempo de processamento: "ler" os dados do disco, "mapear" os dados por aplicação de uma variedade de filtros, "reduzir" os dados resumindo-os de forma específica e "escrever" os resultados de volta para o disco. Uma plataforma convencional levou seis horas para processar um petabyte de dados, o MapReduce fez isso em 30 minutos.

O surgimento da Luminar, uma Divisão da Entravision, foi uma decisão do presidente da CIA, Walter Ulloa em fornecer a Rios os recursos para ele trabalhar sua visão e desenvolver um modelo de negócio para o Big Data. A Entravision alocou fundos consideráveis na iniciativa de Big Data. Ulloa estava interessado no crescimento do rendimento e estava convencido de que a Luminar viria a ser, a longo prazo, uma nova fonte de rendimento para Entravision.

Para o desenvolvimento do Produto a ser comercializado Rios descreveu 3 frentes de atuação: produto Analítico que seria um conjunto possibilidades de mercado para clientes que não teria pensado sobre aquilo antes das análises dos Dados e aplicação de Técnicas de Big Data, a ideia era “interpretar os dados para ajudar os clientes a direcionar melhor os seus clientes”. Outro Produto seria o pacote de dados off-line. O Terceiro Produto era o refinamento dos dados e o “domínio dos meios de comunicação social”, este produto iria melhorar a precisão dos dados de mídia social e possibilitar os filtros de Grupos Latinos, o segmento da Entravision.

Com os bons resultados internos Rios quis ampliar e propôs um modelo de negócios usando o Big Data para prestação de serviços de consultoria para empresas que buscam pesquisa de mercado sobre Latinos. O Potencial erra enorme e Rios pensou no modelo de negócio onde ele iria atrás dos clientes e apresentariam os dados e as possíveis soluções da análise dos dados. Em seguida a consultoria poderia ajudar os clientes a processar os dados que os próprios clientes possuíam, tanto separadamente como em combinação com o Big Data da Luminar. O passo seguinte seria oferecer a seus clientes informações sobre oportunidades de mercado, a Luminar seria capaz de prever os padrões de compra dos consumidores percorrendo sua vasta gama de dados sobre padrões de compra para os segmentos de clientes específicos.

Diante das perspectivas e evolução de seu Projeto Rios disse que seria o pioneiro na área de Big Data, manteria suas raízes e fidelidade, mas iria consolidar a liderança inovando continuamente em Big Data e construindo expertise de domínio.

Diante o estudo realizado é possível concluir que o tema/produto Big Data pode ser explorado de múltiplas formas e que não existem barreiras para as possibilidades e entradas de mercado. Contudo é importante ter apoio de boas ferramentas e ter espirito de inovação disruptiva, que provoque uma ruptura com os padrões, modelos ou tecnologias já estabelecidas no mercado.