



### Módulo 3

# **Tecnologias de Big Data: ferramentas de visualização de grandes volumes de dados**

Neste módulo, exploraremos a aplicação prática das **ferramentas de TI para coleta, organização e análise de dados** por meio de um estudo de caso real: a **Cortex Intelligence (<https://www.cortex-intelligence.com/>)**, uma empresa que desenvolve soluções avançadas para análise de dados, com foco em inteligência de mercado, monitoramento e geração de insights estratégicos.

A Cortex é conhecida por seus produtos de Go-to-Market e Cortex PR, que ajudam empresas a maximizar o uso de dados para melhorar suas estratégias de mercado e comunicação. Vamos utilizar esses produtos para compreender como as ferramentas de análise de dados podem ser aplicadas de forma eficaz em diferentes contextos empresariais.

---



## Visão Geral do Case: Cortex Intelligence

A Cortex Intelligence fornece soluções para empresas que buscam utilizar dados de maneira mais inteligente em suas decisões de negócios. Seus produtos são voltados principalmente para áreas como **inteligência competitiva, gestão de reputação e estratégias de marketing**, ajudando as empresas a explorar dados de fontes internas e externas para obter insights acionáveis.

Dois de seus produtos principais, o **Go-to-Market** e o **Cortex PR**, são excelentes exemplos de como ferramentas de TI podem ser aplicadas para coletar, organizar e analisar dados de maneira a gerar valor estratégico. Através dessas ferramentas, a Cortex transforma grandes volumes de dados em informações organizadas, fáceis de entender e aplicáveis a decisões de mercado e comunicação.



## Cortex Go-to-Market: Analisando e Coletando Dados para Estratégias de Vendas

O **Cortex Go-to-Market (GTM)** é uma ferramenta projetada para auxiliar empresas a criarem **estratégias de mercado mais eficazes**, com base na coleta e análise de dados de diversas fontes. A ferramenta permite que as empresas integrem e organizem dados de clientes, mercados e concorrentes, possibilitando uma visão abrangente do ambiente competitivo.

### Como o Go-to-Market Utiliza Ferramentas de Coleta e Organização de Dados?

O Go-to-Market utiliza tecnologias avançadas de **data scraping, APIs e integração de dados** para **coletar informações de fontes externas**, como sites, redes sociais, blogs, plataformas de e-commerce e até mesmo relatórios de mercado. O foco está em fornecer dados que ajudem as empresas a entender:

---



**O comportamento dos consumidores:** Quais produtos estão sendo mais procurados? Quais são as tendências de consumo em determinados períodos?

**A atuação dos concorrentes:** Quais são as estratégias de marketing e posicionamento adotadas pelos concorrentes? Quais mercados eles estão explorando?

**Oportunidades de mercado:** Quais são os novos nichos ou segmentos emergentes que podem ser explorados?

Essa coleta massiva de dados é organizada em um **banco de dados central**, o que permite segmentar e estruturar as informações de forma útil. Ferramentas como **SQL** e **Python** são utilizadas para organizar esses dados e aplicar técnicas de **limpeza de dados** (data cleaning), garantindo que as informações coletadas estejam livres de duplicatas, erros e inconsistências.



## Aplicação Prática do Go-to-Market

Imagine uma empresa que deseja lançar um novo produto no mercado. Com o Go-to-Market, ela consegue acessar uma grande quantidade de dados sobre a demanda de produtos semelhantes, comportamento dos consumidores em diferentes regiões, e analisar as estratégias de marketing dos concorrentes. Por exemplo:

- **Análise de clientes potenciais:** A ferramenta pode filtrar e segmentar os dados coletados para identificar **quem são os consumidores ideais** para o novo produto, de acordo com comportamento, preferências e localização.
- **Monitoramento de concorrentes:** A empresa pode acessar relatórios e dashboards que mostram como os concorrentes estão posicionando seus produtos, quais canais de distribuição estão utilizando e que tipo de campanhas publicitárias estão sendo mais eficazes.

Essas informações são organizadas visualmente, por meio de **dashboards interativos** que facilitam a análise e ajudam na tomada de decisões rápidas e informadas.





## Cortex PR: Monitoramento de Reputação e Comunicação

O **Cortex PR** é outra solução oferecida pela Cortex Intelligence, voltada para a **gestão de reputação e comunicação corporativa**. Esta ferramenta é projetada para coletar e analisar dados sobre a imagem pública de uma empresa ou marca, bem como a percepção de seus stakeholders em relação a suas ações e produtos.

### Coleta de Dados no Cortex PR

O Cortex PR utiliza **APIs** para capturar dados de **fontes de mídia** e **redes sociais**, monitorando em tempo real o que está sendo dito sobre uma marca ou organização. A ferramenta coleta dados de diversas plataformas:



- **Notícias e Portais de Mídia:** Monitorando artigos, menções em notícias, comunicados de imprensa e reportagens em tempo real.
- **Redes Sociais:** Coleta de menções no Twitter, Facebook, LinkedIn e outras plataformas para analisar como o público está reagindo a um produto, serviço ou ação da empresa.
- **Fontes de Mídia Alternativa:** Blogs, podcasts e influenciadores digitais também são monitorados para capturar insights que podem influenciar a percepção pública.

Assim como no Go-to-Market, o Cortex PR também organiza os dados coletados em uma base central que utiliza **ferramentas de análise de dados** para identificar tendências e padrões. Essas informações podem ser analisadas de forma segmentada por período, tipo de mídia ou tópico de interesse.





## Organização e Visualização dos Dados no Cortex PR

Após a coleta, os dados são organizados e visualizados em **painéis de controle interativos**. A empresa consegue, por exemplo:

**1. Monitorar o sentimento:** Utilizando **técnicas de processamento de linguagem natural (NLP)**, a ferramenta pode identificar o **sentimento** (positivo, negativo ou neutro) das menções nas redes sociais e na imprensa. Isso ajuda a empresa a entender como suas ações e produtos estão sendo percebidos pelo público.

**2. Identificar crises de reputação:** Através de gráficos de tendência e mapas de calor, o Cortex PR pode alertar a empresa sobre **picos de menções negativas** que podem indicar uma crise de reputação. Com isso, a equipe de comunicação consegue agir rapidamente para mitigar os impactos.

**3. Comparação com concorrentes:** A ferramenta permite ainda que a empresa monitore como está sendo comparada com seus principais concorrentes em termos de visibilidade e sentimento, ajudando a ajustar estratégias de comunicação e marketing.



## Exemplo Prático do Cortex PR

Imagine uma empresa de tecnologia que acaba de lançar um novo produto no mercado. Utilizando o Cortex PR, a equipe de comunicação consegue monitorar **em tempo real** como o público está reagindo ao lançamento nas redes sociais e na mídia. Se houver um aumento de menções negativas, o time de PR pode investigar as causas e tomar ações imediatas para controlar a situação — seja por meio de uma campanha de esclarecimento, seja ajustando o produto ou o serviço.

A visualização dos dados no Cortex PR permite que a empresa veja claramente quais canais estão gerando mais conversas, quem são os principais influenciadores envolvidos e como a opinião pública está se formando ao redor da marca. Tudo isso é apresentado de maneira intuitiva, com gráficos e relatórios de fácil interpretação.



## Conclusão: Aplicação das Ferramentas de TI na Cortex Intelligence

A **Cortex Intelligence** mostra como ferramentas de TI para **coleta, organização e análise de dados** podem ser aplicadas de maneira estratégica em diferentes áreas de negócios. O **Go-to-Market** auxilia empresas na criação de **estratégias de vendas e marketing** mais eficazes, enquanto o **Cortex PR** se foca em monitorar e gerenciar a reputação corporativa. Em ambos os casos, as ferramentas permitem transformar grandes volumes de dados em insights acionáveis, usando técnicas avançadas de TI como **data scraping, APIs e análise preditiva** para gerar valor.

