

A vertical bar on the left side of the slide, transitioning from green at the top to blue at the bottom.

# O que é uma decisão Data-Driven?



**HENRIQUE SANTANA**  
Head of Data & Machine Learning  
@ **Cloud Humans**



# AGENDA

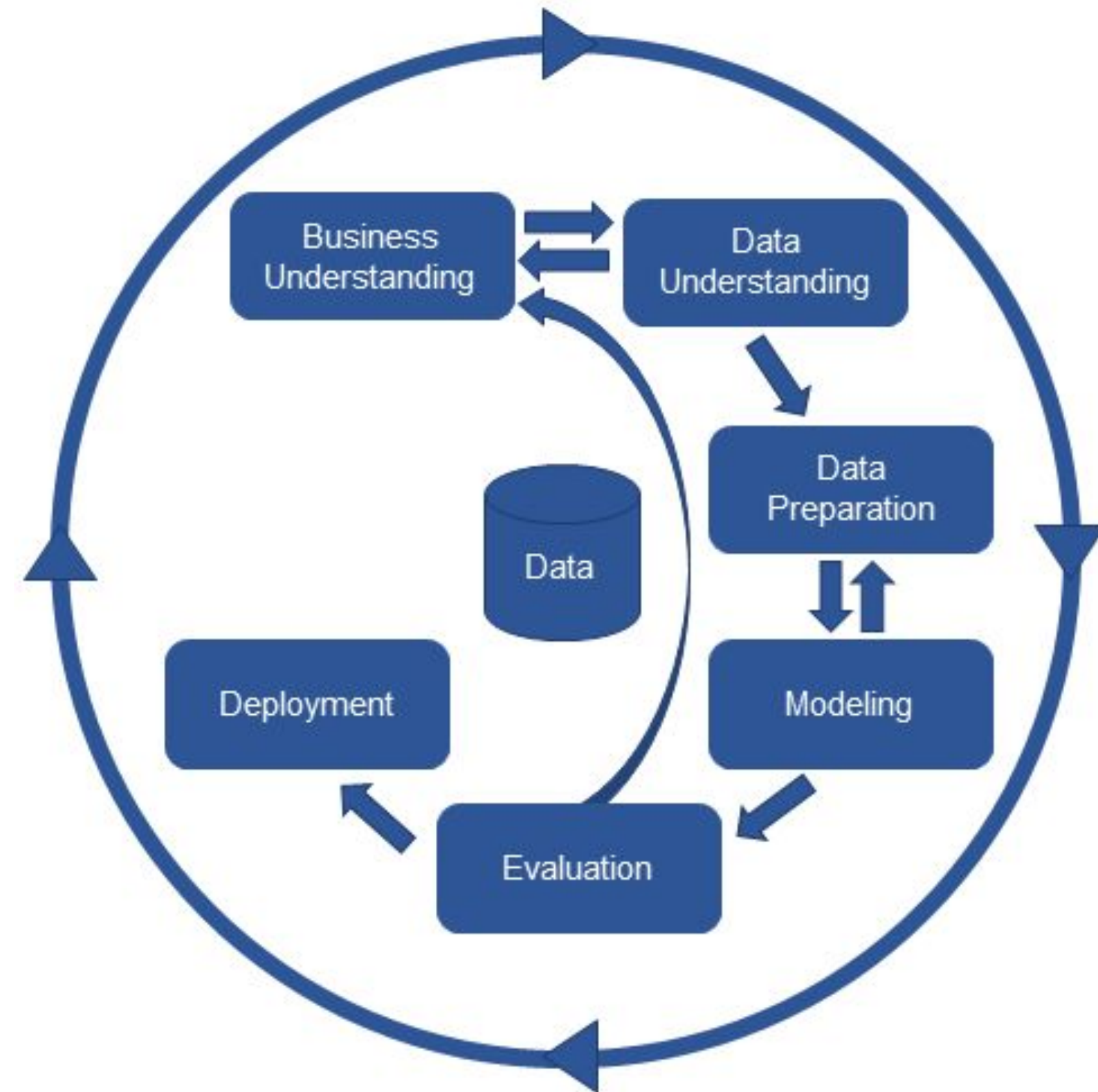
- **CRISP-DM, Ciclo Analítico e Roadmap**
- **Entendimento do negócio**
- **Cultura de Dados e Maturidade em Analytics**
- **Takeaways**

A vertical bar with a gradient from bright green at the top to light blue at the bottom.

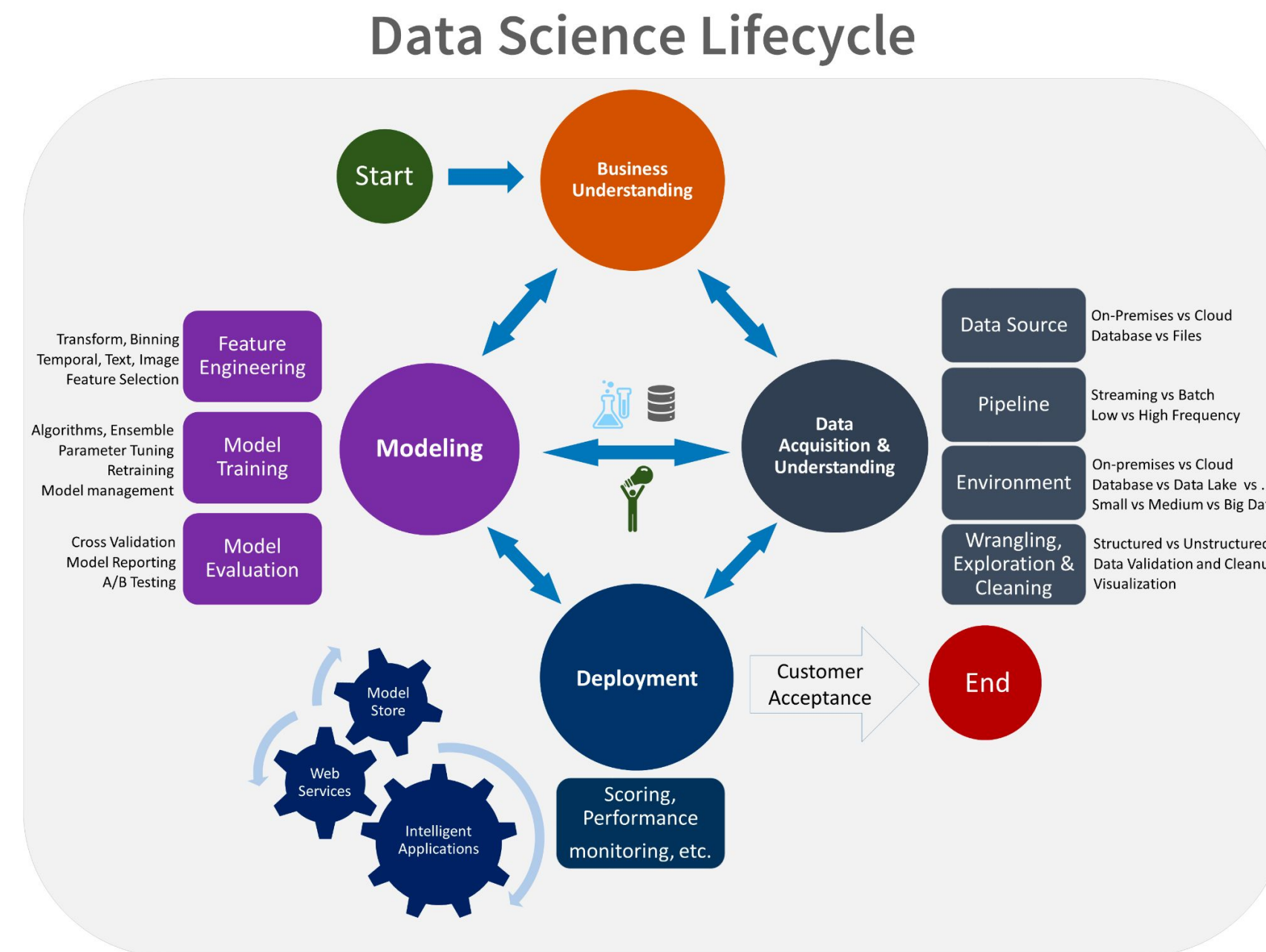
# CRISP-DM, CICLO ANALÍTICO E ROADMAP

# T Ciclo Analítico

**CRISP-DM** traduzido como **Processo Padrão Inter-Indústrias para Mineração de Dados** é um modelo de processo (framework) que descreve abordagens comumente usadas por especialistas em mineração de dados para atacar problemas.

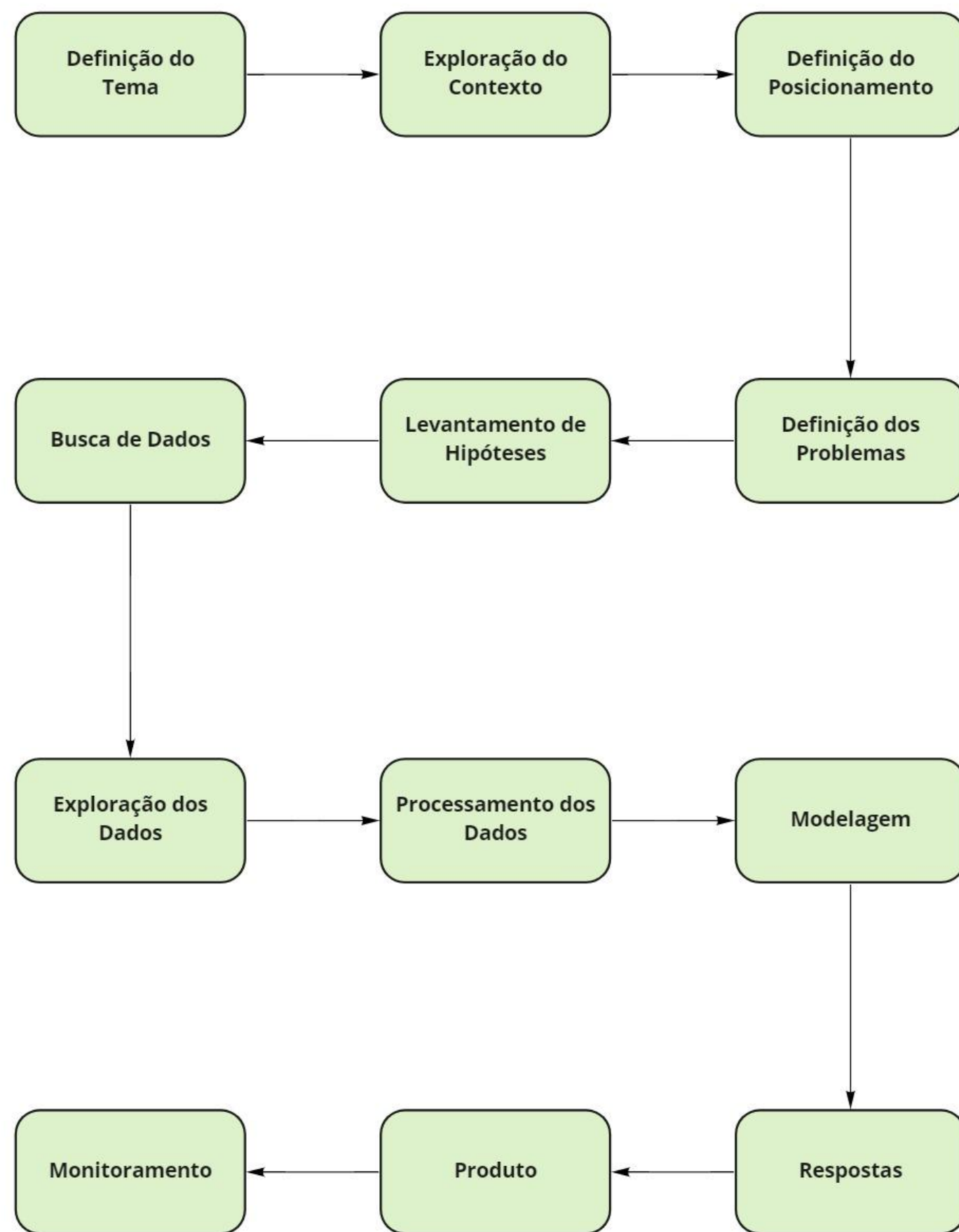


Age Group	Percentage
18-24	15%
25-34	25%
35-44	30%
45-54	20%
55-64	10%
65-74	5%
75-84	2%
85+	1%





# T Roadmap



A vertical bar with a gradient from bright green at the top to light blue at the bottom.

# ENTENDIMENTO DO NEGÓCIO



# DEFINIÇÃO DO TEMA

Antes de iniciar um projeto de dados, cabe analisar qual o tema principal.

Ex: Mobilidade Urbana.

# EXPLORAÇÃO DO CONTEXTO

Uma vez definido o tema principal, precisamos explorar os conceitos e seus desdobramentos.

Ex: Ônibus, Trem, Uber, Bicicleta

# DEFINIÇÃO DO POSICIONAMENTO

Cada posicionamento, te abre um leque de possibilidades e potenciais problemas a serem explorados.

Ex: Consultoria para a prefeitura de São Paulo.

# PROBLEMAS E HIPÓTESES

Os problemas norteiam todo o processo de tomada de decisão, e as hipóteses são os pilares.

Ex: Engarrafamentos na cidade. Se limitarmos quais carros podem rodar pela placa, os engarrafamentos diminuirão.

# COLETA, EXPLORAÇÃO E PROCESSAMENTO DE DADOS

Agora com nosso problema mais claro, e nossas hipóteses, é hora de buscar os dados e trabalhá-los.

Ex: Dados da CET. Buscar dias e horários de pico. Transformar e extrair os números das placas.

# MODELAGEM E ANÁLISE

Agora sim estamos aptos a construir algum modelo, preditivo ou não.

Ex: Distribuição da quantidade de carros que rodam por dia, horário e último dígito da placa.

# PRODUTO E MONITORAMENTO

Chegou o momento de testar. Vamos colocar nosso produto no ar, definir os KPIs e acompanhar o progresso. Assim tomamos decisões melhores.

Ex: Implantar a medida de rodízio nas principais rodovias de SP.  
Funcionou?





# CULTURA DE DADOS

01

**Engajamento, Comunicação e Democratização dos Dados**

02

**Fontes, Coletas de Dados, Ferramentas e Pessoal Capacitado**

03

**Tomada de Decisão guiada pelos Dados**

**SEJA LÁ QUAL FOR A SUA  
ABORDAGEM, CRIAR UM CULTURA DE  
DADOS É A CHAVE DO SUCESSO NO  
SÉCULO 21.**

**DJ Patil**

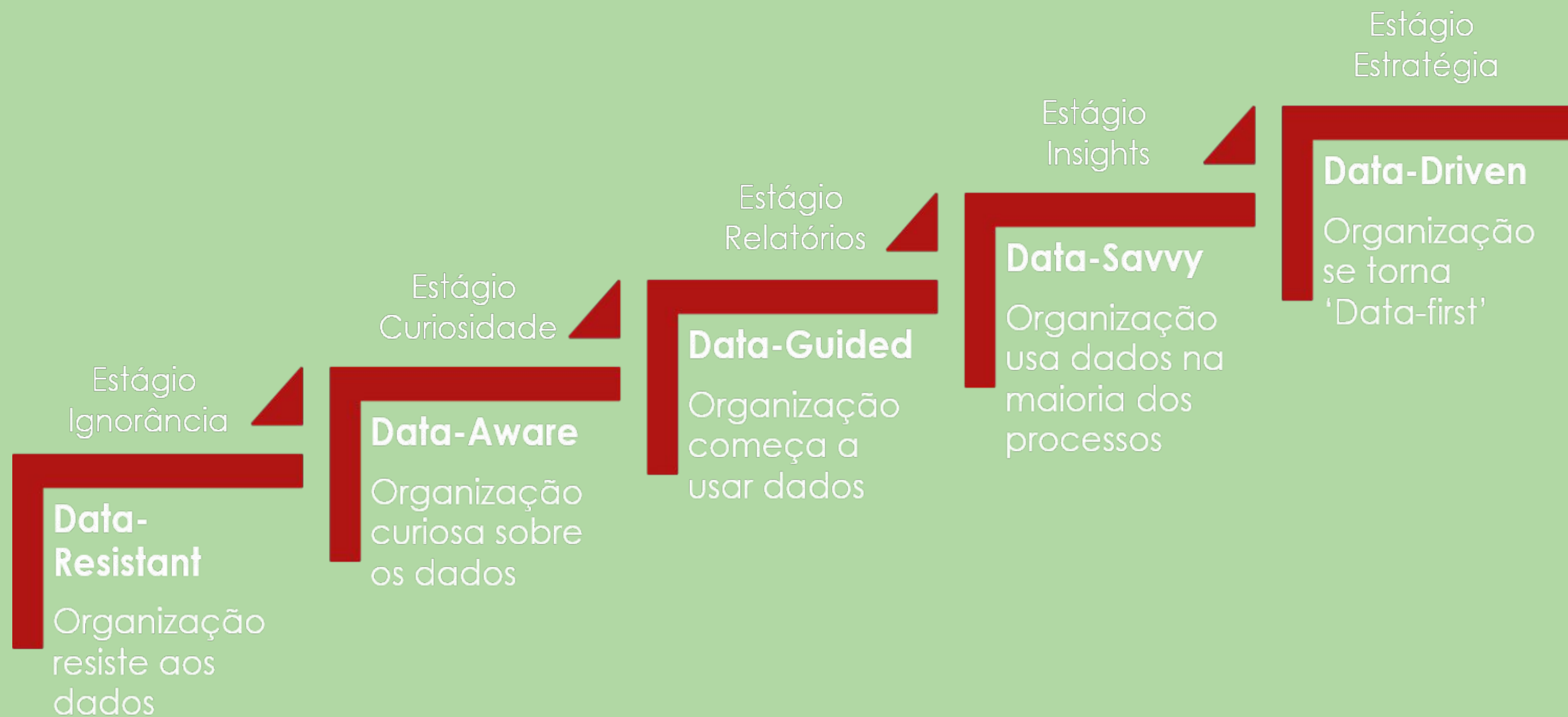
Ex Head de Produtos de Dados - LinkedIn  
Participou da Análise de Dados da Campanha do Obama

[Perfil](#)

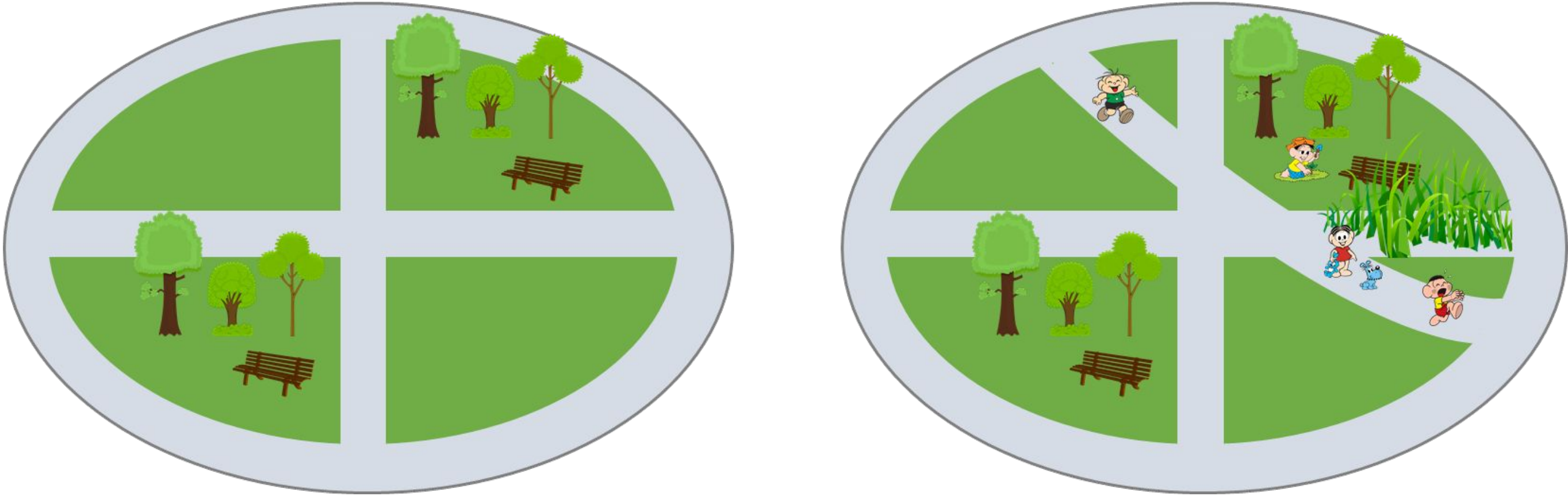


T

# Maturidade



# T Dados vs Achismo



# T HiPPo





T

A vertical bar with a gradient from bright green at the top to cyan at the bottom.

# TAKEAWAYS



T

## TAKEAWAY #1

A vertical bar with a gradient from green at the top to blue at the bottom.

**Tudo começa com o  
entendimento do  
negócio**

POR MAIS QUE A TECNOLOGIA SEJA LEGAL, PRECISAMOS MOVER O PONTEIRO.

## TAKEAWAY #2

**Não adianta sair  
buscando os dados sem  
entender o problema**

A GENTE CORRE O RISCO QUE FICAR PRESO NAS MESMAS PERGUNTAS.

