

# Fundamentos de organizações orientadas por dados

CAPÍTULO 1.

PROF<sup>a</sup>. NARLA PATRÍCIA ROCHA

# Fundamentos de organizações orientadas por dados

---

AULA 1.1.

PROF<sup>a</sup>. NARLA PATRÍCIA ROCHA

# Nesta aula



- ☐ Organizações orientadas a dados entendendo o conceito.
- ☐ Análise de Dados.
- ☐ Cultura de Dados.
- ☐ Dados, informação e conhecimento.
- ☐ Pilares para implementação da cultura de dados.

# Organizações Orientadas por Dados

“Ser Data Driven significa ter uma base sólida para a tomada de decisão, ao invés de partir de suposições. Tal base é formada por uma alta gama de dados, que podem ser coletados, tratados e interpretados para gerar insights para a empresa.”

# Organizações Orientadas a Dados



Segundo Kirk Borne, “ser orientado a dados é, antes de mais nada, ter como meta nas decisões corporativas a objetividade e estar sempre baseado em evidências”.

# Data Driven

O termo Data Driven pode ser traduzido para “dirigido por dados”, cuja origem vem do conceito da ciência de dados, que por sua vez indica a utilização de métodos científicos, processos e algoritmos para extrair conhecimento dos dados (sejam eles estruturados ou não).

# Premissa

A premissa consiste em utilizar a análise computacional de grande volume de dados, para solucionar problemas, obter ideias por meio de tecnologias de inteligência artificial e machine learning.

- Analytics.
- Big Data.

# Organizações Orientadas a Dados



Resumidamente, uma organização orientada a dados é a organização que se baseia nas análises de dados para apoiar e balizar a gestão e suas decisões, visando atingir os objetivos estratégicos do negócio.



# Data Analytics

Consiste em analisar um conjunto de dados com um objetivo específico e predefinido.

Examinar dados para encontrar padrões.

Análise de perfil de consumidor, tendência de mercado etc.

# Casos de Sucesso

## Grupo Pão de Açúcar.

- Identificou questões relevantes de relacionamento com o cliente:
  - Produto de maior afinidade.
  - Marcas preferidas.
  - Itens mais consumidos.



Conhecimento dos hábitos de consumo dos clientes para geração de informações.

Aumento da relevância da marca.

Otimização do estoque.

# Casos de Sucesso

## Nike

- Uso da inteligência de dados para otimização dos processos.
- Aumento de conhecimento do público.
- Desenvolvimento de novas linhas de produto.

## Amazon

- Otimização dos processos.
- Melhoria na experiência do consumidor.
- Diminuição do tempo de entrega => Cruzamento de dados com identificação de potenciais compras a serem realizadas.
- Definição de preços de produtos.

# Cultura de Dados (Data Culture)



São práticas e processos que são desenvolvidos dentro da organização, para facilitar a tomada de decisão, sempre baseada em dados.

O que as organizações desejam?

- Agilidade no processo decisório.
- Assertividade.
- Precisão.
- Facilidade.

# Dados X Informação X Conhecimento



DADOS X INFORMAÇÃO X CONHECIMENTO



Pirâmide de Decisão - Elaborado pela autora

# Dados X Informação X Conhecimento



Processo de conversão de dados em informação:

- Filtragem dos dados.
- Processamento da informação.
- Apresentação da informação.

# Dados X Informação X Conhecimento



Transformação de dados em informação.

- Agregação de um contexto dentro dos dados, ou seja, coloca-se os dados dentro de um cenário para que se possa apurar a informação.

A informação é um conjunto de dados organizados que possuem referência sobre um fato ou sobre um fenômeno.

Informação => Permite resolução de problemas e cria condições para tomada de decisão.



# Dados X Informação X Conhecimento

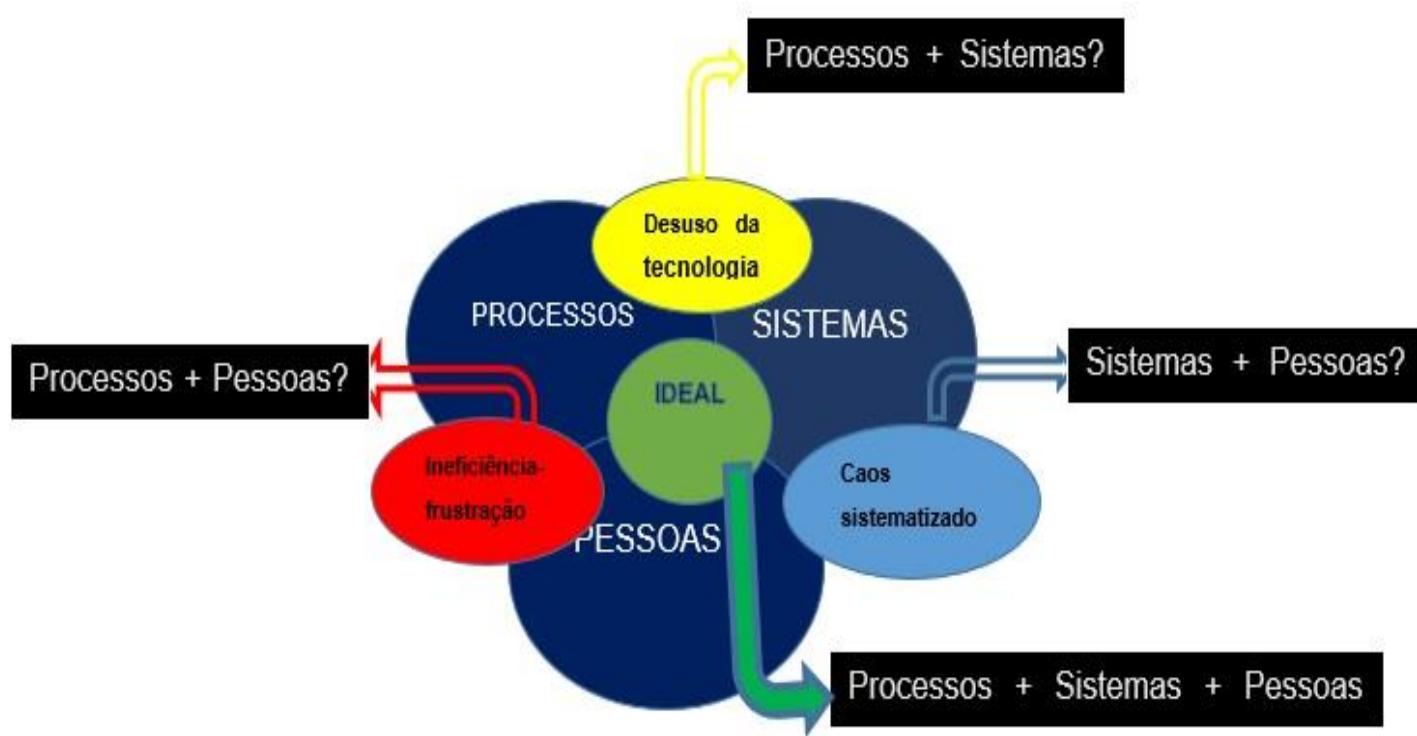


Transformação de informação em conhecimento:

- Conhecimento é a aplicação prática da informação.
- É a soma da informação útil obtida dos dados associada à expertise, pessoas e experiências.



# Pilares para implementação da cultura de dados



# Conclusão



- ✓ Organizações orientadas a dados entendendo o conceito.
- ✓ Análise de Dados.
- ✓ Cultura de Dados.
- ✓ Dados, informação e conhecimento.
- ✓ Pilares para implementação da cultura de dados.



# Próxima aula

- ☐ Cultura Orientada a Dados.
- ☐ Tomada de decisão e negócios orientados a dados.
- ☐ Processos de uma empresa orientada a dados.

# Fundamentos de organizações orientadas por dados

---

AULA 1.2.1.

PROF<sup>a</sup>. NARLA PATRÍCIA ROCHA

# Nesta aula



- ☐ Cultura Orientada por Dados.
- ☐ Tomada de decisão e negócios orientados a dados.
- ☐ Análise de Dados no Mundo dos Negócios.
- ☐ Exemplos.

# Cultura Orientada por Dados



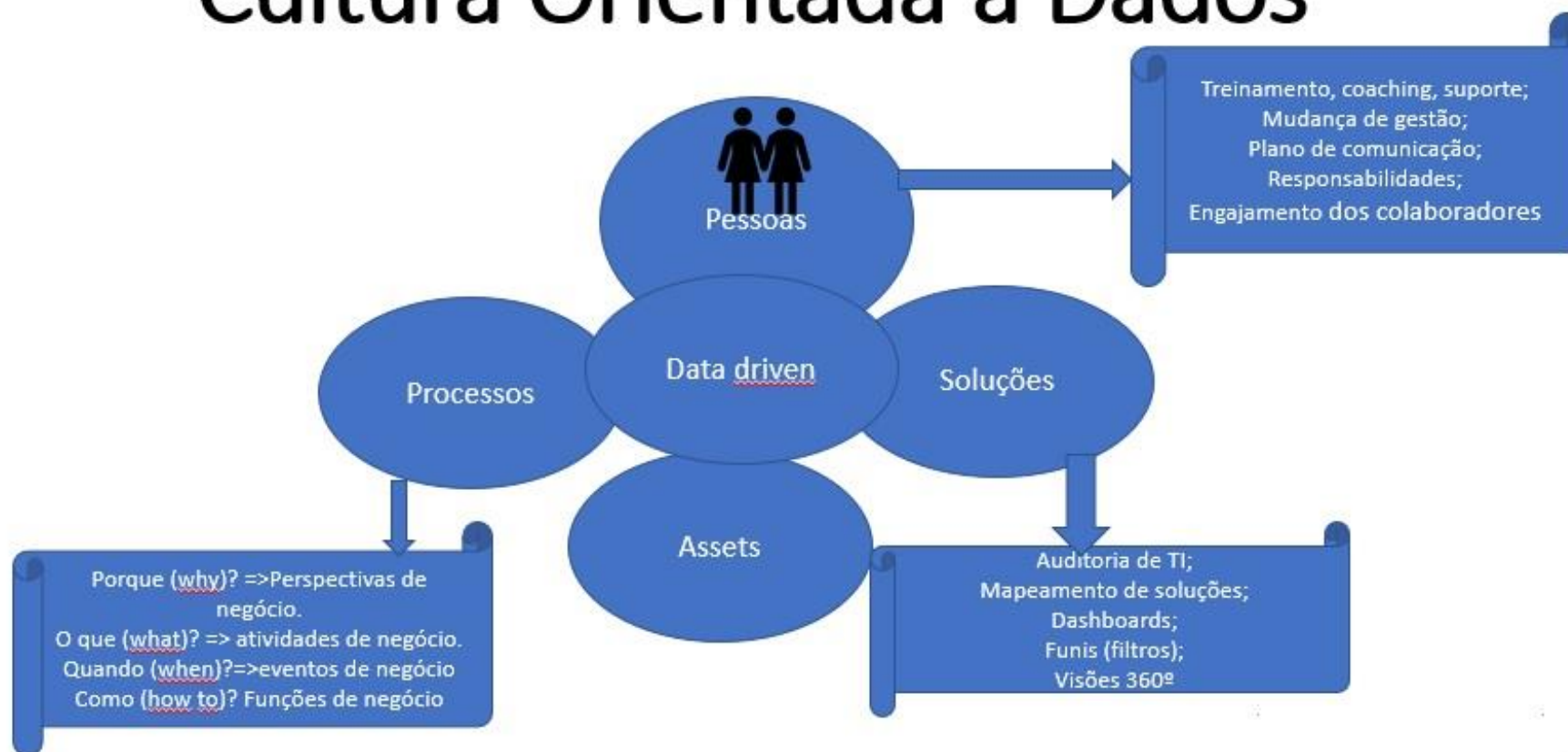
- Cultura orientada por dados ou cultura data driven (DDD-Data Driven Decision) é uma prática onde os dados se tornam a base, o fator determinante, para todo processo de tomada de decisão.
- A inteligência de negócio é usada para basear as decisões estratégicas que são feitas com rapidez e alto nível de segurança.

# Cultura Orientada por Dados



- Desafios para implementação:
  - Pouca abertura para transformação digital.
  - Falta de mão de obra especializada em análise de dados.
  - Tratamento da orientação por dados como projeto.
  - Dificuldade de integração entre TI e a área de negócio.
  - Problemas com a comunicação interna.
  - Democratização dos dados.
  - Qualidade dos dados.
  - Governança dos Dados.

# Cultura Orientada a Dados





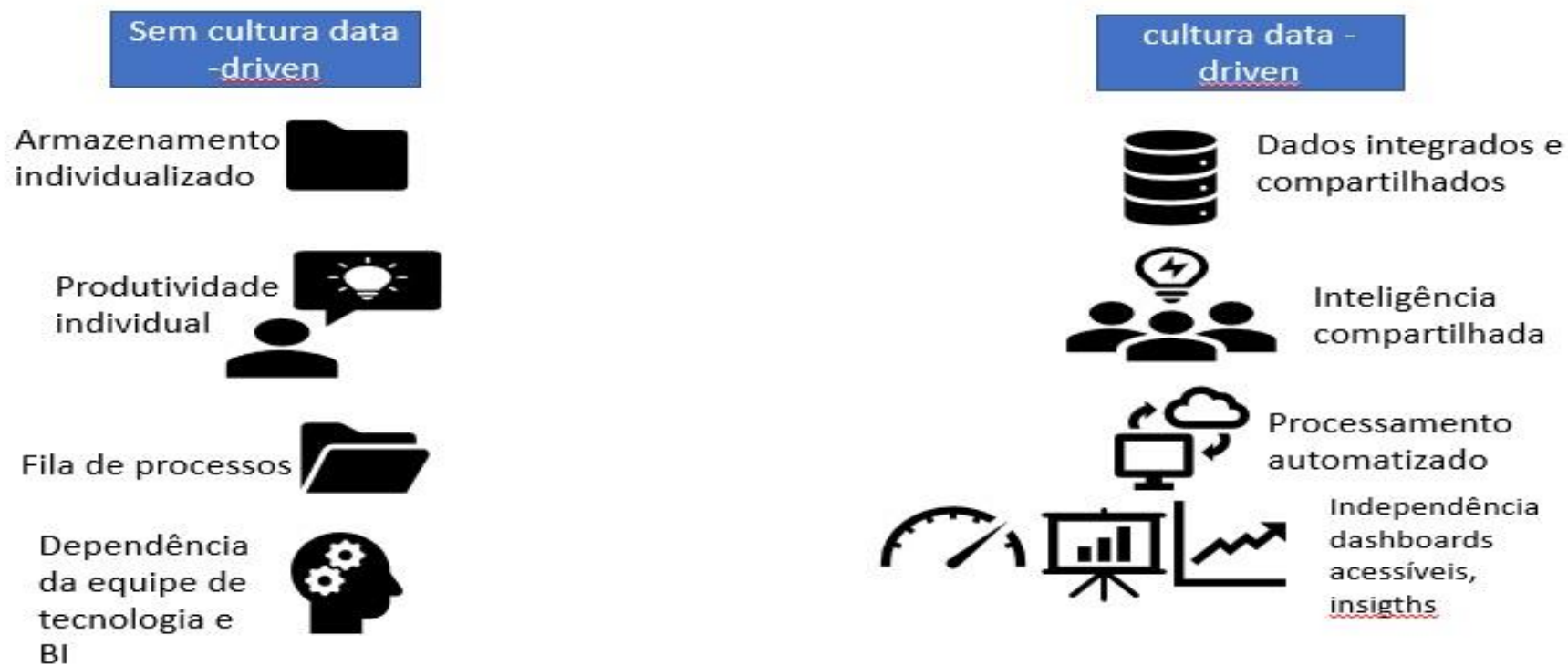
# Cultura Orientada a Dados



- Armazenamento.
- Inteligência coletiva.
- Democratização.
- Delegação de “poder”.
- Propriedade digital.
- Insights.
- Experiência do cliente.

# Cultura Orientada a Dados

## Comparativo Cultura Data-Driven



Onde você se encontra?

# Cultura Orientada a Dados – Vantagens



- Decisões assertivas, rápidas e fáceis.
- Novas oportunidades (produtos, serviços e profissões).
- Proatividade.
- Antecipação dos desejos do cliente.
- Redução de custos – redução de retrabalho.
- Investimentos direcionados a resultados.

# Tomada de Decisão Orientada por Dados



- Data-Driven Decision Making – DDM.
- Abordagem de Governança de Dados.
- Estabelece fluxo e aquisição, análise e comunicação de dados para suportar processos decisórios.

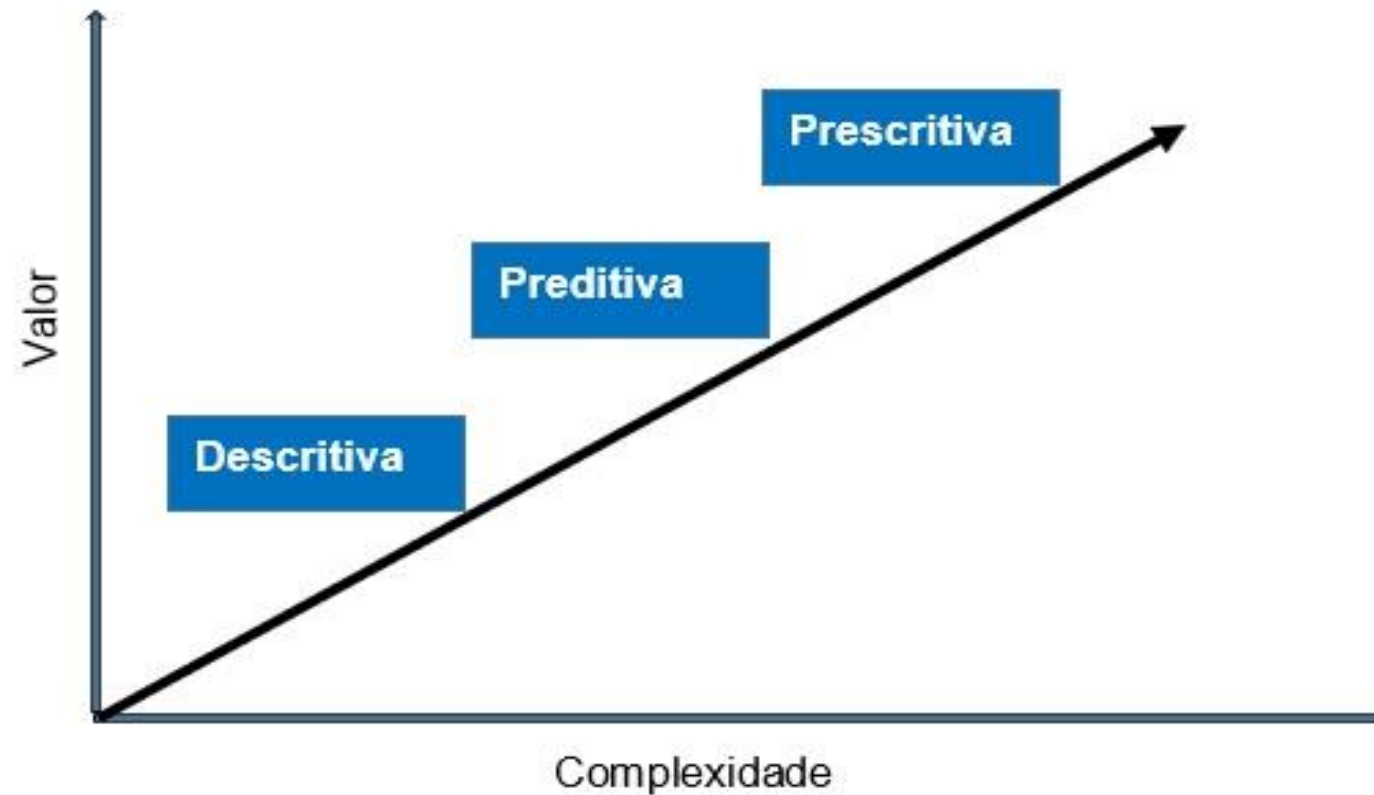
# Aspectos Relevantes no processo de tomada de decisão



- Conhecer e entender o negócio.
- Ter uma estratégia bem definida.
- Alinhar os objetivos visando atingir a estratégia.
- Conhecer as áreas do negócio e suas importâncias para a estratégia.
- Fazer perguntas corretas para obtenção das respostas certas relacionadas aos objetivos e metas.
- Estabelecer métricas para medição.
- Avaliar custos e esforços.
- Analisar e extrair insights significativos.

## Análise de Dados no mundo dos negócios

A cultura de dados possui três fases de adoção que estão relacionadas com análise de dados. São elas: descritiva, preditiva e prescritiva



# Análise de dados no mundo dos negócios



- Podem ser subdivididas em:
- Análise Descritiva:
  - BI (Business Intelligence) tradicional, construção de relatórios, reports e dashboard's tradicionais.
- Análise Preditiva e Prescritiva:
  - Advanced Analytics, análises avançadas de dados. Projeções.

# Análise de Dados no mundo dos negócios



- Análise preditiva => Predizer o que poderá ocorrer.
- Insights.
- Utilização de técnicas de aprendizagem de máquina, algoritmos estatísticos e mineração de dados para analisar dados atuais e históricos futuros, a fim de identificar as probabilidades de determinados resultados ou eventos futuros.



# Conclusão



Nesta aula discutimos sobre:

- ✓ Cultura Orientada por Dados.
- ✓ Tomada de decisão e negócios orientados a dados.
- ✓ Análise de Dados no Mundo dos Negócios.



# Próxima aula

Continuação:

- ☐ Análise de Dados no Mundo dos Negócios.
- ☐ Exemplos.

# Fundamentos de organizações orientadas por dados

---

AULA 1.2.2.

PROF<sup>a</sup>. NARLA PATRÍCIA ROCHA

# Nesta aula



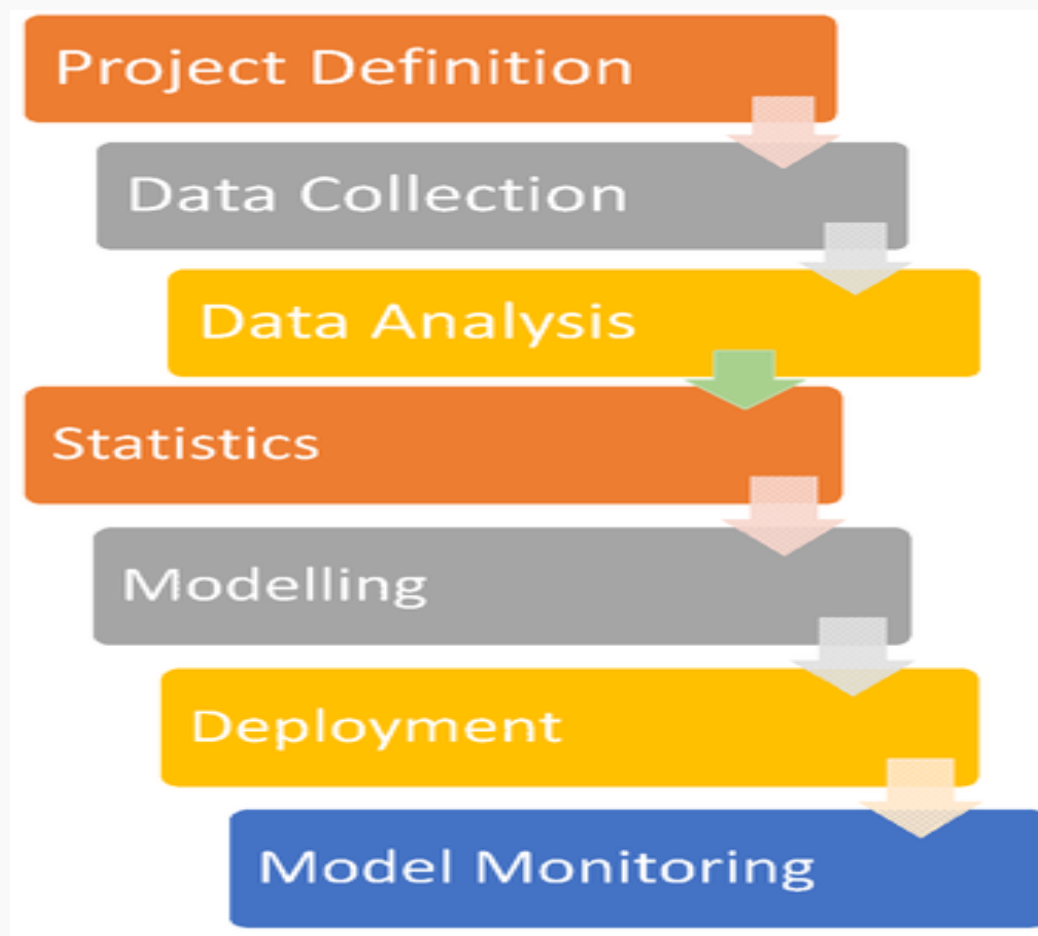
- ☐ Análise de Dados no Mundo dos Negócios.
- ☐ Exemplos.

# Análise de Dados no mundo dos negócios



- Cenário mercadológico complexo.
- Alto nível de exigência.
- Desafios de inovar:
  - Wikipédia “Inovação significa criar algo novo. A palavra é derivada do termo latino innovatio, e se refere a uma ideia, método ou objeto que é criado e que pouco se parece com padrões anteriores.”

# Análise de Dados no mundo dos negócios



# Perspectivas, tendências, resultados e tomadas de decisão



- Status Quo => Onde pretende-se chegar.
- Trilhar caminhos seguros para obtenção dos resultados.
- Tiro certo com munição correta (pra que usar bala de canhão para atingir uma formiga doceira?).
- Uso correto dos recursos (eficácia e eficiência).
- Reavaliação da estratégia e geração de nova estratégia participativa.
- Gartner: “os líderes de dados e análises estão impulsionando a transformação digital criando oportunidades de monetização, melhorando radicalmente a experiência do cliente e remodelando as indústrias.”

# Perspectivas, tendências, resultados e tomadas de decisão



- Fortalecimento da marca.
- Reposicionamento no mercado.
- Decisões assertivas .
- Profundo conhecimento do negócio e seu contexto.
- Confiabilidade.
- Fidelização do cliente.
- Crescimento etc.



**Exemplo:**

# **Tomada de Decisão baseada em Dados**

[Escolha proposta vencedora](#)

# Análise de Dados – Fiocruz



- <https://bigdata-covid19a.icict.fiocruz.br/>

# Conclusão



Nesta aula discutimos sobre:

- ✓ Análise de Dados no Mundo dos Negócios.
- ✓ Exemplos de decisão baseada em dados.
- ✓ Demonstração de Análise de dados.

# Próxima aula



- ☐ Processos de uma empresa orientada a dados.
- ☐ Estratégias de dados com base em objetivos organizacionais.

# Fundamentos de organizações orientadas por dados

---

AULA 1.3.1.

PROF<sup>a</sup>. NARLA PATRÍCIA ROCHA

# Nesta aula



- ❑ Estratégia de Dados.

# Estratégia de Dados



- “Sem Dados, você é somente mais uma pessoa com uma opinião.” William Eduard Deming.
- É um plano adaptado para melhorar todas as formas que a empresa adquire, armazena, gerencia, compartilha e utiliza os dados.
- Serve para garantir que todos os recursos estejam posicionados de forma que possam ser utilizados, compartilhados e movidos facilmente e de maneira eficiente.

# Estratégia de Dados

- Define qual é o objetivo da utilização de dados dentro de cada setor e como esse objetivo será atingido
- Gestão de Dados
  - Grandes investimentos
  - Projetos focados em objetivos de longo prazo
- ✓ Problemas relacionados a dados continuam a aparecer e a crescer => Motivo? Dados continuam a ser tratados como um aspecto tecnológico e não são tratados como um patrimônio da empresa. Em contrapartida, os bancos de dados crescem e os sistemas se tornam mais complexos.=> estratégia



# Estratégia de Dados



- Permite que o uso de dados entre os diversos setores seja eficiente e garante que os mesmos entreguem melhores resultados

# Estratégia de Dados



- São pilares da cultura orientada a dados
  - Estratégia
  - Operação
  - Governança
  - Sistemas e infraestrutura

# Estratégia de Dados



- Estratégia de Dados > Define qual o objetivo da utilização de dados dentro de cada setor e como esse objetivo será atingido.
- Operação > É o retrato de como os dados são utilizados. Precisa estar alinhada com a estratégia para atingir os objetivos definidos.
- Governança > É a forma como a liderança lida com os dados e mede a importância que eles têm no processo de tomada de decisão

# Estratégia de Dados



- Sistemas e infraestrutura
  - Avalia se os sistemas e a infraestrutura são adequados para atingir os objetivos definidos.

# Estratégia de Dados



- Importância
- a gestão de dados foca em grandes investimentos e projetos voltados para objetivos de longo prazo e com todos os esforços os problemas com dados continuam a crescer. (armazenamento incorreto, dificuldade de obtenção para informação correta)
- Motivo? A forma como os dados são tratados. Como um aspecto tecnológico e não um patrimônio de alto valor e que deve fazer parte da estratégia da empresa.
- A gestão de dados precisa de uma estratégia de dados robusta e que entregue valor.

# Estratégia de Dados

- O que é necessário contemplar
  - Identificar os objetivos reais
  - Mapear os caminhos
  - Garantir o alinhamento da equipe com todos os pontos da estratégia.

# Estratégia de Dados



- Porque elaborar uma estratégia de dados?

A estratégia de dados permite que o uso de dados entre os diversos setores seja eficiente e que os mesmos entreguem melhores resultados

# Estratégia de Dados



- Como elaborar uma estratégia de dados
  - Definir o posicionamento da estratégia de dados
    - Ofensiva ou defensiva
    - análise do setor, da estratégia do negócio, da competitividade do setor, e da regulamentação do meio.
  - Elementos da Estratégia de Dados
    - Objetivos e atividades chave, gestão de dados, infraestrutura
- Alinhamento com a equipe

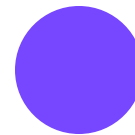


# Conclusão



✓ Estratégia de Dados.

# Próxima aula



- ☐ Governança de Dados e DMBOK.

# Fundamentos de organizações orientadas por dados

---

AULA 1.3.2.

PROF<sup>a</sup>. NARLA PATRÍCIA ROCHA

# Nesta aula



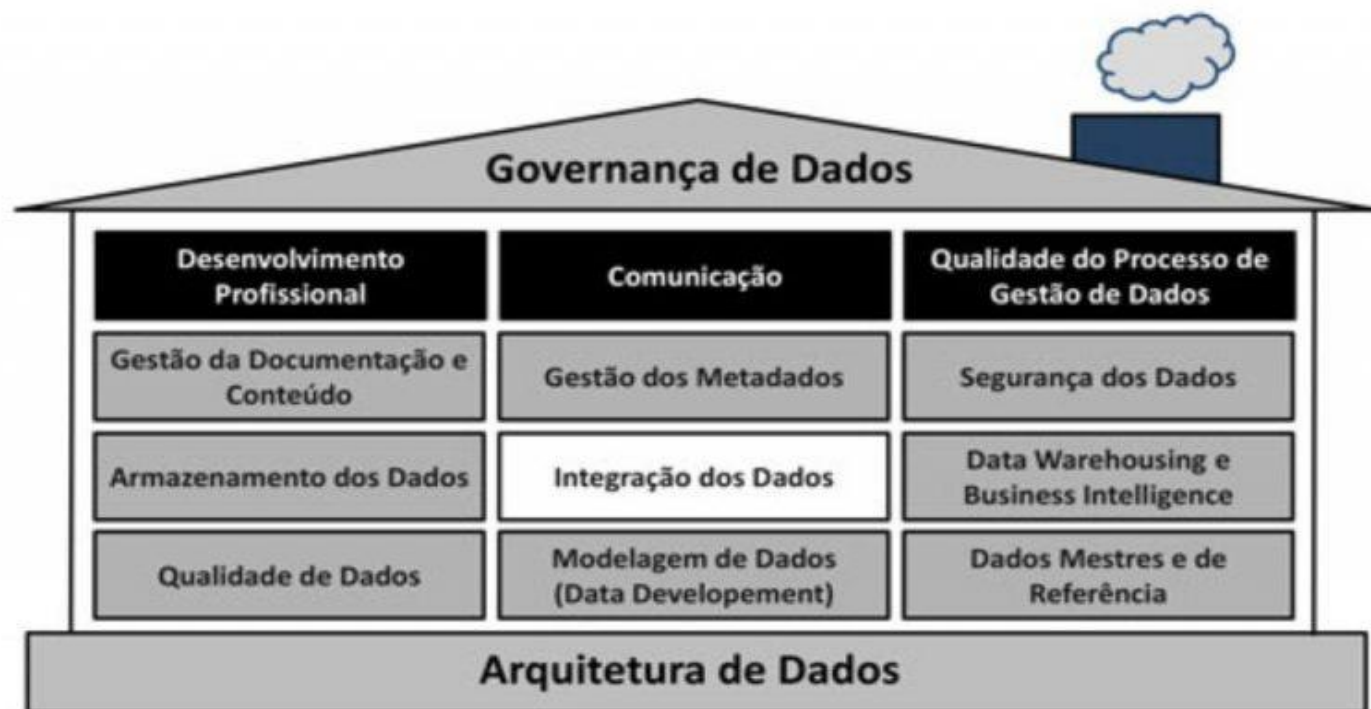
Continuação:

- ☐ Governança de Dados e DMBOK.

# Governança de Dados



É a forma que a liderança das organizações lida com os dados e mede a importância que eles têm no processo de tomada de decisão



# Governança de Dados e DMBOK

- Framework de boas práticas de Gestão de Dados, que busca transmitir a importância da Gestão de Dados.



# Governança de Dados DMBOK



- Divide-se em duas atividades macro:
  - Planejamento da Gestão de Dados.
  - Controle da Gestão de Dados.

# Planejamento da Gestão de Dados



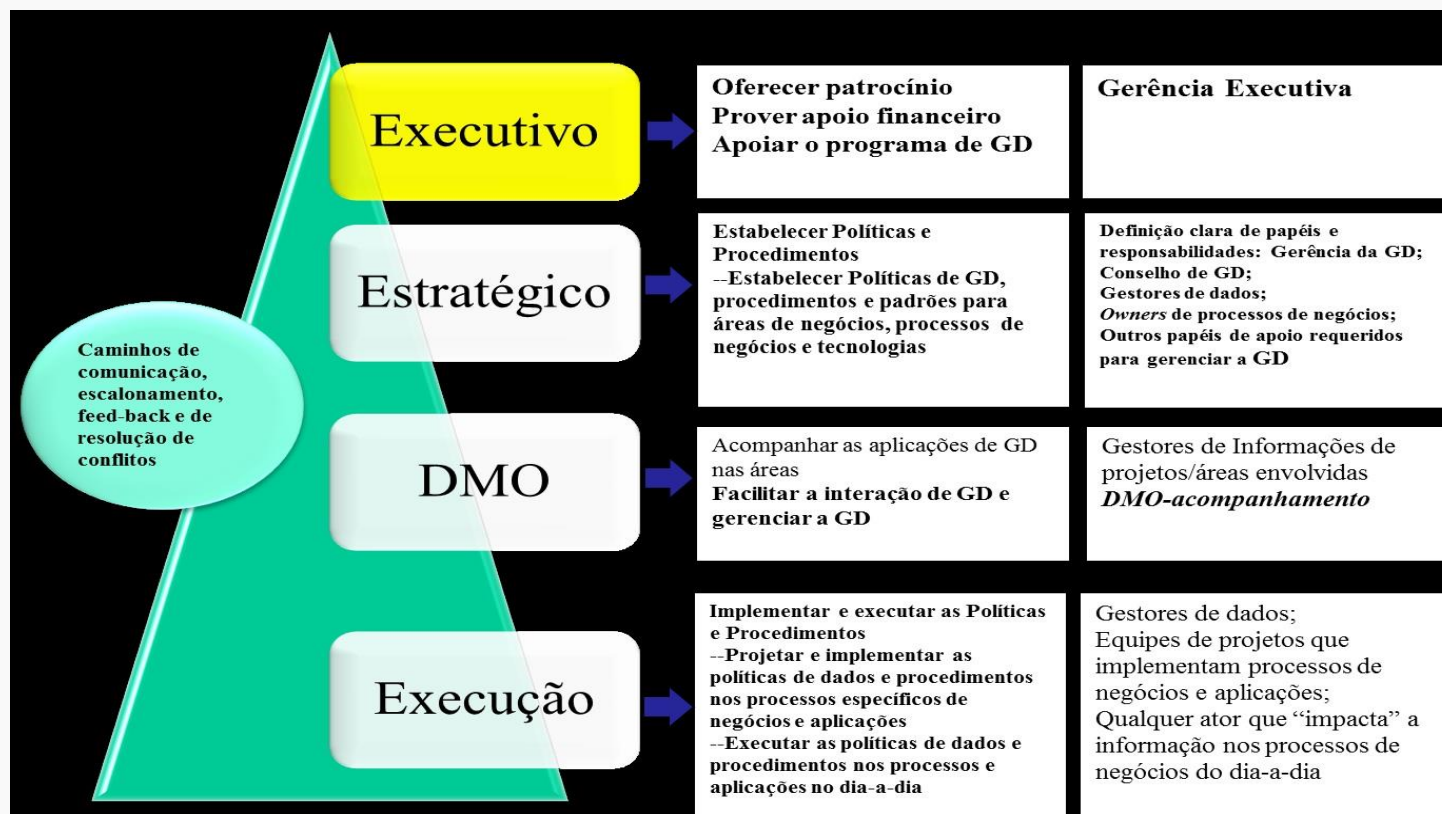
- Objetivo:
  - Entender a necessidade estratégica de dados.
  - Desenvolver e manter a estratégia de dados.
  - Estabelecer unidades organizacionais e papéis voltadas para dados.
  - Identificar os Data Stewards.
  - Estabelecer as camadas de GD e de data stewards.
  - Desenvolver e aprovar políticas, padrões e procedimentos de dados.
  - Revisar e aprovar a Arquitetura de Dados.
  - Planejar e patrocinar Projetos e Serviços de Gestão de Dados.
  - Estimar o valor dos Ativos de Dados e custos associados (Riscos).



# Planejamento da Gestão de Dados



- Estruturação de Camada de GD – proposição possível.



# Controle da gestão de dados



- Objetivo:
  - Supervisionar as camadas/estruturas e papéis envolvidos com dados.
  - Coordenar as atividades de Governança de Dados.
  - Gerenciar e resolver “conflitos” sobre dados.
  - Monitorar e garantir aderência a aspectos regulatórios (no que tange a dados).
  - Monitorar e garantir a aplicação e conformidade às políticas, padrões, procedimentos e arquitetura.
  - Supervisionar projetos e serviços relativos à Gerência de Dados.
  - Comunicar e promover os valores dos ativos de dados.

# Gestão da Arquitetura de Dados



- Entender as necessidades de informações da empresa.
- Desenvolver e manter o modelo de dados corporativo.
- Analisar e compatibilizar o MCD com outros modelos da empresa.
- Definir e manter a arquitetura de tecnologia de dados.
- Definir e manter a arquitetura de integração de dados.
- Definir e manter a arquitetura de DW e BI.
- Definir e manter taxonomias e nomes (namespaces) como padrões corporativos.
- Definir e manter uma arquitetura de metadados.

# Desenvolvimento de dados



- “O objetivo do Desenvolvimento de Dados é projetar, implementar e manter soluções que satisfaçam as necessidades de dados da empresa. Compreende as atividades focadas em dados dentro do ciclo de desenvolvimento do sistema, incluindo a modelagem de dados, análise de requisitos de dados e projeto, implantação e manutenção de bancos de dados.”

# Gestão de operações de dados



- Tem como objetivo planejar, controlar e apoiar os ativos de dados ao longo do seu ciclo de vida. Considerando criação, aquisição, arquivamento e eliminação.

# Gestão da segurança de dados



- Planejamento, desenvolvimento e execução de políticas de segurança e procedimentos para prover autenticação, acesso e auditoria de dados e informações adequadamente.

# Gestão de dados mestres e de referência



- Planejamento, implementação e controle de atividades que garantam consistência de dados Mestre e de Referência.
- Dados Mestres = dados fundamentais de uma empresa.
  - Clientes, fornecedores, colaboradores, contas, locais, entre outros.
- Dados de Referência = relacionados com códigos.
  - Estado, país, status de um pedido, entre outros.
  - Servem como elementos para categorizar/classificar outros dados.

# Gestão de Data Warehousing e Business Intelligence



- Tem como objetivo planejamento, implementação e controle de processos para prover dados de suporte à decisão e apoio aos colaboradores envolvidos em produção de relatórios, consultas e análises.



# Gestão de documentos e conteúdo



- O objetivo é planejar, implementar e controlar atividades para armazenar, proteger e acessar dados encontrados em arquivos eletrônicos e registros físicos (texto, gráficos, imagens, áudio e vídeo).
- Foco em dados não estruturados, não armazenados em sistemas relacionais.

# Gestão de metadados



- Planejar, implementar e controlar atividades que viabilizem um fácil acesso aos metadados integrados e de qualidade.

# Gestão de qualidade de dados



- O objetivo é planejar, implementar e controlar atividades que apliquem técnicas de gerência de qualidade de dados para medir, avaliar, melhorar e garantir a adequação dos dados ao seu uso pretendido.

# Conclusão



Nesta aula discutimos sobre:

- ✓ Governança de Dados e DMBOK.



# Próxima aula

- ☐ Gestão do Conhecimento.
- ☐ Inteligência Competitiva.
- ☐ Business Intelligence.

# Fundamentos de organizações orientadas por dados

---

AULA 1.4.1.

PROF<sup>a</sup>. NARLA PATRÍCIA ROCHA

# Nesta aula



- ❑ Gestão do conhecimento.

# Gestão do Conhecimento



Retomando conceitos:

- Dados => Turban et al. (2010), se referem a dados como “uma descrição elementar das coisas, eventos, atividades e transações, que são registrados, classificados e armazenados, mas não são organizados para fornecer qualquer significado específico”.
- Informação => Agregação de valor aos dados, de forma a produzir propósito e significado para a organização.
- Conhecimento:
  - Deriva da informação, aplicação prática da informação.
  - Pode ser usado para obtenção de conclusões significativas.

Ponto de atenção: cultura voltada para a gestão do conhecimento

Papel dos líderes > não podem ser inibidores do conhecimento



# Gestão do Conhecimento



“Conhecimento é a condição inicial para o processo de inovação”.

Divide-se em:

- Conhecimento tácito:
  - Conhecimento individual, adquirido ao longo da vida pela experiência.
  - Difícil de ser formalizado ou explicado a outra pessoa.
  - Subjetivo.
  - Inerente às habilidades de uma pessoa.
- Conhecimento explícito:
  - É o conhecimento que já foi ou pode ser articulado, codificado e armazenado.
  - Pode ser prontamente transmitido para outras pessoas.
  - Formal, sistemático, expresso por números e palavras.
  - Facilmente comunicado e compartilhado em dados, informações e modelos.

# Gestão do Conhecimento



- Pode ser definido como “processo de criar, compartilhar, utilizar e gerenciar o conhecimento da organização”.
- Para Davenport e Prusak (1998), “Gestão do Conhecimento é um conjunto integrado de ações que visam identificar, capturar, gerenciar e compartilhar todo o ativo de informações de uma organização”.
- Para que? Para que as organizações utilizem o conhecimento que possuem como diferencial e vantagem competitiva.
- A empresa ganha diferencial que está atrelado à inovação = pioneirismo. Ganho de mercado ( resultado).

# Gestão do Conhecimento

- Davenport & Prusak (1998) salientam que: “a única vantagem sustentável que uma empresa possui, é aquilo que ela coletivamente sabe, a eficiência com que ela usa o que sabe e a prontidão com que ela adquire e usa novos conhecimentos”.
- O conhecimento é intangível



# Gestão do Conhecimento



- Modelo SECI proposto pelo professor japonês Ikujiro Nonaka:

Descreve o ciclo de transformação do conhecimento nas organizações. O modelo descreve como o conhecimento tácito e o conhecimento explícito são convertidos em conhecimento organizacional.



Socialização = C.tácito + C. Tácito  
C. Tácito -> C. Explícito = Externalização  
C explícito + C. explícito = Combinação  
C.Explícito => C tácito = internalização

Conhecimento gera conhecimento

# Gestão do Conhecimento



Exemplos:

- Socialização > Adaptação de um novo colaborador ao acompanhar as atividades de um colaborador mais antigo
- Externalização > artifícios utilizados para compartilhar conhecimento nos treinamentos profissional, professores, etc . A interação, o diálogo e a reflexão do grupo envolvido.
- Combinação> desenvolvimento de um produto em uma equipe formada por diferentes pessoas, buscando informações em manuais, internet, livros + o conhecimento das pessoas.
- Internalização: O processo de entender um novo conceito, ser capaz de reproduzir, de forma consciente, inclusive sendo capaz de modificá-la, caracteriza a internalização.

# Gestão do Conhecimento



## Propósito

Conectar as fontes de geração com as necessidades de aplicação do conhecimento.

- Para atender o propósito é preciso:
  - Capturar o conhecimento.
  - Melhorar o acesso ao conhecimento.
  - Aprimorar o ambiente organizacional.
  - Valorizar o conhecimento disponível.

# Gestão do Conhecimento



## Principais objetivos:

- Aprendizado.
- Relacionamento organizacional.
- Desenvolvimento das competências.
- Mapeamento, codificação e compartilhamento do conhecimento organizacional.

# Gestão do Conhecimento



## Aprendizado

“As organizações que aprendem são aquelas que estimulam os colaboradores a buscar e explorar novas oportunidades (TERRA, 2005).”

A aprendizagem é a atividade que impulsiona as ações da Gestão de Conhecimento na direção dessas novas oportunidades.

É um processo de adaptação contínua, influenciada por acontecimentos passados, e visa atender às necessidades presentes.



# Gestão do Conhecimento



## Relacionamentos organizacionais

Identificar o conhecimento critico para a organização

Compartilhamento do conhecimento (reter e não compartilhar não é bem visto, o contrário, quem contribui e partilha tem mais oportunidade na organização possui uma visão de futuro beneficiando a sí mesmo e à organização).

# Gestão do Conhecimento



## Desenvolvimento de competências

A gestão de competências se relaciona com a forma de planejar, organizar e desenvolver as competências necessárias ao ramo de atuação.

“As pessoas são o ativo de maior valor, capazes de aprender e gerar inovações para as empresas.”

# Gestão do Conhecimento



## **Mapeamento, codificação e compartilhamento do conhecimento organizacional**

Os mapas servem de apoio para a criação de uma memória organizacional, na qual o processo de gestão de competências pode buscar informações para a realização de ações que melhorem alguns ativos intangíveis, como a gestão de marcas e patentes.

É por meio dos mapas que as organizações sabem quem detém o conhecimento e onde encontrar os conhecimentos que precisa para uma gestão eficaz.

# Conclusão



- ✓ Gestão do conhecimento.



# Próxima aula

Continuação:

- ☐ Inteligência competitiva.

# Fundamentos de organizações orientadas por dados

---

AULA 1.4.2.

PROF<sup>a</sup>. NARLA PATRÍCIA ROCHA

# Nesta aula



- ❑ Inteligência competitiva.

# Inteligência Competitiva



Antecipar às exigências do mercado.

Saber utilizar as informações sobre o mercado de forma estratégica.

“A Inteligência Competitiva é um instrumento geralmente utilizado por empresas para eticamente identificar, coletar, sistematizar e interpretar informações relevantes sobre seu ambiente concorrencial.”





# Inteligência Competitiva

“A inteligência competitiva pressupõe o desenvolvimento da capacidade de identificar, sistematizar e interpretar sinais do ambiente externo das organizações, para alimentar processos de decisão.”

Inteligência competitiva é se antecipar às exigências do mercado. Saber utilizar as informações sobre o mercado de forma estratégica.

É o processo de aumentar a competitividade da organização a partir de um conhecimento maior dos concorrentes e do ambiente competitivo.

# Inteligência Competitiva



Coleta e análise legais de informações sobre as capacidades, vulnerabilidades dos concorrentes.

Conhecer a concorrência permite melhoria contínua do negócio.

A abordagem da IC proporciona obtenção de informações relevantes, monitoramento da concorrência e do mercado.

# Inteligência Competitiva



Constituída de profissionais que procuram antecipar os movimentos de empresas, do mercado e de clientes.

Com isso as empresas podem ter melhores decisões empresariais e menores riscos.

Antenado e ligado ao futuro (novos impactos, novas oportunidades e novas ameaças que podem atingir os negócios).



# Inteligência Competitiva



- Ética e Código de conduta:
  - Uso de informações públicas ou publicadas.

Algumas ferramentas:

Crunchbase – <https://www.crunchbase.com/>

Talkwalker – <https://www.talkwalker.com/pt>

# Inteligência Competitiva



## Vantagens:

- Minimiza surpresas vindas de concorrentes.
- Identifica oportunidades e ameaças.
- Garante obtenção de conhecimento relevante para formular o planejamento.
- Permite que os gestores aprendam com os erros, acertos e apostas dos concorrentes.

# Inteligência Competitiva



Importância:

- Possibilita um melhor entendimento do negócio, incluindo procedimentos internos e divulgação dos produtos e serviços.
- Auxilia nas análises preditivas atribuindo maior conhecimento estratégico às ações.

# Inteligência Competitiva – Etapas



# Conclusão



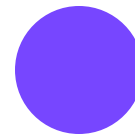
Nesta aula tratamos os temas:

- ✓ Inteligência Competitiva.



# Próxima aula

- ❑ Business Intelligence.



**IGTi**

# Fundamentos de organizações orientadas por dados

---

AULA 1.5.

PROF<sup>a</sup>. NARLA PATRÍCIA ROCHA

# Nesta aula



- ❑ Business Intelligence.

# Business Intelligence



O Business Intelligence (BI) ou Inteligência de Negócio, refere-se ao conjunto de técnicas, conceitos e ferramentas que possibilitam coleta, organização, tratamento e análise de dados para abstração de informação.

# Business Intelligence



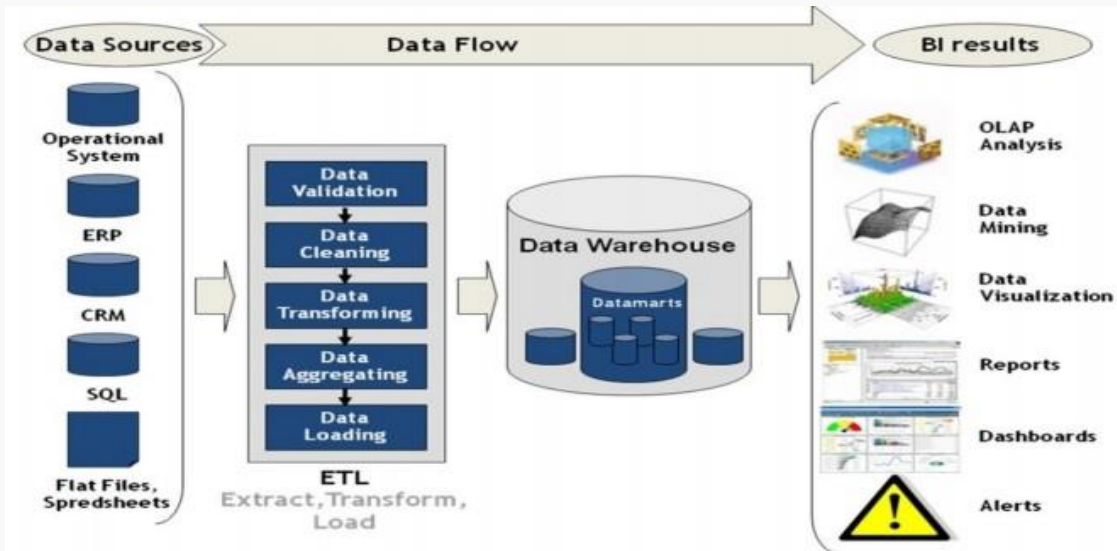
## Objetivo:

O BI tem como objetivo dar suporte aos executivos para a criação e execução do planejamento estratégico, visando decisões sobre o futuro da organização.

# Business Intelligence



Processo:



# Business Intelligence



Vantagens:

- Facilita a visualização dos dados.
- Agrega valor ao negócio.
- Informações em tempo real.
- Proporciona monitoramento em tempo real.

# Business Intelligence



## Vantagens:

- Acompanhamento histórico na linha do tempo.
- Padronização das regras de negócio.
- Acesso aos dados é padronizado.
- Facilita o acompanhamento dos processos de negócio.
- Possibilita o uso de indicadores para gestão.



# Business Intelligence



Exemplo prático.

# Conclusão



Nesta aula tratamos o tema:

- ✓ Business Intelligence.



# Próxima aula

- ❑ “Educar é um processo contínuo do exercício de uma sequência de atividades planejadas e não planejadas, contemplando em seu planejamento estratégico um ambiente de troca constante, com reconhecimento das diversas fontes inesgotáveis de aprendizagem (os alunos), cujo objetivo é despertar insights para a busca e exercício da aprendizagem constante.”

Narla Patrícia Rocha

# Fundamentos de organizações orientadas por dados

PROCESSOS EMPRESARIAIS ORIENTADOS POR INDICADORES

PROF.<sup>a</sup> NARLA ROCHA

# Processos empresariais orientados por indicadores

PROCESSOS EMPRESARIAIS ORIENTADOS POR INDICADORES

PROF.<sup>a</sup> NARLA ROCHA

## ☐ Processos empresariais orientados por indicadores:

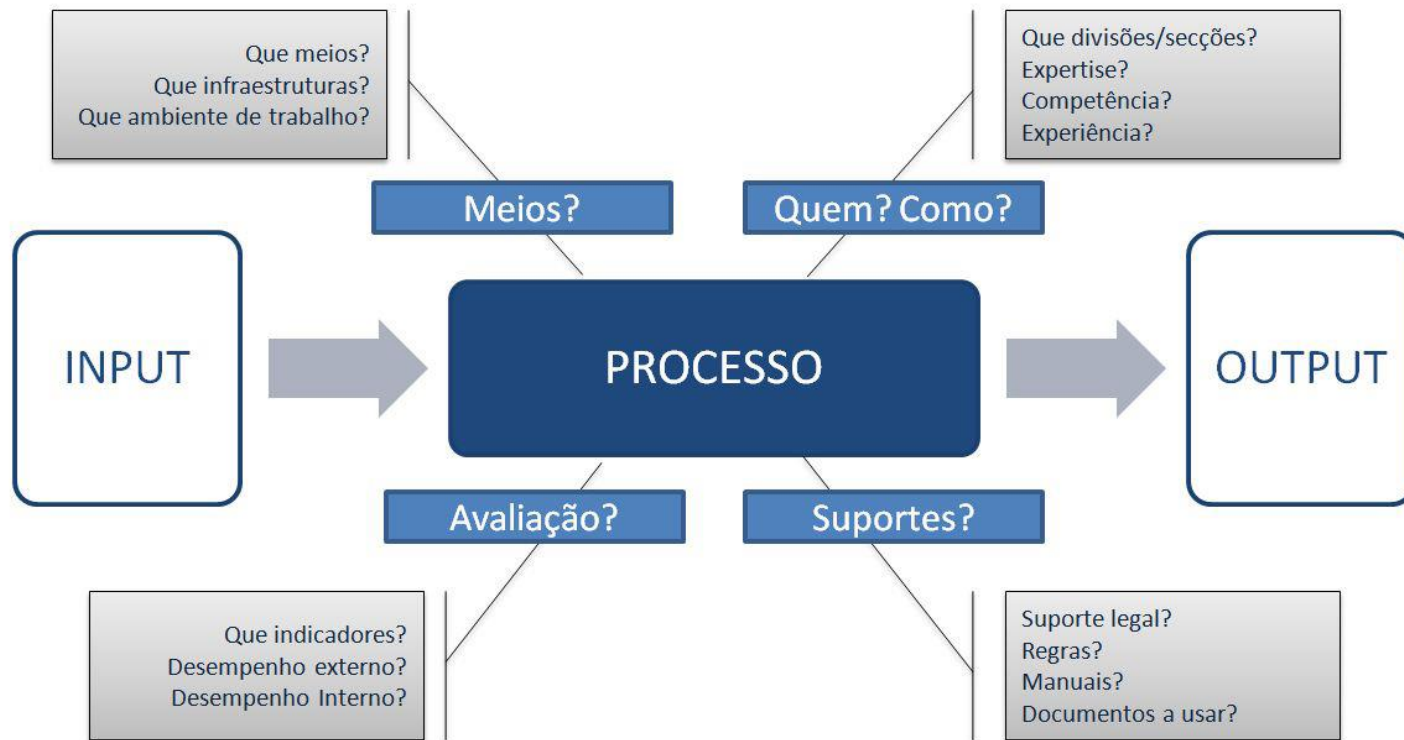
- Introdução.
- Processo.
- Processo empresarial.
- Importância.
- Benefícios.

- Processo:
  - Palavra derivada do latim => Porcedere.
  - Verbo que indica a ação de avançar (pro + cedere).
  - Conjunto sequencial de ação com objetivo comum.

- Davenport:
  - “Um processo é uma ordenação específica das atividades de trabalho no tempo e no espaço, com um começo, um fim, inputs e outputs claramente identificados. Tais atividades são estruturadas com a finalidade de agregar valor aos inputs, resultando em um produto para o cliente.”

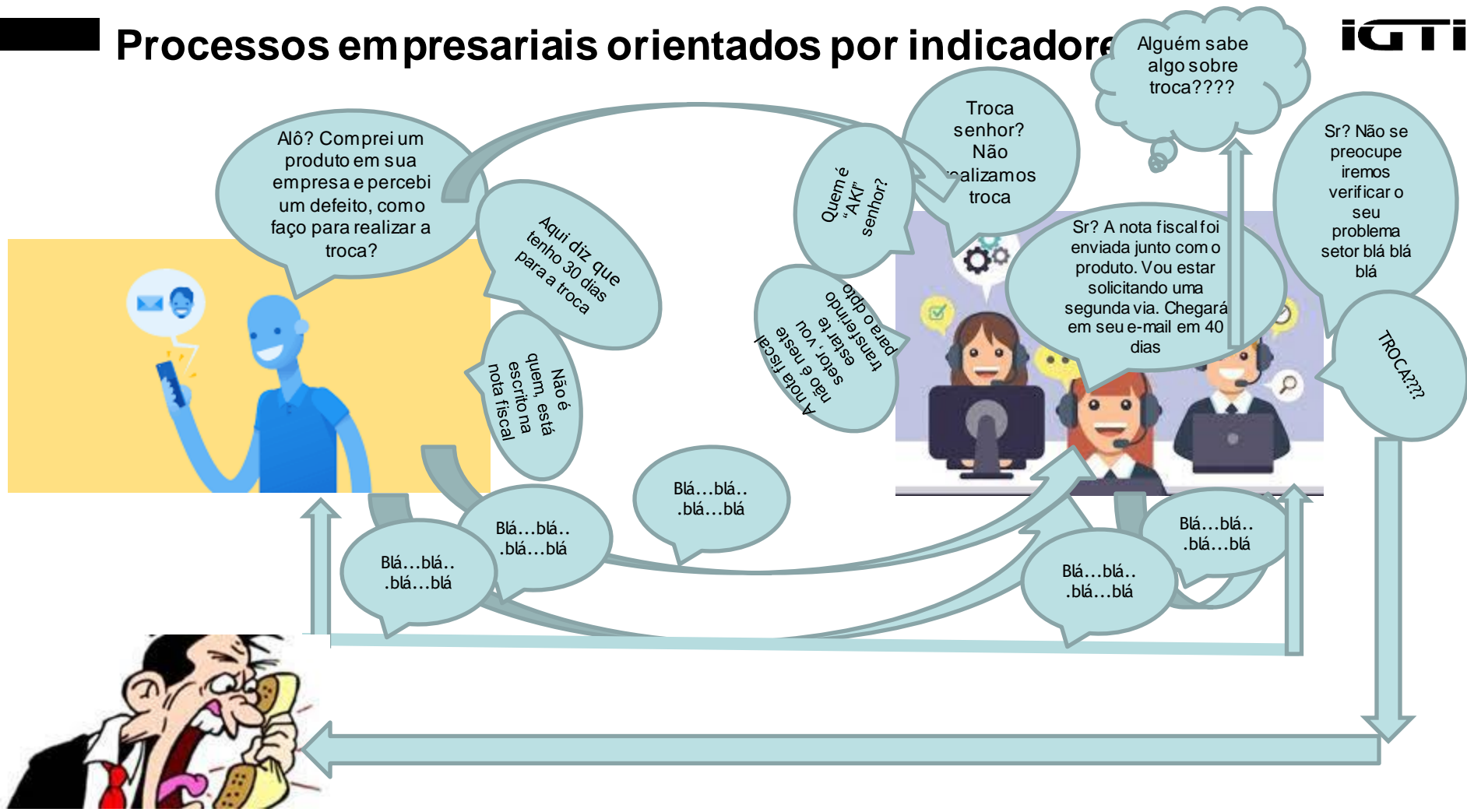


# Processos empresariais orientados por indicadores



- O processo empresarial refere-se a um trabalho contínuo, constituído de uma sequência de atividades adotadas pela organização para atingir um objetivo final.

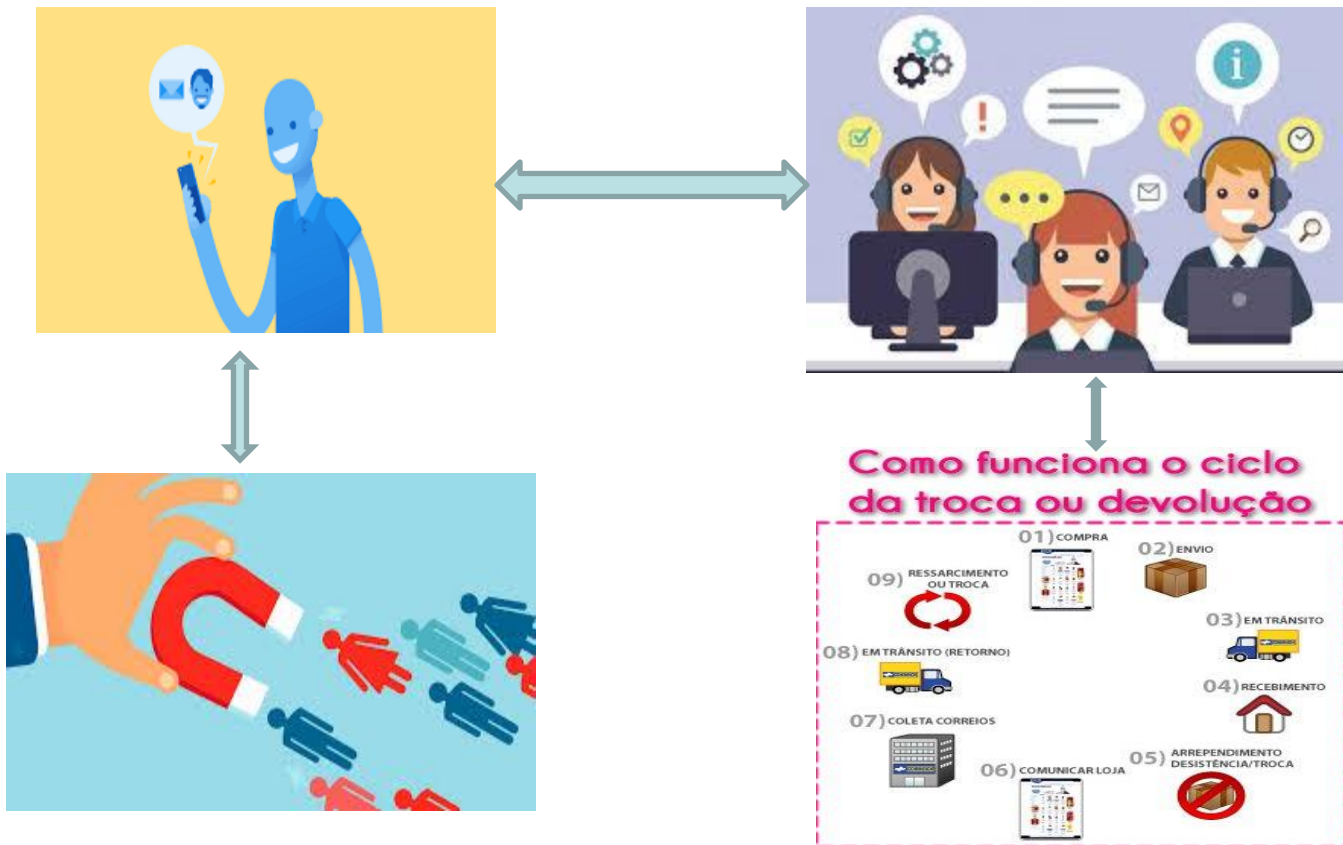
# Processos empresariais orientados por indicadores



## Como funciona o ciclo da troca ou devolução



# Processos empresariais orientados por indicadores



☑ Nesta aula:

- Foi apresentada uma visão geral sobre processo empresarial.
- Apresentou-se o conceito de processo e processo empresarial.
- Elucidou-se a importância de processo empresarial e seus benefícios.

- ❑ Indicadores de desempenho.

# Indicadores de desempenho

---

PROF.<sup>a</sup> NARLA ROCHA



## ☐ Indicadores de desempenho:

- Contextualização.
- Critérios.
- Objetivos.
- Metodologia.
- Importância.
- Vantagens.
- Exemplos práticos.

- Indicadores de Desempenho: Key Performance (KPI).
  - Medida (métrica, valor) que permite a medição e o gerenciamento para que seja atingida uma determinada meta.
- Ajudam na tomada de decisão.
- São ferramentas de medidas de desempenho e resultado.
- Permitem a demonstração de resultados ou desempenho de forma direta e objetiva.
- São considerados “veículos de comunicação”.

- O que medir?
  - Desempenho de equipe.
  - Processo.
  - Serviço.
  - Unidade de negócio.
- Independe do segmento, uma análise de desempenho permite:
  - Tomar decisão baseada em fato concreto.
  - Traçar mudanças ou melhorias com objetos palpáveis (dados e fatos).

- Critérios de definição:
  - Atrelado a um objetivo estratégico.
  - Definir o que precisa ser monitorado (processos, etc.).
  - Monitoro o que agrega valor (valor percebido).

- Critérios de definição:
  - O indicador precisa ser utilizado pela gestão.
  - Precisa refletir o objetivo da empresa.
  - Precisa haver adesão em alto grau.
  - Tem que ter relevância.
  - A criação dos indicadores precisa estar baseada em dados mensuráveis e confiáveis.
  - Deve ser de fácil entendimento.
  - Precisa subsidiar uma ação ou o plano de ações.

- Objetivo:
  - O que o gestor busca realizar:
    - Aumentar faturamento.
    - Aumentar o índice de satisfação do cliente.
    - Melhorar a captação, etc.

- Indicador:
  - O que é medido, o que é mensurável dentro do objetivo.
  - Aponta desempenho.
- Meta:
  - O número que se deseja chegar.
- Exemplo:
  - Objetivo => Aumentar o faturamento.
  - Indicador => Faturamento mensal.
  - Meta => Atingir o faturamento de R\$500.000,00 mensais.

- Indicadores de desempenho: metodologia.
- Método SMART:
  - Specific (específico): o que vai fazer? quando? onde? Por quê?
  - Measurable (mensurável): consigo medir em números?
  - Attainable (alcançável): é viável?
  - Relevant (Relevante): é importante?
  - Term (Terminável): tem prazo determinado?



- Exemplo:
  - Meta.
    - Disponibilidade do ambiente.

- Exemplo:
  - Metodologia/acompanhamento.

- Exemplo:
  - Método SMART, objetivo estratégico, plano de ação e acompanhamento.

- Ter a sequencia de atividades bem definidas, alinhadas aos métodos de medição para gerenciamento e acompanhamento da performance, voltados para os objetivos estratégicos empresarias, norteiam ações, decisões e auxiliam os gestores na administração e obtenção dos objetivos almejados.

- Importância:
  - Segundo William Edwards Deming “Não se gerencia o que não se mede, não se mede o que não se define, não se define o que não se entende e não há sucesso no que não se gerencia”.

- Vantagens:
  - Tomadas de decisão mais ágeis.
  - Melhor precisão no acompanhamento das metas.
  - Melhoria na qualidade dos resultados.
  - Funcionam como sinalizadores para atuar com ações preventivas e proativas.

- Vantagens:
  - Oferece maior confiabilidade para as partes interessadas.
  - Permite a criação de metas corporativas.
  - Auxilia no planejamento futuro.
  - Promove o alinhamento estratégico entre os setores organizacionais.
  - Proporciona melhoria dos resultados.

☑ Nesta aula apresentamos:

- Visão geral sobre os indicadores de desempenho.
- Conceito e metodologia de criação.
- Objetivos para os quais devem ser criados.
- Importância dos KPIs.
- Vantagens.
- Exemplos práticos de criação e acompanhamento do andamento das ações atreladas aos objetivos estratégicos.



# Próxima aula

☐ Plano de ação.

# Plano de ação (Parte 1)

---

PROF.<sup>a</sup> NARLA ROCHA

## □ Plano de ação:

- Definição.
- Contemplação.
- Passos.
- Metodologia.
- Exemplo.

- Plano de ação:
  - Planejamento das atividades.
    - É um mecanismo ou ferramenta para planejar e acompanhar as atividades de forma a atingir um resultado desejado.
    - Objetivo: garantir que todas as atividades sejam executadas.
    - Pode ser feito em qualquer ferramenta: Planilha eletrônica, papel, ferramenta de planejamento, etc.
    - Base para administração do tempo.

- Plano de ação:
  - “O plano de ação precisa servir de base para a administração do tempo, que é o recurso mais escasso e mais valioso de um executivo. Numa organização, seja ela órgão de poder público, empresa ou entidade sem fins lucrativos, a perda de tempo é inerente. Um plano de ação será inútil se não puder determinar de que forma o executivo usa o seu tempo.”

(Peter Drucker)

- Plano de ação:

- Deve contemplar:

- Objetivo geral que se deseja alcançar.
    - Lista das atividades a serem executadas.
    - As ações para execução das atividades.
    - Data de início e fim de cada atividade.
    - Em caso de custo, alocação do orçamento.
    - Responsável para execução de cada ação.
    - Objetivo de cada ação.
    - Riscos previstos e planejamento de contingência.

- Plano de ação criação:
  - O plano de ação possui o seguinte ciclo de vida:
    - Iniciação.
    - Planejamento.
    - Execução.
    - Monitoramento.
    - Encerramento.

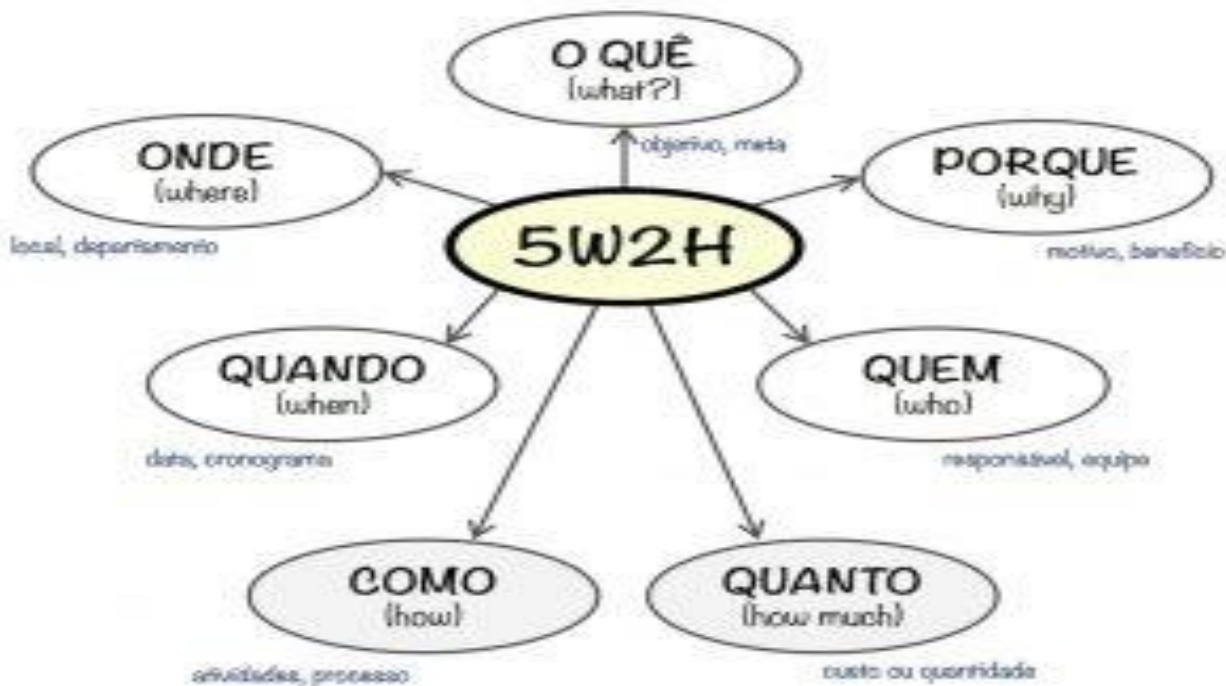
- Plano de ação criação:
  - Iniciação:
    - Objetivo, claro e bem definido.
    - Definição de um executor com conhecimento profundo (organiza, identifica problemas, define prazos e custos).
  - Planejamento:
    - Ocorre o desenvolvimento da estrutura.
    - São definidas as atividades e os recursos para sua execução.
    - O executor elabora o cronograma, define custos e pessoas participantes, riscos e plano secundário se necessário.



- Plano de ação passos:
  - Execução:
    - Colocar em prática as ações planejadas para cada atividade.
    - Exige análise do executor para detectar: erros, desvios, perda de prazos e situações que podem prejudicar o andamento do plano.
  - Monitoramento:
    - Acompanhamento da evolução do plano.
    - Identificação de problemas, suas causas e atribuição de solução.

- Plano de ação passos:
  - Encerramento:
    - Revisão da execução de cada ação planejada.
    - Transferência das informações para outro documento que permita monitoramento.
    - Retroalimenta outros planos com lições aprendidas.

- Plano de ação: metodologia.



☑ Nesta aula discorreremos sobre:

- Definição do plano de ação.
- Ciclo de vida.
- Passos para criação.
- Metodologia.

# Próxima aula

- ☐ Demonstração prática.

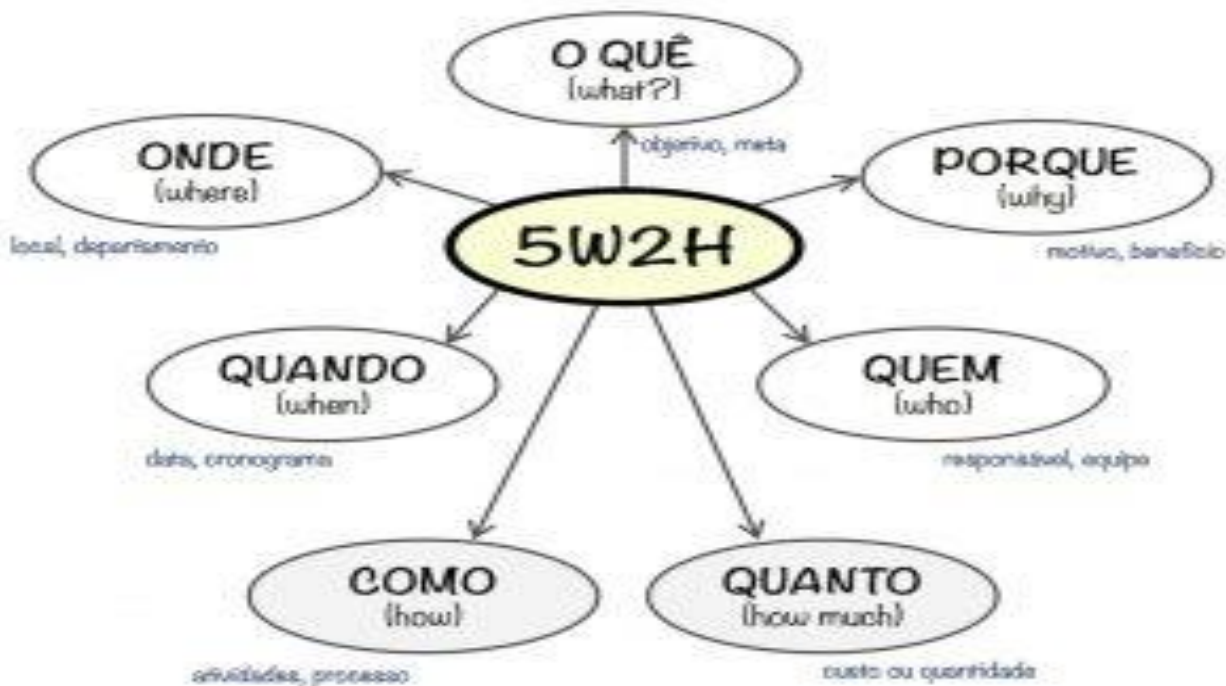
# Plano de ação (Parte 2)

---

PROF.<sup>a</sup> NARLA ROCHA

- ❑ Demonstração da metodologia e acompanhamento de um plano de ação.

- Plano de ação: metodologia.





- Exemplo:
  - Plano de ação exemplo 1 planilha.



- Exemplo:
  - Plano de ação exemplo 2 planner.



- ☑ Nesta aula apresentamos exemplos práticos de plano de ação, com utilização de duas ferramentas distintas:
  - Planilha eletrônica.
  - Ferramenta sistêmica de acompanhamento.

- ❑ Análise e tomada de decisão.

# Análise e tomada de decisão

---

PROF.<sup>a</sup> NARLA ROCHA

## ☐ Análise e tomada de decisão:

- Contextualização.
- Passos/processos.
- Classificação.
- Vantagens e benefícios.
- Técnicas.
- Exemplo prático.



- Tomada de decisão:
  - Escolher mediante alternativas.
  - Comprometimento e responsabilidade mediante os resultados.
  - Processo racional e intuitivo.
  - Tomador de decisão: aspectos racionais e analíticos e aspectos emocionais e de temperamento pessoal.
  - Pressão.
  - Fator tempo.

- Wikipédia:
  - “Na administração, a tomada de decisão é o processo cognitivo pelo qual se escolhe um plano de ação dentre vários outros (baseados em variados cenários, ambientes, análises e fatores) para uma situação-problema. Todo processo decisório produz uma escolha final. A saída pode ser uma ação ou uma opinião de escolha. Ou seja, a tomada de decisão refere-se ao processo de escolher o caminho mais adequado à empresa, em uma determinada circunstância”.



“Se você não tomar uma decisão, já tomou uma e ela está errada”.

- Passos/processos para tomada de decisão:
  - Delimitação do problema (ou a situação).
  - Estabelecer critérios para análise.
  - Criar matriz de decisão baseada em dados.
  - “Coletar dados, analisar indicadores, pesquisas para entendimento da situação problema e conversas com pessoas envolvidas, ajudam a elucidar o caminho.”

- Segundo Herbert Simon, o processo de tomada de decisão nas organizações possui três fases:
  - Prospecção: análise do problema.
  - Concepção: criação de alternativas de solução.
  - Decisão: julgamento e escolha de uma das alternativas.

- Nem sempre uma decisão é a ideal, mas precisa ser a mais satisfatória para o negócio.

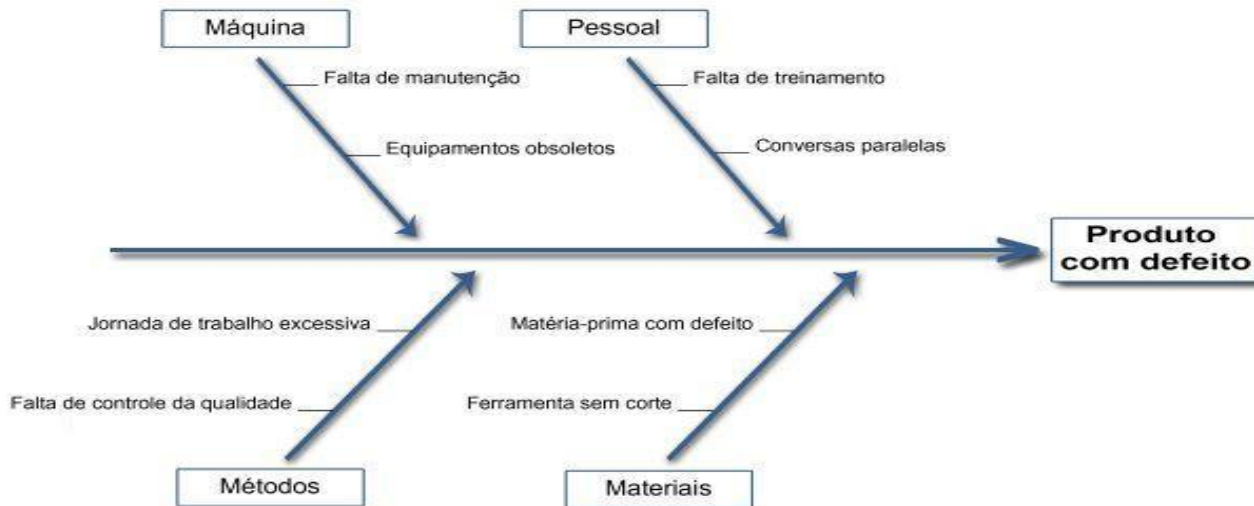
- Classificação das decisões empresariais, segundo Simon:
  - Decisões programadas: repetitivas e rotineiras => pode ser alvo para automatização de processo de negócio.
  - Decisões não programadas: nestas o decisor precisa usar sua capacidade de julgamento, intuição e criatividade.
  - Decisões semi-programadas: misto das duas anteriores, requer apoio dos sistemas de informação, capacidade de julgamento, experiência e compreensão do contexto.

- Técnicas que auxiliam no processo:
  - Análise SWOT => Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças (FOFA). Relacionadas ao ambiente interno e externo.
  - Ambiente interno => Passível de controle.
  - Ambiente externo => Não posso controlar.
  - Exemplo:
    - Ambiente interno (mão de obra qualificada, localização privilegiada) => Forças.
    - Tecnologia ultrapassada, desmotivação da equipe => Fraqueza.



- Técnicas que auxiliam no processo:
  - Exemplo:
    - Ambiente externo.
    - Aumento da taxa de câmbio. Entrada de novo competidor no mercado: mudanças na legislação => Ameaças.
    - Obs.: LGPD => Pode se constituir em oportunidade.

- Técnicas que auxiliam no processo:
  - Diagrama de Ishikawa => Espinha de peixe => Causa e efeito.



- Vantagens e benefícios da tomada de decisão baseada em dados:
  - Visão dos gastos que serão empenhados, sem surpresas posteriores.
  - Uso de indicadores permitem a medição e acompanhamento minucioso durante o andamento de um projeto ou processo.
  - Os problemas são pontuados e é possível aplicar correções em tempo hábil.

- Vantagens e benefícios da tomada de decisão baseada em dados:
  - Redução do tempo gasto na tomada de decisão.
  - Melhor alinhamento entre as áreas (“o combinado não sai caro”).
  - Transparência e confiabilidade.
  - Identificação de oportunidade.

- Exemplo prático de tomada de decisão baseada em dados.



## ☑ Análise e tomada de decisão:

- Foram abordados os tópicos de conceito, os processos e classificação, bem como vantagens e benefícios.
- Foram as técnicas de análise SWOT e Espinha de Peixe.
- Foi apresentado um exemplo baseado em situação real.

- ☐ Reavaliação e retroalimentação.



# Reavaliação e retroalimentação

---

PROF.<sup>a</sup> NARLA ROCHA

## ☐ Reavaliação e retroalimentação:

- Conceito.
- Ciclo do PDCA.
- Exemplo de processo de avaliação e seus desdobramentos.
- Exemplo de revisão e retroalimentação do plano de ação.
- Benefícios.

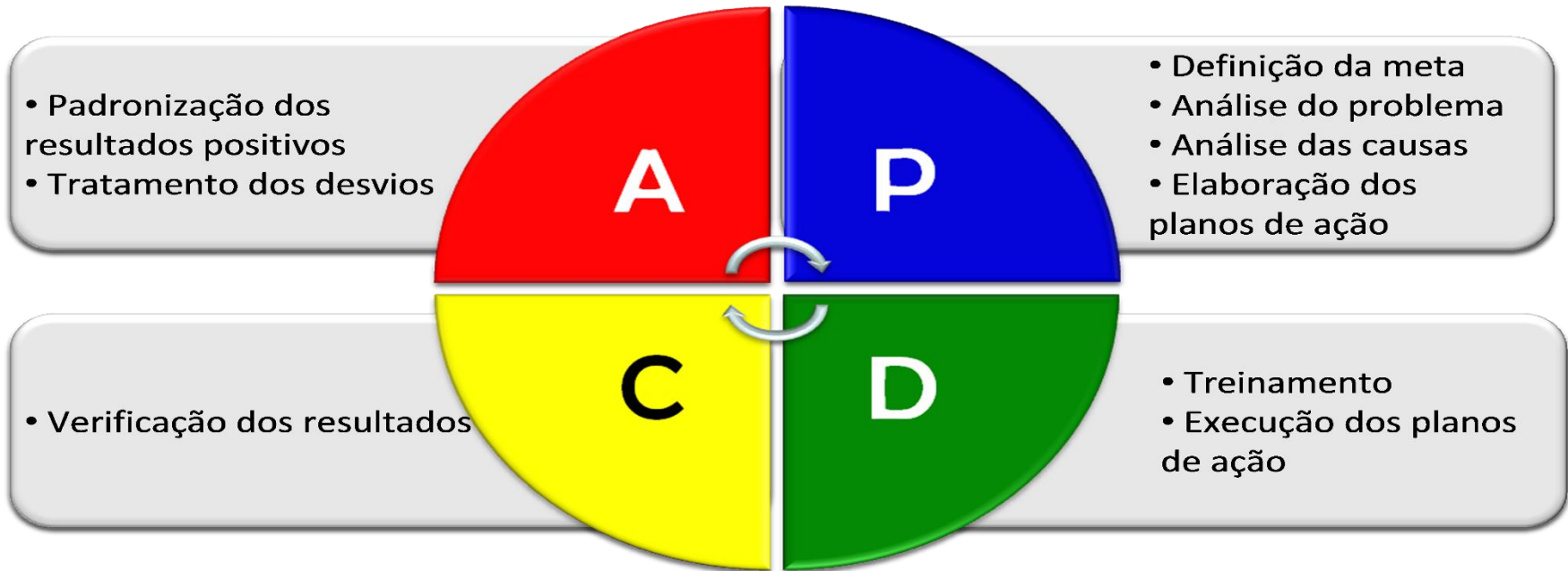
- Reavaliação e retroalimentação:
  - Reavaliação => Avaliar de novo.
  - Retroalimentação:
    - Processo de comunicação de duas vias (emissor e receptor) => processo de fala e resposta.
    - No contexto empresarial => feedback.
    - Avaliar e reavaliar, estabelecer um processo de feedback está ligado a um desejo de mudança e processo de melhoria contínua.

- Reavaliação e retroalimentação:
  - Segundo Peter Drucker “Planejamento estratégico é um processo contínuo de, sistematicamente e com o maior conhecimento possível do futuro contido, tomar decisões atuais que envolvam riscos; organizar sistematicamente as atividades necessárias à execução destas decisões e, através de uma retroalimentação organizada e sistemática, medir o resultado dessas decisões em confronto com as expectativas alimentadas.”

- Reavaliação e retroalimentação:
  - O planejamento estratégico exige um plano de acompanhamento que envolve uma ação cíclica de: planejar, executar, verificar e avaliar.
  - Acrescenta-se a estas ações cíclicas a ação “APRENDER”.
  - O processo de avaliação e retroalimentação busca garantir a continuidade e a melhoria constante para que o objetivo final seja atingido.

- Reavaliação e retroalimentação:
  - Reavaliação e retroalimentação são instrumentos que permitem analisar a informação e promover melhorias evolutivas nos serviços, produtos, sistemas etc.
  - Conhecer a opinião do cliente permite manter e/ou aumentar a qualidade além de auxiliar nas decisões.

## ▪ Reavaliação e retroalimentação:



- Reavaliação e retroalimentação:
  - Exemplo de avaliação de sistema para promoção de melhorias.
  - Jisinho.



- Reavaliação e retroalimentação:

- Reavaliação e retroalimentação:
  - O objetivo do feedback é a construção de melhorias.
  - Deve-se haver um nível de maturidade no estabelecimento do processo.
  - Não é um muro de lamentações, nem momento de críticas negativas.
  - A relação é impessoal, o objetivo final é a prestação do serviço com qualidade e o cumprimento do objetivo estratégico traçado no plano de ação.

- Reavaliação e retroalimentação:
  - Demonstração das ações previstas para o exemplo apresentado e os resultados apurados após cumprimento da atividade.

- Reavaliação e retroalimentação:

- Reavaliação e retroalimentação:
  - Importância:
    - Permite revisão do serviço prestado, produto ofertado, processo desenvolvido através do olhar do cliente.
    - Conhecer pontos positivos e pontos negativos norteiam as decisões e planejamentos futuros.
    - Valida a manutenção ou abandono de determinada ação.
    - Permite o crescimento e evolução das partes envolvidas.
    - Norteia os caminhos anteriormente traçados e os novos caminhos a serem seguidos.
    - Auxiliam para que o sucesso seja atingido.

☑ Nesta aula tratamos:

- O conceito de reavaliação e retroalimentação.
- Ciclo do PDCA.
- Apresentamos exemplos de um processo de avaliação e oportunidades de melhorias proporcionadas pelas informações obtidas através de feedback.
- Demonstrou-se os efeitos no plano de ação atual com proposições de melhorias futuras.
- Benefícios da utilização.

☐ Balanced ScoreCard.

# Balanced ScoreCard (Parte 1)

---

PROF.<sup>a</sup> NARLA ROCHA



## ☐ Balanced ScoreCard:

- Conceito.
- Objetivo.
- Perspectivas.
- Relação de Causa e Efeito.

- Conceito:
  - “Balanced Score Card (BSC) => indicadores balanceados de desempenho.
  - “Modelo de gestão estratégica que ajuda a medir o progresso da empresa de acordo com as metas estabelecidas. Esta metodologia traduz a estratégia em objetivos, indicadores, metas e iniciativas estratégicas. O objetivo é alinhar a estratégia com as atividades operacionais”.
  - Ferramenta de gestão usada para medir o desempenho da empresa.
  - Possibilita clareza na definição e comunicação da estratégia.

- Objetivo:
  - Alinhar o objetivo estratégico com as ações operacionais da organização.
  - Estratégia  $\Leftrightarrow$  ação.

- Perspectivas:
  - Os objetivos estratégicos são traduzidos em 4 perspectivas:
    - Financeira.
    - Do cliente (Mercadológica);
    - Processos internos;
    - Aprendizado e inovação.

- Perspectivas:
  - Oferecem uma visão de desempenho integrada.



- Perspectiva Financeira ( Econômico- Financeira):
  - Quais são os caminhos financeiros que se precisa para atingir o objetivo?
- Nesta perspectiva o planejamento deve considerar/contemplar:
  - Os objetivos e metas vinculados aos resultados financeiros.
  - Saúde financeira da empresa garantindo sucesso e cumprimento dos objetivos estratégicos.
- Exemplos:
  - lucro líquido, faturamento bruto, ebitda etc.

- Perspectiva do cliente:
  - Voltada para a satisfação do cliente em relação à empresa.
  - Esforços estão concentrados pensando no domínio do mercado.
  - Exemplos de indicadores voltados para a perspectiva do cliente:
    - Resultado de vendas;
    - Net Promoter Score;
    - Custo de captação do cliente

- Dos Processos Internos:
  - Funcionamento eficiente dos processos internos.
  - Envolve alinhamento entre as áreas, relacionamento com o cliente, cumprimento de prazos e acordo de nível de serviço (SLA).
  - Identificação de gargalos internos.
  - Eficiência dos processos internos.
  - Exemplo:
    - Acordo de nível de serviço (SLA);
    - Tempo médio de espera;
    - Logística.



- Aprendizado e crescimento:
  - Ligado ao crescimento e retenção do conhecimento;
  - Treinamento;
  - Turnover;
  - Retenção de colaboradores;
  - Engajamento de colaboradores.

- Relação de causa e efeito.



- Relação de causa e efeito/análise.
  - Colaboradores qualificados que buscam aprendizagem e crescimento conseguem entender e executar melhor suas atividades e definir adequadamente seus processos internos. Como consequência, o atendimento ao cliente é de alta qualidade, isto leva à satisfação, retenção e captura de novos clientes. Estas ações garantem a saúde financeira da organização.

- Ferramenta de execução:
  - <https://pt.webbsc.com>.

☑ Nesta aula apresentamos:

- Balanced ScoreCard.
- Conceito.
- Objetivo.
- Perspectivas.
- Relação de Causa e Efeito.
- Foi indicada uma ferramenta online para experiência prática e possibilitar melhor entendimento dos conceitos apresentados.

## □ Balanced ScoreCard:

- Demonstração de criação.
- Apresentação de um ambiente de demonstração com relatórios, painel de controle, KPI, metas e plano de ação.

# Balanced ScoreCard (Parte 2)

---

PROF.<sup>a</sup> NARLA ROCHA

## Nesta aula

☐ Demonstração.



- Demonstração prática: Criação.

☑ Nesta aula:

- Demonstração prática criação de BSC (mapa estratégico) contemplando as 4 perspectivas.

❑ Apresentação de ambiente demonstrativo completo contemplando:

- Mapa estratégico.
- KPIs.
- Painel de Controle.
- Análise.
- Relatórios.

# Balanced ScoreCard (Parte 3)

---

PROF.<sup>a</sup> NARLA ROCHA

❑ Apresentação de ambiente demonstrativo completo contemplando:

- Mapa estratégico.
- KPIs.
- Painel de Controle.
- Análise.
- Relatórios.

- Demonstração prática: Ambiente montado.

☑ Nesta aula:

- Apresentação de ambiente demonstrativo completo contemplando:
  - Mapa estratégico.
  - KPIs.
  - Painel de Controle.
  - Análise.
  - Relatórios

# Próxima aula

☐ Estudo de Caso.



# Fundamentos de organizações orientadas por dados

ORGANIZAÇÕES ORIENTADAS A DADOS

PROF.<sup>a</sup> NARLA ROCHA

# Estudo de caso – Netflix

---

PROF.<sup>a</sup> NARLA ROCHA

☐ Estudo de caso:

– Netflix.

- Netflix - Inovação presente no DNA – Data driven:
  - História:
    - Fundada em 29 de agosto de 1997.
    - Mito: Um cliente aluga o filme Apollo 13 na Blockbuster, esquece a data de devolução e paga uma multa de 40\$. Nome do cliente: Reed Hasting. Frustrado com o valor salgado da multa, cria um serviço de assinatura de DVDs. Objetivo, acabar com multas por atraso de entrega. Surge aí a Netflix. Já com o serviço diferenciado: “locação de filme com entrega a domicílio”.
    - Ano 2000 => oferece a empresa consolidada para a Blockbuster, que não se interessa.

- Netflix - Inovação presente no DNA – Data driven:
  - História:
    - 2007 => Empresa está popularizada e paralelamente ocorre o aumento da velocidade da internet. Lança transmissão de filme online (Streaming) => surge um modelo de negócio inovador.
    - 2010 => Blockbuster vem a falência . Netflix continua alavancando.

- Netflix - Inovação presente no DNA – Data driven:
  - Mantendo um perfil inovador e respeitando sua riqueza de dados constituídos ao longo da sua trajetória, a empresa expande seus negócios e se torna conhecida para produtora de séries de sucesso como:
    - House of cards.
    - Stranger Things.
    - Demolidor etc.

- Netflix - Inovação presente no DNA – Data driven:
  - Julho de 2018, a Netflix contava com 130 milhões de assinantes de streaming.
  - Uma base de dados substancial que permite reunir oportunidades de informações e insights para tomar melhores decisões e melhorar a experiência dos usuários.

- Netflix e uso dos dados:
- Experiência do usuário (comportamento de navegação):
  - Ao assistir um conteúdo, o usuário:
    - Volta alguma cena.
    - Avança para final ou determinado ponto.
    - Pausa em um ponto determinado.
    - Fornece data e hora exatas da utilização dos serviços.
    - É possível apurar qual dispositivo está sendo utilizado => indica o hábito do usuário.



- Netflix e uso dos dados:
- Experiência do usuário:
  - Classificação do conteúdo (cerca de 4 milhões por dia).
  - Botão de gostei e não gostei (cerca de 3 milhões por dia).

- Netflix - Inovação presente no DNA – Data driven:
  - Algumas conjecturas:
  - Envolvimento dos usuários com a série ofertada:
    - Qual percentual de usuários que concluíram uma determinada série que estavam assistindo?
    - Ex.: Quantos usuários que iniciaram a série “House of Cards” 1ª temporada foram até o final? 80%?
    - O que fizeram os outros 20%?
    - Qual foi o ponto de corte comum?
    - Qual foi o intervalo entre um episódio e outro?

- Netflix - Inovação presente no DNA – Data driven:
  - Algumas conjecturas:
  - Envolvimento dos usuários com a série ofertada:
    - Se o índice de aceitação foi alto, vale a pena lançar uma nova temporada?
  - E com relação aos filmes? A Netflix sabe quando os créditos começam.
    - Por que? Para saber o que o usuário faz após os créditos : deixam o aplicativo ou voltam a navegar?
    - Os algoritmos de personalização podem prever com precisão o que os usuários irão assistir após iniciar os créditos. => Recomendações de filmes.

- Netflix - Inovação presente no DNA – Data driven:
  - Algumas conjecturas:
    - Se os usuários deixam de navegar após o término de um filme?
      - Poderia indicar um percentual de uso do aplicativo baixo e aumento de chance de cancelamento da assinatura?
      - Assistir a quantos conteúdos é suficiente para que não ocorra a assinatura?
        - Ex.: 20 horas de conteúdo assistido por mês reduz em qual percentual a probabilidade de cancelamento?

- Netflix - Inovação presente no DNA – Data driven:
  - Algoritmo de recomendação:
    - É parte do processo de integração da Netflix.
    - Novos usuários classificam o interesse em gêneros dos filmes e nos filmes assistidos => ajuda a identificar novos filmes e programas e ofertar ao usuário.
  - Melhora a experiência do usuário, atende ao desejo de forma imediata e garante o sucesso.

- Netflix - Inovação presente no DNA – Data driven:
  - Stranger Things.



- Netflix - Inovação presente no DNA – Data driven:
  - Stranger Things:
    - Identificou-se que grande parte dos assinantes assistiam conteúdos que referenciavam aos anos 80:
      - ET, Alien, Carrie, Poltergeist, Goonie, Contatos imediatos de terceiro grau.
      - Série: Além da imaginação => alto número de visualizações e avaliações positivas.
    - Identificou-se através dos dados que a chance de sucesso numa série produzida que misturasse os clássicos do cinema dos anos 80 era muito alta.

- Netflix - Inovação presente no DNA – Data driven:
  - Stranger Things/Criação dos personagens:
  - A escolha dos atores Winona Ryder e Mathtthew Modine, através da avaliação de filmes de sucesso em que atuaram.
  - A escolha dos personagens baseou-se em estudos de cada detalhe, garantindo que, os personagens iriam tocar as pessoas de alguma forma, de acordo com a personalidade de cada usuário.



- Netflix - Inovação presente no DNA – Data driven
  - Stranger Things/ abrangência do público:
    - Para uma pessoa de 40 anos, a série irá fazê-la recordar de sua infância.
    - Uma pessoa de 60 anos, recordará da infância dos seus filhos.
    - Um adolescente ou uma criança : conteúdo retrô.

- ☑ Estudo de caso – Netflix.

- ☒ Estudo de caso – Seleção alemã.

# Estudo de caso – Seleção alemã

---

PROF.<sup>a</sup> NARLA ROCHA

# Nesta aula

☐ Estudo de caso:

– Seleção alemã.

- Selecção alemã e o uso de dados:



- Seleção alemã e o uso de dados:
  - Coleta e análise de dados para melhorar o desempenho dos jogadores e geração de insights.
  - Uso de câmeras para rastrear o movimento dos jogadores e assim adquirir os dados de análises. Milhões de pontos de dados por minuto.
  - Geração de simulações e gráficos com acesso por dispositivos móveis.

- Seleção alemã e o uso de dados:
  - Toda informação gerada por uma partida ou nos treinamentos são utilizadas pelos técnicos ou preparadores físicos, para entender o cenário e melhorar performance.
- Melhorias:
  - Verificar organização tática;
  - Precisão de chute;
  - Posse de bola apurado: 3.34 segundos para 1.1 segundos = 310%;
  - Precisão de passe etc.



- Seleção Alemã e o uso de dados:
  - Resultado obtido : Campeã da copa de 2014.



- ☑ Estudo de caso – Seleção alemã.