Inteligência da Informação e o futuro dos modelos de negócios

Luis Carlos Nacif (*)

Verdadeiros impérios corporativos vêm perdendo espaço no mercado para empresas que baseiam seus modelos de negócios na inovação, agilidade e uso das novas tecnologias, como cloud computing, Big Data, Inteligência Artificial (I.A.) e robotização - as chamadas Startups

Só que por trás dessas companhias consideradas inovadoras, o que mais chama a atenção não são os seus meios de produção, mas como as informações corporativas, geradas a partir de cada processo interno ou externo – independente da área, finalidade ou complexidade -, são utilizadas para aprimora-los.

Por meio de ferramentas de Business Intelligence (B.I.), integradas às tecnologias aplicadas nos negócios para coleta desses dados, somadas a equipes de profissionais especializados em Analytics (análises e raciocínio sistemático para tomadas de decisões muito mais eficientes), essas empresas estão conseguindo obter diferenciais competitivos, como em relação à rapidez e assertividade em operações-chaves de atendimento ao consumidor, monitoramento de transações financeiras, marketing e até seleção de funcionários.

Em outras palavras, a disrupção desse modelo de negócios está diretamente ligada à capacidade de aplicar inteligência às informações corporativas, seja para prestar um atendimento diferenciado para um cliente insatisfeito a fim de mudar sua opinião, ou definir um perfil de colaborador que seja ideal para determinada atividade. Dessa forma, cria-se uma metodologia de Inteligência da Informação (I.I.), voltada à geração de oportunidades ao mesmo tempo em que busca a solução de deficiências em toda a cadeia produtiva, com margens mínimas de erros.

Diante desse cenário, muitas empresas já consolidadas em seus segmentos, mas que não possuem uma cultura orientada à utilização dos dados para alavancar os resultados de negócios, precisam se reinventar para acompanhar a revolução que a I.I. está promovendo em todas as áreas do mercado. Afinal, não dá para ficar parado, ou corre-se o risco de se tornar obsoleto e perder Market share para concorrentes mais jovens, como aconteceu nos casos das empresas Uber e Nubank, por exemplo, que viraram de ponta-cabeça os segmentos em que atuam em pouco tempo.

Mas, apesar de imprescindível, essa mudança não é uma tarefa fácil. Uma empresa que quer se tornar expert em I.I. tem que passar pela cultura do uso de dados que evolve: colocar em prática conceitos e tecnologias de TI avançadas para coleta, organização, análise, compartilhamento e monitoramento de informações que oferecem suporte a gestão de negócios; contratar e capacitar a mão de obra; e principalmente, estudar e entender o que essa transformação significa para cada processo, cliente, operação, etc..

Só assim essas companhias serão capazes de pensar e focar no desenvolvimento rápido de produtos e serviços, como uma startup, e sobreviver a esta era de inovação tecnológica, social e profissional sem precedentes que está acontecendo neste exato momento em todo o mundo.

Agora, caso a I.I. seja uma realidade muito distante, contar com um parceiro que já tenha experiência na entrega de inteligência aos processos corporativos, que domine a análise de informações e que possa atender todas as demandas de infraestrutura de TI que esse novo modelo exige, é solução mais indicada para ajudar percorrer sem sustos essa jornada revolucionária.

(*) É diretor-presidente da Microcity.

News @TI

FCamara abre vagas para Programa de Formação remunerado

@Para profissionais que estão no início da carreira e em busca de novas oportunidades, a FCamara, empresa brasileira de TI com foco em transformação digital, considerada a 8ª melhor empresa para crescer na carreira em São Paulo, está com inscrições abertas para o seu Programa de Formação. O programa é presencial, remunerado e com a possibilidades de efetivação. As vagas são para profissionais engajados, dinâmicos e com visão inovadora, que desejam atuar nas áreas de Design, Desenvolvimento e Automação de Software. O candidato deve preencher o formulário de inscrição disponível no site da empresa. As inscrições podem ser feitas até a próxima segunda feira, dia 20/08 (http://bit.ly/programa-formacao-fcamara).

MODIAX realiza campanha que concede crédito em bitcoins para seus clientes

@A MODIAX, corretora de ativos digitais, lança, nesta quinta-feira, 16, uma campanha para os clientes da sua plataforma para beneficiá-los com créditos em bitcoins. Os 100 primeiros investidores que depositarem um valor acima de R$500, automaticamente, ganharão um crédito de R$50 em bitcoins em sua conta MODIAX. Os valores serão disponibilizados em até 72 horas após o depósito inicial para adesão. A ação é a continuação de uma série de campanhas que estão sendo realizadas pela empresa desde o seu lançamento, que começou isentando, até 4 de outubro, as taxas de trade para ordens realizadas na corretora, com o objetivo de alcançar um alto volume de transações para a plataforma e atrair a atenção da comunidade de criptomoedas (https://www.facebook.com/notes/modiax/regulamento-distribui%C3%A7%C3%A3o-btc-modiax/320188218525351/).

Aplicativo ajuda PMEs a profissionalizar gestão com baixo custo

@Segundo dados da consultoria Hands On Solution, empresas perdem cerca de 8% do seu faturamento em fraudes e desvios todos os anos, e o reembolso de despesas é um dos principais gargalos de dinheiro. Por essa razão, muitos empreendedores têm usado a tecnologia como aliada, buscando aplicativos que otimizem esses processos. Os apps têm o objetivo de ajudar a rotina do gestor, seja na produtividade, prevenção de fraudes, reembolsos de colaboradores ou administração do tempo. Atualmente, as pequenas e médias empresas acham imprescindíveis os usos dessas ferramentas e optam pelas quais oferecem valores mais atrativos. Um exemplo é o VExpenses (www.vexpenses.com) que, além de otimizar a gestão das empresas, tem fácil acesso e ótimo custo-benefício - sendo recomendável para empresas de todos os tamanhos e com colaboradores que variam de 5 pessoas, até as maiores corporações. O app já tem mais de 15 mil usuários cadastrados - cerca de 200 empresas do Brasil todo - e resolve o problema da prestação de contas entre as empresas e colaboradores – economizando tempo.

A Internet das Coisas vai Matar (ainda mais) sua Privacidade?

Já parou para pensar que seu carro, agora equipado com um computador de bordo, pode ser invadido por um hacker? E seu coração? Será que também não está sujeito a um ataque cibernético caso você seja usuário de um monitor cardíaco? Acha que é ficção? Então, caso não tenha ficado sabendo, começo este artigo relatando dois casos verídicos.

Omarson Costa (*)

Há 3 anos a Fiat Chrysler Automobiles convocou 1,4 milhão de proprietários do Jeep Cherokee depois que hackers conseguiram assumir o controle do motor, dos freios e da direção do veículo através do seu sistema de conectividade. Já imaginou o estrago que poderiam fazer caso colocassem alguma maldade em prática?

Mais assustador ainda foi o recall da Abbott, que se viu obrigada a notificar a FDA (Food and Drug Administration) ao descobrir que 465 mil portadores de marca-passo poderiam correr risco de morte por conta de vulnerabilidades de segurança nos seus aparelhos. Por sorte não foi preciso retirar e recolocar o equipamento, bastando apenas fazer uma atualização do firmware em 3 minutos.

Até pouco tempo nossa maior preocupação era se o antivírus do computador estava atualizado. Não damos atenção nem mesmo aos nossos celulares, que ao se tornarem inteligentes passaram a ser tão ou mais perigosos do que os PCs. Eu mesmo já fui vítima de um ataque ao meu smartphone. Só que agora, leitor, o risco está em toda parte – no voicebot, na geladeira, na cafeteira, na babá-eletrônica, nas câmeras de segurança, na TV, no smartwatch e outros wearables ou em qualquer outro device dotado de Wi-Fi. Imagine se toda sua casa espionasse todos os seus hábitos compartilhando todos os seus dados pela internet ? Pois isto já está acontecendo.

A partir de hoje, caro leitor(a), o único jeito de se manter seguro é voltar ao tempo das cavernas.

Por que? Ora, basicamente porque tudo estará cada vez mais conectado, monitorando e trafegando seus dados pessoais até mesmo enquanto está dormindo. Onde você esteve, com quem, o que comeu e bebeu, qual filme assistiu, que horas foi pra cama e qual será sua agenda do dia seguinte.

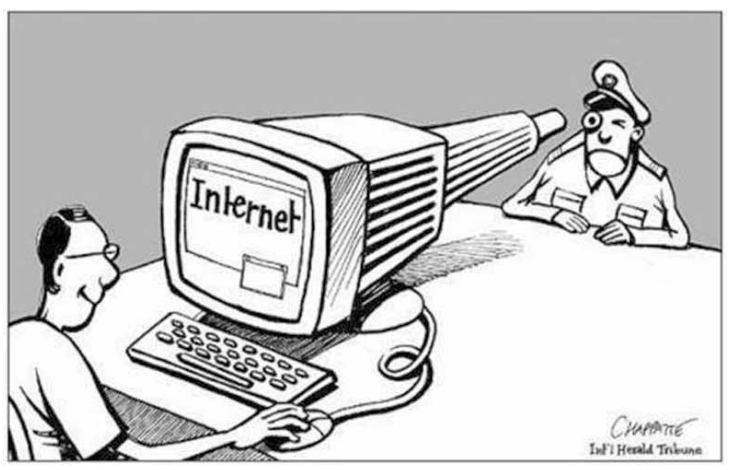
Se acha que sua vida está sendo exposta apenas nas redes sociais ou enquanto navega pela Web, é bom ficar atento. O rápido desenvolvimento e adoção da Internet das Coisas, um mercado que deverá girar US$ 11,1 trilhões em 2025, segundo o McKinsey Global Institute, irá, em outras palavras, exterminar nossa privacidade. Ou se preferir ter uma visão mais otimista, podemos dizer que a nossa privacidade será compartilhada (mesmo quando você não deseja compartilhar).

O volume de dados trafegados por minuto na Internet é assombroso. Segundo levantamento da Visual Capitalist, a cada 60 segundos são realizados 900 mil logins no Facebook; 4,1 milhões de vídeos são assistidos no YouTube; 46.200 fotos são postadas no Instagram; 452 mil tweets são publicados e 3,5 milhões de buscas são feitas no Google. Dá pra imaginar a quantidade de informações recolhidas na nuvem antes mesmo de eu terminar de escrever este parágrafo?

Não à toa a IoT é hoje pauta das maiores empresas de tecnologia do mundo. Amazon, Google, Ericsson, Apple, Samsung; todas elas desenvolveram plataformas para conectar suas coisas ou, melhor dizendo, sua vida, dando à luz ao que eu chamo de Estado 3.0, uma evolução do Estado que até então era o único a catalogar os dados pessoais dos cidadãos.

Historiadores dão conta de que o primeiro documento de identidade legalmente reconhecido foi criado pelo rei Henry V, da Inglaterra, em 1414. Até a Primeira Guerra Mundial a maioria das pessoas não tinha um documento de identificação. O uso de fotos nos passaportes e RGs só se tornou comum no início do século XX. Atualmente, os documentos eletrônicos de alguns países já incluem informações biométricas, como reconhecimento facial e de íris.

No Brasil, apenas por curiosidade, o primeiro RG foi emitido em 1907 para Edgard Costa, que era presidente do Gabinete de Identificação e Estatística da Polícia do Distrito Federal.



Fonte: Algosobre

No século XIX praticamente nada era documentado no Brasil, cabendo à Igreja o registro de casamentos e óbitos.

E foi a partir daí que nossa privacidade nunca mais foi a mesma.

No Estado 1.0, pré-Internet, fomos obrigados, como somos até hoje, a emitir documentos (No Brasil temos o RG, CPF, CNH e tantas outras certidões) que nos identificam e asseguram nossa existência dentro de um País delimitado geograficamente. Cada Estado reúne informações apenas de seus cidadãos considerado nativos sob suas leis e algumas informações sobre os estrangeiros residentes ou em trânsito. Para sermos alguém perante o Estado, somos forçados a ter nossos registros e, para usufruirmos dos serviços públicos, pagamos os impostos.

O Estado 2.0 nasceu com o SixDegrees, a primeira rede social, que foi seguido por tantas outras como o Friendster, MySpace, Orkut, derrubando as fronteiras físicas entre os países e coletando informações de todos os cidadãos ao redor do mundo. Nosso perfil no Facebook pode ser visto em qualquer lugar do planeta, com exceção, claro, em países onde o acesso a Internet é controlado. No caso das redes não somos compelidos a criar nossas páginas, mas se quisermos fazer parte o preço é nossa privacidade. Ninguém mais se ilude. O Facebook, o Twitter, o Instagram; todos sabem (quase) tudo sobre nós.

A Internet das Coisas veio inaugurar o Estado 3.0 e com ela, não custa reforçar o alerta, nossos dados passaram a ser capturados 24x365 (24 horas, 365 dias por ano) e por toda parte, querendo você ou não. Sua casa, seus eletrodomésticos e eletrônicos, seu carro, seu relógio, tudo que está ou um dia estará conectado na nuvem será o Big Brother da sua vida real.

Neste novo "Estado interconectado" não há mais fronteiras e praticamente não haverá mais nada que os fabricantes de "coisas" não possam saber sobre você. E todas estas informações ao seu respeito, tenha certeza, serão monetizáveis por estas empresas com a venda de publicidade, produtos e serviços. É assim que elas sobrevivem.

Portanto, sinto informar, não tem mais jeito: se quiser garantir sua privacidade puxe todos os cabos da tomada.

O nascimento do Estado 3.0, sem fronteiras, trouxe uma disruptura que acabou suscitando discussões calorosas no universo do Direito. Afinal, se nos tornamos cidadãos digitais do mundo quem irá nos proteger do uso inapropriado de nossos dados? Como legislar um país sem fronteiras? Como iremos garantir nossa privacidade no futuro? Ou teremos que nos conformar com o fim da vida privada?

O primeiro e mais importante passo para tentar barrar o avanço das "coisas" sobre nossos dados pessoais foi dado pela União Europeia com a entrada em vigor, em maio passado, da GDPR (General Data Protection Regulation), que impôs uma série de restrições às empresas na coleta e uso das informações de seus clientes e usuários. As pessoas já podem, por exemplo, pedir que seus dados sejam removidos. Outra exigência é que os menores de 16 anos precisam do consentimento expresso dos responsáveis para usar serviços digitais. Em caso de descumprimento as empresas poderão pagar multas de até 4% do faturamento total anual.

A nova lei europeia acionou uma corrida mundial das empresas de tecnologia para se adequarem às novas regras e vários países estão formulando novas leis. Nos Estados Unidos, o Governo da Califórnia referendou uma nova lei de privacidade que irá obrigar as empresas que armazenam informações pessoais, como o Google e o Facebook, a revelar detalhes sobre os dados que coletam e a garantir aos consumidores o direito de não ter seus dados vendidos. O governo de Trump também vem realizando seguidas reuniões com empresas do setor para discutir leis federais. Aqui no Brasil, o presidente Temer deve assinar até o final de agosto o projeto de lei PLC 53/2018, que irá disciplinar a proteção aos dados pessoais.

O terremoto recente nas gigantes de tecnologia depois da revelação do uso inapropriado dos dados dos usuários, como no escândalo da Cambridge Analytics, acendeu o sinal amarelo, pra não dizer vermelho. No fechamento deste artigo, as ações do Facebook e do Twitter continuavam a cair. Os acionistas estão desconfiados, e com razão, que o aperto no uso das informações colocará em questionamento o modelo de negócios das redes sociais. Não é coincidência que Zuckerberg criou um setor totalmente dedicado à questão da privacidade. Google, Apple e Amazon também anunciaram uma série de medidas para assegurar maior privacidade.

Mas não se enganem! Sua privacidade estará sendo vigiada a toda hora, em qualquer lugar. A menos que queira se tornar um eremita, não há mais como se esconder na era do Estado 3.0. Mas acredito que ninguém mais consegue viver sem dar aquela espiadinha no WhatsApp, não é mesmo?

(*) É formado em Análise de Sistemas e Marketing, tem MBA e especialização em Direito em Telecomunicações. Em sua carreira, registra passagens em empresas de telecom, meios de pagamento e Internet.