

## Big Data e o futuro da construção civil

Wanderson Leite (\*)

Tecnologia e construção civil sempre caminharam lado a lado

Dominar técnicas, ferramentas, materiais e equipamentos possibilitou à humanidade expandir fronteiras, melhorar a infraestrutura das cidades e a qualidade de vida da população – isso sem falar nas grandiosas obras arquitetônicas que impressionam o mundo com suas belezas. Com o passar do tempo, essa ligação entre tecnologia e construção civil foi se tornando cada vez mais próxima, de modo que hoje é impossível dissociá-las.

A inovação é sempre o objetivo do setor, que vê como resultado a melhora da qualidade de materiais de construção, equipamentos mais precisos e a otimização de tempo e recursos que resultam na redução do custo das obras. Historicamente, a construção civil sempre agiu como um forte motor da economia. A Revolução Industrial, na Inglaterra do século 18, só foi possível devido ao acúmulo de capital e a situação geográfica do país, com fácil acesso às mais importantes rotas de comércio internacional.

Sem a construção de vários portos ao longo do território, nada disso teria sido possível. No Brasil, podemos citar como exemplo a economia cafeeira, no início do século 20, que surgiu com a expansão das ferrovias, especialmente no Oeste Paulista. No século 21, o que despontou como o maior interesse das empresas, independentemente do porte ou mercado de atuação? Dados, informações. Com eles, fica mais fácil estudar estratégias, entender as demandas dos clientes, criar perfis de usuários, expandir marcas e muito mais.

Não à toa, países em todo o mundo vêm desenvolvendo legislações específicas para esse tipo de assunto – no Brasil, por exemplo, entrou em vigor recentemente a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados). A construção civil é um setor que ainda não se conscientizou da quantidade de da-

dos que produz. E, muitas vezes, essas informações estão concentradas nas maiores empresas, perpetuando um ciclo de domínio no mercado que impede as menores de crescer. Mas, com acesso a informação, isso pode mudar.

É assim que ganha destaque a tecnologia Big Data, capaz de compilar uma grande quantidade de dados, gerar relatórios, criar estatísticas e fazer previsões. Imagine que uma empreiteira está construindo um edifício comercial em determinada região. É interessante para ela saber quais as lojas de materiais de construção mais próximas e com produtos a melhor preço – da mesma forma, o varejo local tem interesse em saber qual a demanda dessa construção, que materiais precisa etc.

Note como vários fatores podem influenciar nessa compra: valores, prazos, quantidade de materiais disponível a pronta-entrega, condições de pagamento. Mas só é possível tomar a melhor decisão para o projeto quando se tem as informações mais apuradas sobre as ofertas. Isso precisa estar na palma da mão, disponível com apenas alguns cliques. Ninguém mais espera ter que sair de casa para fazer orçamentos, e alguns telefonemas podem ser evitados se as informações forem de fácil acesso.

Se levarmos em consideração a crise econômica em que o Brasil se encontra, torna-se ainda mais necessário garantir assertividade aos investidores: o negócio será o mais barato, eficaz e com a melhor qualidade do que você encontrará no mercado – tudo isso com base em dados.

É por isso que acredito no Big Data como futuro da construção civil. Com mais informações, o setor se torna mais democrático para lojistas de todos os portes, empresas fecham os melhores negócios e a economia acelera em um momento crucial. No fim, todos saem ganhando.

(\*) - Fundador das empresas ProAtiva, app de treinamentos corporativos digitais, e ASAS VR, startup que leva realidade virtual para as empresas, é CEO da Prospecta Obras (www.prospectaobras.com.br).

## Erros no atendimento é o principal motivo para perda dos clientes

Já ouviu falar que a primeira impressão é a que fica? Pelo menos quando se fala em atendimento ao cliente, essa história é verdadeira

O atendimento, geralmente, é o primeiro contato que o cliente tem com alguém dentro da empresa e, nesse momento, causar uma boa impressão é essencial para manter o relacionamento e atraí-lo para realizar a primeira compra e depois ter vontade de voltar.

Porém, muita gente imagina que apenas “ser educado” é suficiente para isso. Na realidade, esse é apenas um dos variados pontos necessários para entregar o atendimento que seu cliente realmente precisa. De acordo com Aline Oneda (\*), especialista em marketing, todas as empresas devem ter em mente que os responsáveis pelo atendimento estão ali para demonstrar atenção e autoridade para o seu público.

“Quando alguém procura um serviço ou produto, ele precisa confiar que a empresa vai entregar o que ele precisa. Então, se por acaso o colaborador demonstra dúvidas ou indiferença, o cliente não terá essa confiança necessária e, na maioria das vezes, decisiva para fechar negócio”, afirma. Além disso,



Nem só de primeiras impressões e esclarecimento de dúvidas vive um bom atendimento.

é preciso pensar também que o atendimento não se trata apenas de uma ocasião. “Mesmo após o cliente adquirir o produto, ele precisa se sentir confiante para voltar caso seja necessário. A empresa precisa estar à disposição para tirar dúvidas e atender com a mesma paciência e autoridade após a compra”, acrescenta.

E nem só de primeiras impressões e esclarecimento de dúvidas vive um bom atendimento. Essa é uma peça chave de qualquer empresa que envolve diversas funções. Aline declara que um dos principais erros está

exatamente em não saber de tais funções. Por isso, a especialista separou uma lista dos principais pontos que merecem atenção. Confira:

- **Colaboradores não podem ser robôs:** sabe quando todas as respostas parecem estar em um roteiro e os funcionários apenas repetem cada fala quando necessário? Um bom atendimento jamais deve fazer isso. O correto é oferecer soluções personalizadas e conversar verdadeiramente com o cliente. Ele precisa se sentir acolhido e especial dentro da empresa, seja

presencialmente ou na internet.

- **Mesmo que o cliente não feche negócio, ele precisa continuar se sentido importante:** em muitas ocasiões, o cliente pode desistir da compra por diversas razões, como imprevistos financeiros, por exemplo. Porém, isso não quer dizer que ele deve ser esquecido. Mesmo que o negócio não seja fechado, garanta meios de voltar a falar com esse cliente, lembre a ele que sua empresa está lá para quando for viável, mas, claro, sem exageros, pois isso também pode afastar de vez o consumidor.
- **Pesquise a satisfação:** outro ponto importante é sempre saber o que o cliente achou do atendimento após finalizá-lo. Faça uma breve pesquisa e veja os pontos que podem melhorar segundo a sugestão dos clientes.

(\*) - É publicitária, especialista em marketing e encantamento do cliente (https://www.instagram.com/alineoneda/).

## Benefícios da Inteligência Artificial integrada ao marketing

Pablo Lemos (\*)

A Inteligência Artificial (IA) vem em constante crescimento nas diversas áreas da sociedade e dentro das empresas não tem sido diferente. Um relatório da MIT Technology Review, produzido em 2020, revela que mais de dois terços das empresas latino-americanas já estão usando a IA e a maioria têm conquistado bons resultados. Esse sistema também tem sido cada vez mais usado em estratégias de marketing.

Essa integração pode ajudar as empresas em todas as etapas de seus esforços de marketing. Muitos supermercados, por exemplo, estão usando IA para entender qual posicionamento de produtos nas gôndolas geram mais vendas. Da mesma maneira, e-commerce estudam cada clique de seus usuários para descobrir como oferecer melhor os seus serviços e aumentar as taxas de conversão.

De maneira geral, a inteligência artificial vai ajudar as empresas a encontrar padrões e “pontos de encontro” entre seus serviços e a demanda de seus consumidores, pois quanto maior a quantidade de



Essa integração pode ajudar as empresas em todas as etapas de seus esforços de marketing.

dados organizados alimentando os algoritmos, mais aprendizados as empresas terão sobre esse funcionamento. Seu uso está cada vez mais popular e acessível. Plataformas como Google e Facebook já usam robustos algoritmos para encontrar padrões e oferecer o melhor anúncio para o usuário mais inclinado a converter.

Outro benefício é encontrar direções para estratégias que seriam impossíveis sem o uso da tecnologia. Atualmente, é impossível analisar a

vasta quantidade de dados gerados na relação com os clientes, onde apenas algoritmos avançados de IA serão capazes de perceber. Normalmente, as pessoas se assustam quando dão de cara com um anúncio relacionado a um tema que tenha comentado há pouco tempo.

Geralmente, dizem que o telefone está ouvindo as conversas para ser tão preciso com a comunicação, mas isso nada mais é do que o machine learning comportamental atuando e entendendo seus padrões de consumo melhor do que você mesmo. Então, para que as empresas sejam bem sucedidas é importante começar aos poucos. Organização de dados e mapeamento de campanhas é essencial, além disso, contato com parceiros certos pode ajudar.

Desconfie de empresas que prometem a resolução de todos os seus problemas com IA. Esse é o futuro, mas precisamos de bons navegadores para explorar esse novo mundo.

(\*) - É CTO do AdClub, formado em publicidade pela Universidade Federal Fluminense. Fundou a Cabana Criação, com a qual conquistou dois leões de Cannes, atendendo clientes como Bob's, CCAA e Anistia Internacional.

## SP concentra melhores cidades para envelhecer no país

Um indicador elaborado pelo Instituto de Longevidade Mongeral Aegon aponta que o estado de São Paulo concentra a maior parte das cidades do Brasil onde há melhores condições de vida para idosos. Chamado de Índice de Desenvolvimento Urbano para Longevidade (IDL), o indicador considera dimensões como cuidados de saúde, bem-estar, finanças, habitação, educação e cultura, além de indicadores gerais de desemprego, expectativa de vida e violência.

A pesquisa selecionou as mil cidades mais populosas do Brasil e as separou em dois grupos: as 300 maiores e as 700 menores. Devido à falta de dados disponíveis para as análises comparativas, o número de cidades avaliadas caiu de mil para 876, sendo 280 cidades maiores e 596 menores. Para cada grupo, então, foi elaborado um ranking, e o resultado mostra que, em ambos os casos, as dez primeiras posições são ocupadas majoritariamente por cidades paulistas.

Entre as maiores cidades, São Caetano do Sul e Santos lideram a lista, que tem ainda São Paulo na quarta posição, Atibaia, na oitava, Catanduva, na nona, e Americana, na décima. Fora essas, Porto Alegre aparece na terceira posição, Florianópolis, na quinta, Niterói, na sexta, e Rio de Janeiro, na sétima. Já entre os municípios menores, os nove primeiros são cidades paulistas: Adamantina, Vinhedo, Lins, São João da Boa Vista, Itapira, Tupã, Fernandópolis, Votuporanga e Dracena. Esteio, no Rio Grande do Sul, completa o top 10.

O diretor executivo do Instituto de Longevidade Mongeral Aegon, Henrique Noya, avalia que as cidades mais bem posicionadas da lista não necessariamente são as que têm mais dinheiro disponível para investir. “Passa por uma questão de bom uso dos recursos, mas também pelo foco por naquilo que a gente considera importante para promover qualidade de vida”, afirma ao ponderar que algumas cidades podem ser consideradas



Entre as maiores cidades, São Caetano do Sul e Santos lideram a lista, que tem ainda São Paulo na quarta posição.

bons exemplos em alguma dimensão específica, apesar de terem uma colocação menos destacada no ranking geral.

“Não existe uma cidade perfeita nos sete indicadores. Elas sempre têm alguma coisa para melhorar em algum ângulo”. Um exemplo é São Caetano do Sul, que ocupa a primeira posição no IDL entre as cidades grandes, mas fica na 50ª

quando é considerada apenas a dimensão Cuidados de Saúde. Já Campo Largo, no Paraná, que lidera essa dimensão, foi classificada na 113ª posição do ranking geral. As listagens completas de cada dimensão e do ranking geral do IDL podem ser conferidas no site da pesquisa.

As desigualdades regionais do país se apresentam também na lista de

melhores locais para envelhecer: tanto o top 20 de cidades grandes quanto o top 40 de cidades pequenas não incluem municípios do Norte, Nordeste ou Centro-Oeste. Apesar disso, cidades dessas regiões que aparecem nas listas específicas de algumas dimensões. Ilhéus, na Bahia, e Bayeux, na Paraíba, estão entre as melhores no quesito Moradia e Habitação, e Ji-Paraná, em Rondônia, é uma das que se destaca em Cultura e Engajamento.

Henrique Noya lembra que o envelhecimento populacional é uma realidade no país e defende que o tema esteja presente nas eleições municipais deste ano. “É muito importante levar essa questão da mudança demográfica para todos os palanques. Na verdade, a gente vive em cidades e não no país. O núcleo principal da nossa vida é a cidade em que a gente vive”, afirma ele. “Uma cidade que está preparada para oferecer qualidade de vida a uma população com mais idade, está muito preparada para oferecer isso a qualquer idade”.