

O papel do CDO na era da jornada de dados

Dossiê **Orange Business Services**



**Business
Services**

A transformação digital conduziu os negócios a um universo onde a informação circula em variedade e quantidade nunca vistas. Saber fazer uso desse ativo é uma vantagem competitiva e, em breve, será questão de sobrevivência. Porém, mesmo com farta tecnologia à disposição, as empresas ainda passam longe de fazer o melhor uso dos dados.



A cultura de dados é pouca e o mindset dos líderes para tomar decisões a partir de analytics é muito estreito”

Luis Lobão,
conselheiro empresarial

Saiba mais

“A cultura de dados é pouca e o mindset dos líderes para tomar decisões a partir de analytics é muito estreito. As empresas que começam a se preocupar com essa cultura se valem de dados no desenho de produto, na estratégia de go-to market, mas o processo ainda é muito incipiente”, avalia o conselheiro empresarial Luis Lobão. Para ele, ainda predomina a “mentalidade de Excel” e uma das razões para isso é a falta de uma liderança que traga essa mentalidade ao negócio e seja capaz de educar a empresa para o uso de dados.

É aí que a figura do CDO (Chief Data Officer) ganha relevância. Praticamente inexistente no universo corporativo no início do século, esse profissional foi ganhando espaço e valor nas empresas conforme a Internet das Coisas (IoT) e a web 2.0 evoluíam e se consolidavam como elementos indispensáveis da vida cotidiana.

“Essa virada começou quando o everything as a service chegou com força. Isso fez com que a tecnologia se tornasse uma commodity. Uma coisa é ter a tecnologia e os dados, outra é ter a informação estratégica, que exige um profissional dedicado ao negócio. Hoje, há um enorme volume de dados sendo gerado e é preciso ter uma arquitetura em que eles sejam cruzados e estejam estruturados de forma acessível. Esse é o papel do CDO”, explica

Leandro Tonon, que acumula as funções de CIO e CDO nas operações chilenas da Fonterra, multinacional australiana do setor de leite e derivados.

Tonon acredita que o profissional de dados deve ter um conhecimento do negócio tão profundo quanto o das ferramentas técnicas e da lógica



“Hoje, há um enorme volume de dados sendo gerado e é preciso ter uma arquitetura em que eles sejam cruzados e estejam estruturados de forma acessível”

Leandro Tonon,
da Fonterra

Saiba mais

digital, além de ter uma sólida capacidade de liderar. Isso porque a informação é mais que um simples dado: é preciso obtê-la e analisá-la de forma rápida e confiável, com uma mentalidade que desafia a lógica convencional.

“Nossa cultura nunca prestigiou muito os dados. Podemos implantar BIs (Business Intelligence), mas acabamos fazendo reuniões sem dados; implantamos CRM, mas seguimos orientados aos processos e não ao cliente”, afirma Luis Lobão. Por isso o CDO precisa assumir a responsabilidade de influenciar a cultura corporativa.

A tarefa não é fácil. Exige investimento em treinamento, talvez maior do que o aplicado em ferramentas tecnológicas. Mas, em um mundo cujos hábitos foram impactados pelos efeitos da pandemia da Covid-19 e com toda a aceleração da transformação digital subsequente, torna-se inviável protelar tais investimentos.

“O mundo está valorizando esse profissional. Claro que alguns países estão mais avançados. Na América Latina, vejo que cada região tem uma velocidade diferente e acho isso natural, pois as culturas são distintas. Mas acredito que todos os segmentos de negócios já se deram conta de que a informação e, conseqüentemente, o CDO têm um papel crucial”, finaliza Tonon.

A Jornada de Dados segundo a Orange Business Services:



1. Coleta

Informações são obtidas de diversas maneiras, das trocas de conhecimento realizadas entre as pessoas, dentro ou fora da empresa, passando pelo uso de aplicações, como redes sociais, até a Internet das Coisas (IoT).



2. Transporte

Os dados precisam chegar até as empresas, tarefa que torna indispensável a conectividade, via redes 4G e 5G, conexões via satélite, SD-WAN e WiFi 6.0, entre outras soluções.



3. Armazenamento e Processamento

Uma vez na empresa e garantidas a segurança, a disponibilidade e a confiança, os dados são colocados na nuvem.



4. Análise

Aplicando princípios de Data Science, o que significa um conjunto de metodologias e softwares (Big Data e Analytics), é possível agrupar e encontrar padrões nos dados armazenados.



5. Compartilhamento e Criação

Os insights obtidos na análise precisam circular por um ambiente de troca de informação que favoreça a colaboração entre as pessoas. Por isso, a importância de ter um Digital Workspace.



6. Proteção e Segurança

Cibersegurança não é apenas uma das etapas: deve ser considerada como parte de toda a Jornada de Dados.

Saiba mais

Sobre a Orange Business Services

Um player tecnológico global capaz de ajudar organizações de todos os setores a percorrerem com sucesso cada uma das etapas da transformação digital: essa é a Orange Business Services, full service provider que coloca a jornada de dados e o ser humano no centro da estratégia de digitalização dos negócios.

Saiba mais



Business Services