

# Empresas passam a dar mais atenção à análise de dados

Com a pandemia, muitas empresas aceleram seu processo de digitalização e, com isso, a informação e o uso de dados ganhou notoriedade ímpar.

**6/18/2020 10:15:18 AM**

A Era da Informação teve início em 1950, mas nos últimos meses o tema informação tem ganhado notoriedade ímpar. A internet trouxe apenas mais velocidade, e mais dados, para a tomada de decisão e para o planejamento estratégico das empresas.

A pandemia da Covid-19 fez com que muitas empresas que ainda não falavam sobre digitalização de forma efetiva, acelerassem o seu processo de transformação digital em todos os âmbitos da empresa, do RH às vendas. Com isso, o poder da informação ganhou novo status e atenção especial.

Já há algum tempo fala-se de informação data driven, o que significa orientar os processos com base na coleta e análise de informações e utilizar esses dados na tomada de decisão.

De acordo com pesquisa de 2019 da MicroStrategy e Hall & Partners, 60% das empresas brasileiras usam Data Analytics. Segundo Antonio Wroblewski, Presidente do Conselho da Pathfind, empresa de tecnologia com soluções para a área logística, vendas e trade marketing, a tecnologia é fundamental para analisar gargalos na operação e promover melhorias que façam sentido, auxiliando no aumento de produtividade da equipe, eficiência na operação e, conseqüentemente, reduzindo custos.

“Temos um desafio irrefutável de gerar mais informações, interpretá-las e usá-las de maneira assertiva em nossos negócios, proporcionando crescimento das empresas. Se analisarmos as empresas que tiveram as famigeradas “grandes sacadas” percebemos que a grande ideia foi justamente saber usar as informações que tinham disponíveis. Vide Buscapé, Facebook, Google”, afirma Wroblewski.

Antonio defende o uso de um dashboard com base em dados reais da empresa para avaliar as ações que serão tomadas. Como exemplo, cita as informações que o otimizador de rotas da Pathfind dá aos seus clientes de logística: “quantas entregas por mês, quantos quilômetros rodados, quantos motoristas estão sendo utilizados, quanto da capacidade do sider está sendo realmente ocupada? Qual a janela de entrega?... Tudo isso gera dados para otimização da cadeia logística e redução de custos, o que é fundamental nessa fase que estamos vivendo”, explica.

As decisões com base em dados e a digitalização das empresas é uma tendência que já está sendo vista no país inteiro. Desde empresas grandes, como a Magazine Luiza, que está focando sua operação no e-commerce, passando pela abertura de 100 mil novas lojas online durante a

quarentena, segundo dados da ABCComm e da Konduto.