



blackdovfx\_CANVA

EXPANSÃO

## BRASIL ACELERA INVESTIMENTOS EM DADOS, MAS MATURIDADE AINDA É GARGALO ESTRATÉGICO

O mercado brasileiro vive um momento de expansão na agenda de dados. Empresas de diferentes setores ampliaram investimentos em plataformas analíticas, modernização de ERP, inteligência artificial e arquitetura em nuvem. No entanto, apesar da aceleração tecnológica, a maturidade ainda não acompanha o investimento.

Andrey Menegassi (\*)

Embora o Brasil lidere a maturidade digital entre os países da América Latina, globalmente, nosso país ocupa a 42ª posição, figurando atrás de nações emergentes como Tailândia e Cazaquistão, conforme dados apontados pelo Instituto Brasileiro de Soberania Digital.

Na última década, a transformação digital foi focada na implantação de sistemas. Agora, o desafio é estrutural: transformar dados em ativos estratégicos confiáveis, governados e conectados ao negócio. E é justamente nesse ponto que reside o gargalo; afinal, investir não é o mesmo que amadurecer.

Grande parte das organizações brasileiras já possui ferramentas de Business Intelligence (BI) consolidadas, data warehouses estruturados e dashboards sofisticados. No entanto, a maturidade de dados não se mede pela quantidade de relatórios, mas sim pela consistência, padronização e capacidade de tomada de decisão baseada em dados confiáveis.

Na prática, o mercado brasileiro ainda se concentra majoritariamente entre dois estágios: BI estruturado,



Andrey Menegassi

porém dependente de TI; e governança em construção, mas sem um modelo organizacional claro. Ou seja, poucas empresas operam, de fato, como organizações data-driven, assim como poucas possuem uma arquitetura preparada para escalar a inteligência artificial com segurança e confiabilidade.

O Brasil possui características que tornam o avanço ainda mais complexo: ausência de "dono do dado",

não deixando clara a responsabilidade por qualidade e padronização; indicadores divergentes entre as áreas — financeiro, comercial e operações trabalham com números diferentes; excesso de planilhas paralelas, com soluções locais que substituem a governança corporativa; arquitetura fragmentada, tendo múltiplas bases e integrações sem visão unificada; e tecnologia sem uma estratégia de dados definida, em que ferramentas avançadas operam sem um modelo organizacional estruturado.

Diante desse cenário, o que vemos são muitas empresas adquirindo tecnologia antes de consolidar a estratégia de dados. O resultado é um ambiente com múltiplas soluções, mas sem integração plena e governança consistente. Neste contexto, ofertas como, por exemplo, o SAP BDC, surge como resposta à necessidade de conectar o transacional, o analítico e o planejamento em uma arquitetura unificada, reduzindo redundâncias e aumentando a confiabilidade dos indicadores estratégicos.

Entretanto, a tecnologia por si só não resolve a maturidade. Sem definições claras de quem é o dono do dado, um modelo de governança ativo e alinhamento organizacional, mesmo as plataformas mais modernas operam abaixo do seu potencial.

O avanço da IA Generativa aumentou a pressão sobre a agenda de dados. Muitas empresas iniciaram pilotos de inteligência artificial, mas poucas possuem uma base estruturada para escalar essas iniciativas. A realidade é simples: sem qualidade, padronização e uma arquitetura consistente, a IA se torna apenas um experimento isolado, e não uma alavanca estratégica.

O mercado brasileiro já demonstrou capacidade de investimento. O próximo avanço, porém, precisa ser menos tecnológico e mais organizacional. As empresas que estruturarem dados como produto, com governança ativa, arquitetura consistente e integração entre execução e planejamento, estarão mais preparadas para competir em um ambiente orientado por inteligência. O Brasil acelerou investimentos. Agora, é preciso acelerar a maturidade.

(\*) Especialista em arquitetura de dados no ecossistema SAP e diretor da Solveplan.



blackdovfx\_CANVA