

OPINIÃO

O dado ruim está sabotando a transformação digital das empresas

Lucas Martins de Oliveira (*)

O avanço da transformação digital nas empresas enfrenta hoje um problema que vai além da tecnologia: a baixa qualidade dos dados utilizados na tomada de decisão.

Mesmo com investimentos crescentes em infraestrutura, Business Intelligence (BI) e inteligência artificial, muitas organizações continuam operando com informações inconsistentes, desatualizadas ou mal estruturadas.

O resultado é um cenário de “paralisia decisória” disfarçada de agilidade, ou seja, empresas criam dashboards sofisticados, automatizam processos e ampliam sua capacidade analítica, mas seguem tomando decisões com base em intuição porque simplesmente não confiam nos próprios números. Quando os dados perdem credibilidade, a tecnologia deixa de resolver problemas e passa a ampliá-los.

Além dos impactos estratégicos, existe também um custo operacional silencioso, já que equipes técnicas passam boa parte do tempo corrigindo falhas, conciliando informações e reconstruindo relatórios. Em muitos casos, o retrabalho relacionado à má gestão de dados consome uma parcela significativa da capacidade produtiva dos times, reduzindo eficiência e atrasando decisões importantes.

Estudos focados em CRM (Customer Relationship Management), publicados pela Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI), apontam que problemas relacionados à qualidade dos dados de clientes podem representar perdas de até 6% no faturamento, além de gerar ineficiência operacional e desperdício em ações de marketing.

Entre os erros mais comuns das organizações estão a ausência de padronização na coleta de dados, falhas de rastreabilidade, excesso de informações sem critério claro de utilização, falta de governança e análises desconectadas do contexto de negócio. Muitas empresas armazenam grandes volumes de dados sem definir exatamente quais informações realmente apoiam decisões estratégicas.

Os impactos aparecem rapidamente na operação: no atendimento ao cliente, dados inconsistentes impedem personalização e geram comunicações inadequadas; no marketing, comprometem campanhas e previsões de demanda; já internamente, aumentam o retrabalho das equipes técnicas, que passam mais tempo ajustando erros

do que produzindo análises estratégicas.

Outro problema recorrente está na fragmentação das informações entre diferentes áreas da empresa. Sem integração e governança, cada departamento opera com métricas próprias, dificultando visões consolidadas e comprometendo a confiabilidade dos indicadores apresentados à liderança.

Para transformar dados em vantagem competitiva, porém, não basta apenas investir em novas plataformas. O primeiro passo é estruturar uma governança clara, definindo responsáveis pela qualidade das informações e estabelecendo critérios objetivos sobre quais dados podem ser considerados confiáveis para o negócio.

Também é fundamental criar arquiteturas organizadas em camadas, separando dados brutos, tratados e validados antes que cheguem aos relatórios e modelos analíticos. Além disso, empresas mais maduras têm adotado métricas de qualidade de dados como indicadores operacionais permanentes, monitorando inconsistências da mesma forma que acompanham desempenho financeiro ou disponibilidade de sistemas.

Outro fator decisivo é a construção de uma cultura orientada por dados, pois a transformação digital fracassa quando inteligência analítica fica restrita apenas às equipes técnicas. As organizações que conseguem avançar de forma consistente são aquelas que capacitam diferentes áreas para interpretar informações de maneira crítica e tomar decisões baseadas em evidências.

Existe ainda um componente cultural pouco discutido nesse processo, em muitos casos, os problemas relacionados aos dados não surgem apenas por limitações técnicas, mas por ambientes organizacionais que priorizam indicadores positivos ao invés de transparência operacional. Quando métricas passam a refletir aquilo que a liderança deseja enxergar, e não necessariamente a realidade, a tecnologia se transforma apenas em aparência de modernização.

No fim das contas, o maior desafio da transformação digital talvez não esteja na tecnologia, mas na capacidade das empresas de construir ambientes onde os dados sejam confiáveis, transparentes e realmente utilizáveis na prática. Sem isso, dashboards viram decoração corporativa, e decisões continuam sendo tomadas no improviso.

(*) Analista sênior de dados e consultor de engenharia analítica com 12 anos de experiência.

Data centers consomem 6% da energia nos EUA e Reino Unido

Os datacenters voltados principalmente à inteligência artificial, estão consumindo 6% da eletricidade disponível no Reino Unido e nos Estados Unidos.

Vivaldo José Breternitz (*)

O aumento constante desse número, e seu impacto sobre as tarifas de energia elétrica pagas por habitantes das regiões onde eles se instalam, vem despertando preocupações e gerando resistência dos moradores das áreas onde se pretende instalar novas estruturas desse tipo; o *Washington Post* disse que essa resistência está se tornando tão forte a ponto de a maioria dos respondentes a uma pesquisa do Gallup afirmar preferir viver próximo a uma usina nuclear do que a um grande datacenter.

A proporção de eletricidade utilizada por esses datacenters aumentou 15% em todo o mundo nos últimos dois anos, enquanto o investimento anual na instalação deles se aproxima de US\$ 1 trilhão, o equivalente a quase 1% da economia mundial, de acordo com dados da International Data Center Authority (IDCA), uma organização que desde 2011 fixa padrões para estruturas desse tipo.

A IDCA afirmou que o aumento global do consumo de energia está “desencadeando preocupações sociais e políticas” e pediu que as empresas de tecnologia sejam mais transparentes em relação aos seus planos de expansão, a fim de reduzir a “frustração das comunidades”.

O jornal britânico *The Guardian* informou nesta semana que o Google subestimou significativamente o volume de carbono a ser gerado por dois datacenters de IA propostos para instalação no Reino Unido.

O Reino Unido e os Estados Unidos, com cerca de 6% do consumo da energia, estão muito acima da média global de 2%. Em Singapura e na Lituânia, o peso dessas estruturas sobre o sistema energético é ainda maior: 19% e 11% da eletricidade consumida nesses países, respectivamente, já é destinada aos datacenters.

Diante do aumento do consumo de energia, o Greenpeace do Reino Unido alertou que um “boom descontrolado da IA” poderá resultar em contas de energia mais altas, maior pressão sobre os recursos hídricos e “uma nova sobrevida para os combustíveis fósseis”, levando Doug Parr, cientista-chefe da organização ambiental, a afirmar que: “antes de sermos levados pelo entusiasmo de bilionários da tecnologia cujos lucros dependem dessa expansão, devemos parar e nos perguntar se o custo vale a pena.”

“Precisamos de mais transparência sobre a quantidade de água e energia usada pelos datacenters, avaliações adequadas de impacto ambiental e da proibição de novas usinas poluentes destinadas a abastecer a IA”, acrescentou.

Os números da IDCA revelam que 13% do consumo dos datacenters nos Estados Unidos vem de “sistemas zumbis”, aplicativos



acilo_CANVA

que continuam em funcionamento mesmo sem serem utilizados. Esse desperdício representa mais de 3 gigawatts de energia consumida desnecessariamente e provavelmente se repete em todo o mundo, tornando-se mais grave à medida que cresce o uso da computação em nuvem.

Diante disso e dadas as notícias do aumento do interesse das big techs pela implantação de datacenters no Brasil, é importante que aqui o assunto seja tratado com seriedade, também levando em conta o baixo número de empregos qualificados gerados por eles.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vnjntz@gmail.com.

News @ TI

ricardosouza@netjen.com.br

Veeam lança plataforma DataAI™ Command

A Veeam Software, empresa especializada em confiança para dados e inteligência artificial, anunciou hoje a plataforma Veeam DataAI™ Command durante o evento VeeamON 2026, realizado em Nova York. Segundo a companhia, a solução inaugura uma nova categoria de infraestrutura voltada a ambientes corporativos onde agentes autônomos de IA passam a operar em velocidade de máquina e dependem diretamente de grandes volumes de dados. A plataforma DataAI Command é resultado da aquisição da Securiti AI pela Veeam — empresa posicionada pela companhia como referência em segurança de dados e IA — combinada à experiência da Veeam em resiliência de dados ao longo de duas décadas. Atualmente, a empresa atende mais de 550 mil clientes em mais de 150 países, incluindo 77% das organizações presentes no ranking Global 2000 (www.veeam.com).

LedWave lança Wetail e aposta na transformação do varejo em plataforma de mídia, dados e audiência

O avanço da mídia orientada por dados começa a redefinir não apenas a forma como marcas se comunicam, mas também como o varejo monetiza audiência, comportamento e presença física. Em meio à aceleração do Digital Out of Home (DOOH) e à busca crescente por eficiência real, mensuração e performance, empresas do setor passam a disputar um espaço cada vez mais estratégico dentro da nova economia da comunicação, aproximando mídia, tecnologia e comportamento do consumidor em uma mesma lógica de negócio. É nesse contexto que a LedWave anuncia o lançamento da Wetail, nova unidade de negócios criada para estruturar uma operação integrada entre mídia, tecnologia e varejo no Brasil e em mercados internacionais onde a companhia já mantém atuação, como os Estados Unidos.

Plataforma de autenticidade digital

A explosão de deepfakes e fraudes digitais impulsionadas por inteligência artificial está acelerando a corrida por tecnologias capazes de comprovar a autenticidade de conteúdos online. É nesse cenário que a brasileira InspireIP lança a SIGNAIP, plataforma voltada à verificação de procedência e autenticidade de imagens digitais, com

registros auditáveis em blockchain. A plataforma funciona como uma camada de verificação de procedência para imagens digitais. Ao registrar metadados de autoria, procedência e integridade em blockchain pública, a SIGNAIP cria um histórico auditável capaz de verificar quando um arquivo foi criado, quem realizou o registro e se houve alterações posteriores no conteúdo. A plataforma opera atualmente em beta fechado. Usuários interessados podem se cadastrar na lista de acesso antecipado por meio do endereço <https://waitlist.inspireip.io/>, recebendo acesso direto à SIGNAIP conforme a liberação gradual dos testes.

Calculadora de Renda Fixa inclui ativos bancários

A LUZ Soluções Financeiras, empresa de tecnologia para o mercado financeiro, acaba de ampliar a sua Calculadora de Renda Fixa. Direcionada para mesas de negociação das instituições financeiras, a ferramenta, que já é referência para preços e taxas de CRIs, CRAs, debêntures e títulos públicos, passa a oferecer também os cálculos envolvendo ativos bancários, como CDBs, LFs, LCIs, LCAs e demais títulos deste segmento. Com a ampliação do escopo, a Calculadora de Renda Fixa da LUZ torna-se a primeira a oferecer aos agentes do mercado cálculos com diferentes produtos. A solução inclui a maior base de contratos, com mais de 4.500 ativos disponíveis, e é a única que permite o cadastro de novos ativos e a atualização tempestiva da base já cadastrada, seguindo prazos definidos (www.luz-ef.com).

Novo Fire TV Stick HD chega ao Brasil com Xbox Game Pass e nova interface

A Amazon anuncia a chegada do Fire TV Stick HD ao Brasil. O dispositivo é o mais compacto da linha Fire TV, com apenas 9 mm de espessura — 30% mais fino que a geração anterior — e traz compatibilidade com Xbox Game Pass e uma navegação completamente reformulada. O Fire TV Stick HD entrega processamento significativamente mais rápido que seu antecessor, com navegação fluida entre aplicativos, inicialização ágil de conteúdos e transições suaves. O dispositivo oferece streaming em Full HD com suporte a HDR, HDR10, HLG e Dolby Atmos (<https://www.amazon.com.br/dp/B0DVK166SV>).

Editores

Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br);

Comercial: comercial@netjen.com.br

Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; Edição Eletrônica: Ricardo Souza.

Revisão: Maria Cecília Camargo; Serviço Informativo: Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

Jornal Empresas & Negócios Ltda

Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP: 04128-080

Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: netjen@netjen.com.br

Site: www.netjen.com.br. CNPJ: 05.687.343/0001-90

JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)

Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.