

Inteligência ativa promete transformar dados em comandos para empresas



Freepik

Ter um banco de dados próprio sempre foi um recurso valioso para qualquer empresa. Mas, até o momento, uma característica comum a essa ferramenta é a sua passividade. Em outras palavras, é necessário que um gerenciador humano faça a leitura e a interpretação dos números, aparentemente aleatórios, transformando-os em decisões de gestão que interferem no curso da corporação.

Mas essa realidade tende a mudar. A evolução dos bancos de dados vem indicando que as decisões de gestão também sejam tomadas, ao menos em parte, pela inteligência artificial (AI), com base em métricas que entrelaçam informações históricas e atuais. É um avanço tão significativo que vem sendo chamado no mercado de inteligência ativa.

"A automação das respostas é o novo estágio do business intelligence [BI]. Nesta nova etapa, os gestores e até mesmo outros colaboradores terão acesso a respostas ancoradas em dados lidos com mais rigor e num espaço de tempo menor", analisa Maria Cristina Diez, diretora comercial da Most Specialist Technologies, empresa que atua em sistemas de segurança digital há 30 anos.

Além disso, explica a executiva, a revolução digital está intensificando o fluxo de informações e mantendo os bancos de dados permanentemente atualizados. "São insights que fazem parte desse processo evolutivo. A tecnologia de processamento de dados que o mundo conhece hoje é de um trabalho passivo, que depende de um profissional ir conferir, no momento que lhe convier, o que os dados estão disponibilizando. A partir da inteligência ativa, esse fornecimento ocorre sem interrupção, assim como as respostas dadas", sustenta Diez.

Pela evolução da inteligência ativa, ela acredita que o futuro caminha para um novo modelo de administração de empresas, ancorada também em decisões não-humanas e conduzidas por ferramentas de machine learning. "A ampliação da base de dados vai permitir que as máquinas assimilem melhor os níveis das respostas, modificando inclusive a forma de interação das companhias com seu público-alvo", afirma a diretora da Most.

"Os avanços deste setor dão um sinal evidente de que as empresas vão passar por uma revolução já nos próximos anos. E só vai sobreviver quem estiver mais preparado e aberto a essas transformações, inclusive aos "conselhos" das máquinas", avisa Maria Cristina Diez.