



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA

DANIEL D. DANIELOWSKI

**O USO DO BIG DATA COMO RECURSO PARA VANTAGEM COMPETITIVA EM
INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS**

Porto Alegre

2021

DANIEL D. DANIELOWSKI

**O USO DO BIG DATA COMO RECURSO PARA VANTAGEM COMPETITIVA EM
INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS**

Relatório de pesquisa na modalidade de Estudo de Caso apresentado ao Curso de **Tecnólogo em Gestão da Tecnologia da Informação** da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial à aprovação na unidade de aprendizagem de Estudo de Caso.

Orientador: Prof. Patrícia da Silva Meneghel, Dr./Ms./Bel./Lic.

Porto Alegre

2021

DANIEL D. DANIELOWSKI

**O USO DO BIG DATA COMO RECURSO PARA VANTAGEM COMPETITIVA EM
INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS**

Este trabalho de pesquisa na modalidade de Estudo de Caso foi julgado adequado, em sua forma final, à aprovação na unidade de aprendizagem de Estudo de Caso, do curso de **Tecnólogo em Gestão da Tecnologia da Informação** da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Porto Alegre, 16 de outubro de 2021.

Professor e orientador Patrícia da Silva Meneghel, Dr./Ms./Bel./Lic.

Universidade do Sul de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a Deus por me dar saúde e força para conseguir atingir meus objetivos, a minha família por todo apoio recebido, em especial minha esposa e minha filha que tiveram muita paciência e compreensão durante todos os dias e noites dedicados a esse estudo de caso.

Agradeço também ao Luiz Francisco Ramos, CEO da empresa que trabalho, por ter me disponibilizado alguns dias para me dedicar a conclusão deste trabalho de pesquisa e a minha orientadora, professora Patrícia da Silva Meneghel, por toda ajuda concedida.

RESUMO

Este estudo de caso tem como objetivo analisar e avaliar as vantagens competitivas que podem ser obtidas pelas instituições financeiras, através do uso do Big Data. Baseado nos 5V's, principalmente após a chegada do Open Banking, ferramentas possibilitam analisar e estruturar grandes volumes de dados com maior rapidez, permitindo assim apoiar nas estratégias de negócios, nas tomadas de decisões e propiciar a criação, manutenção e revisão de seus produtos e serviços oferecidos.

Palavras-chave: Big Data. Open Banking. Analytics. Vantagem Competitiva.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	6
1.1	PROBLEMA.....	6
1.2	JUSTIFICATIVA	6
1.3	OBJETIVOS	7
1.3.1	Objetivo Geral	7
1.3.2	Objetivos Específicos.....	7
2	REVISÃO DA LITERATURA.....	8
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	11
3.1	CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO.....	11
3.2	CAMPO DE ESTUDO	11
3.3	INSTRUMENTOS PARA COLETA DE DADOS	11
4	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	12
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	19
	REFERÊNCIAS	20
	APÊNDICES	21
	APÊNDICE A – Questionário de pesquisa para Instituições Financeiras	22

1 INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, sabemos que o mercado sofre mudanças constantemente e a concorrência é cada vez maior. Por este motivo foi escolhido este estudo de caso, apresentando como é possível obter vantagens competitivas através do Big Data.

O uso e a influência da Inteligência Artificial no Mercado Financeiro é crescente e consequentemente as melhorias trazidas por ela são variadas. Vão desde o aumento da produtividade, eficiência bancária e escalabilidade da esteira de crédito, até a otimização de processos comunicativos através de interfaces conversacionais e assistentes virtuais. E no centro das transformações como evolução da tecnologia financeira e a utilização de dados transacionais para melhor compreensão do consumidor, que surge o Open Banking, aliando essa tecnologia à IA e Big Data com o objetivo de obter benefícios.

1.1 PROBLEMA

Com a quantidade de dados e informações desencontradas, como as organizações podem adquirir conhecimento e obter vantagem competitiva perante as mudanças e exigências do mercado?

1.2 JUSTIFICATIVA

Buscamos através de técnicas, ferramentas e processos como o Analytics, estruturar esse grande volume de dados e padrões de consumo que circulam diariamente pelas organizações, de forma que seja possível mapearmos e gerenciarmos esse conhecimento através do Big Data.

Com a transformação digital e as soluções cada vez mais centradas no usuário, as startups usaram tecnologias como Big Data e Inteligência Artificial para otimizar a experiência do consumidor e preencher lacunas que não estavam no radar das instituições financeiras tradicionais. E com a chegada do Open Banking, tornou-se necessárias mudanças nos serviços até então oferecidos, para que tenham maior liberdade no compartilhamento dos dados entre instituições, tornando assim possível conhecer melhor o cliente e direcionar os esforços na adaptação de suas ofertas ao digital, promovendo inovação, diferenciação e melhor experiência ao cliente.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

O objetivo deste estudo é analisar, através do uso de Big Data, a importância de trabalhar os dados e as informações de forma estruturada, gerando conhecimento e vantagens competitivas, para o caso de instituições financeiras.

1.3.2 Objetivos Específicos

De forma mais específica, os objetivos desse estudo são:

- a) Analisar a importância da análise de dados em instituições financeiras de pequeno porte.
- b) Compreender como o uso de recursos de big data podem corroborar com o BI a obter vantagem competitiva para as organizações.
- c) Analisar como uma instituição financeira pode obter vantagem competitiva em seus negócios através de dados analytics.

2 REVISÃO DA LITERATURA

O Big Data é uma tecnologia da área do conhecimento que constitui um grande conjunto de ferramentas de TI que permitem a captura, a análise e a catalogação de dados em tempo real.

Em outras palavras, ele permite analisar e processar uma quantidade enorme de informações, permitindo com isso, que os gestores responsáveis das empresas possam entender com maior clareza as tendências e padrões, para que possa planejar sua estratégia de negócio e tomada de decisões de forma mais segura e maior margem de acerto, transformando essas informações em Inteligência Competitiva.

Segundo Gomes e Braga (2004, p. 41):

A utilização de Sistemas de Inteligência Competitiva em organizações, sejam elas de pequeno, médio ou grande porte, tem os seguintes propósitos, dentre outros: antecipar mudanças no ambiente de negócios; descobrir concorrentes novos ou potenciais, antecipar as ações dos atuais concorrentes e aprender sobre mudanças políticas, regulatórias ou legislativas que possam afetar seu negócio.

A Inteligência Competitiva permite a organização monitorar o ambiente externo, acompanhando toda movimentação de seus clientes, concorrentes, fornecedores, governo, etc. e as variáveis que podem afetar o negócio da organização de forma social, econômica, legal e política, auxiliando analistas e gestores no processo de tomada de decisões antecipadamente, com o objetivo de tornar seus serviços e produtos mais lucrativos.

A vantagem da utilização destas ferramentas é a centralização destes grandes conjuntos de dados para coleta e análise.

O Big Data baseia-se nos 5 princípios onde cada um possui influência direta no desempenho das soluções disponibilizadas no mercado. São eles:

Figura 1 – 5 V's



Fonte: LivTI (2021)

Volume: Com o grande e crescente volume de dados que circulam na “nuvem” de servidores mundiais, por meios digitais como redes sociais, internet móvel e dispositivos ligados a Internet das Coisas (IoT), estamos cada vez mais dependentes de ferramentas de Big Data, por meio da Inteligência Artificial e do aprendizado de máquinas, permitindo que analistas possam trabalhar com grandes fluxos de dados, com alto desempenho, muitas vezes criando informações coletadas em tempo real, sem perder performance ou gerar alto custo computacional.

Variedade: As informações são originadas por diferentes plataformas, mesmo em meios offline como pesquisas de mercado, tabelas com dados de transações financeiras ou ficha de cadastro de loja por exemplo. Sendo assim, os dados são classificados em dois tipos:

- Dados não estruturados – 90% dos dados gerados não estão estruturados como em um banco de dados comum ou não possui uma estrutura definida. São registros que devem ser catalogados antes de serem analisados, especialmente por conter informações sem relevância para o analista. Cookies coletados quando alguém visita um website, textos e fotos publicados nas redes sociais, informações trocadas entre clientes sobre um produto ou serviço da sua loja em aplicativos digitais, são exemplos disso.
- Dados estruturados – Neste caso, estamos nos referindo basicamente a informações organizadas. Quando coletados, já estão organizados em um banco de dados ou solução semelhante, facilitando o trabalho das ferramentas de Big Data, uma vez que demandam um número menor de

execuções de rotinas para a avaliação do conteúdo. Caso este recurso seja mal programado, poderá gerar um alto custo computacional de análise e redução da confiabilidade de seus insights.

Velocidade: Para se obter velocidade neste gigantesco fluxo contínuo de dados, é necessário ferramentas de alto desempenho de forma a encontrar padrões rapidamente. Além disso, na maior parte dos casos, as organizações fazem uso de tecnologias de apoio como a computação em nuvem, onde analistas podem obter maior escalabilidade operacional por um custo menor.

Veracidade: Diante do grande conjunto de dados não estruturados, cenários em que o número de ruídos é alto, impactando diretamente na qualidade do trabalho do analista. Por isso o Big Data deve buscar os dados de fontes confiáveis e filtrar quais conteúdos são relevantes para o negócio, descartando os dados não confiáveis ou irrelevantes.

O aspecto segurança é fundamental, de forma a atender às novas regulações de Proteção de Dados, garantindo a integridade, armazenamento, compartilhamento e análise das informações, evitando vazamentos e usos indevidos previstos pelas legislações nacional e internacional.

Valor: Ser capaz de agregar valor aos processos e tornar os serviços mais competitivos.

Ao identificar as tendências e padrões, possibilita ao analista tomar decisões com mais confiança e criar estratégias para conquistar mais clientes ou novos mercados.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO

A caracterização deste estudo de caso será feita de forma exploratória e descritiva.

“O planejamento da pesquisa exploratória é bastante flexível e pode assumir caráter de pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, estudos de caso, levantamentos etc.” (MENDONÇA, 2014, p.30)

“A pesquisa descritiva pode ser feita por meio de documentos, estudo de campo, levantamentos, desde que seja estudada a correlação de, no mínimo, duas variáveis.” (MENDONÇA, 2014, p.32)

A abordagem desta pesquisa será qualitativa, pois “Neste sentido, os pesquisadores fazem suas análises categorizando as expressões coletadas, utilizando instrumentos de coleta de dados, por meio de questionários com questões abertas e/ou entrevistas.” (MENDONÇA, 2014, p.35)

3.2 CAMPO DE ESTUDO

Este estudo de caso tem como campo de pesquisa, o setor financeiro como grandes bancos e a financeiras, que através do Open Banking, se beneficiam do compartilhamento de dados e informações de seus clientes.

3.3 INSTRUMENTOS PARA COLETA DE DADOS

O instrumento para coleta de dados utilizado é o questionário de múltipla escolha, juntamente com uma entrevista de apoio feita via telefone, formulando questões voltas para uma instituição financeira, de forma a facilitar o entendimento e a análise conclusiva.

Através dessa análise, se torna possível compreender como o uso de recursos de big data podem resultar em vantagens competitivas para as organizações.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Com base no questionário que foi enviado para uma grande instituição financeira, o qual encontra-se no apêndice deste estudo de caso, que será apresentada análise dos resultados obtidos.

Foi realizado contato telefônico com o executivo de TI de um Banco Comercial, sendo enviado posteriormente o questionário. O executivo solicitou sigilo referente ao seu nome e o nome da instituição devido ao fato de expor informações que considera estratégicas da empresa.

O questionário foi feito inicialmente com base nos 5 V's aplicados ao Open Banking, seguido de informações complementares como questões de segurança, modelos e ferramentas as quais a instituição utiliza, de forma a identificarmos se foi possível obter vantagens competitivas.

Antes de iniciar nossa análise, é importante termos o entendimento do conceito de Inteligência Competitiva.

Segundo Gomes e Braga (2001, p. 3):

Inteligência Competitiva (IC) é um processo sistemático e ético, ininterruptamente avaliado de identificação, coleta, tratamento, análise e disseminação da informação estratégica para a empresa, viabilizando seu uso no processo decisório.

4.1 ANÁLISE DO VOLUME DE DADOS

Referente ao grande volume de dados gerados diariamente e somados ao compartilhamento de dados através do Open Banking, é fundamental nos dias de hoje uma ferramenta que permita organizar e estruturar estes dados para permitir uma análise estratégica adequada.

Embora seja possível se especializar em Big Data, o termo refere-se apenas ao aglomerado de informações acumuladas de forma online e offline. É o Data Analytics, que permite que essas informações sejam analisadas e compreendidas pelos negócios, a fim de prever tendências e acompanhar métricas.

Com base nisso, nosso entrevistado informou que utiliza a ferramenta de Big Data, o COGNOS Analytics, da IBM.

O IBM Cognos Business Intelligence é um conjunto de componentes integrados de inteligência de negócios baseado na Web da IBM, que permite a extração de relatórios, realização de análises, scorecards e monitoramento de eventos e métricas, da mesma forma que o Big Data Analytics.

Sobre a forma de armazenamento destes dados, foi respondido que os dados são guardados em um Data Center.

O Data Center refere-se ao hardware que armazena dados dentro da rede local da empresa. Outra forma questionada foi o armazenamento via Cloud(nuvem), de forma off -premise, armazenando os dados na Internet, a qual não é utilizada.

Tabela 1: Comparativo entre os tipos de armazenamentos

Volume de Dados		
	Vantagens	Desvantagens
Data Center	Pleno controle sobre seus dados e equipamentos	Custo mais alto
	Segurança fica a cargo da própria empresa	Necessita de um departamento responsável e dedicado
		Capacidade Limitada
		Necessita o uso de backup diariamente
Cloud	Custo menor	Segurança fica a cargo de terceiros
	Não necessita departamento dedicado	
	Maior facilidade em aumentar a capacidade de armazenamento	
	Pode optar por ser privado ou público	
	Ter vários centros de dados em diferentes localizações geográficas para salvar a disponibilidade de dados durante interrupções e outras falhas de data center.	
	Escalabilidade conforme a necessidade do negócio	

Fonte: Autor (2021)

4.2 ANÁLISE DA VARIEDADE DOS DADOS

Com o grande volume de dados, é esperado ter uma grande variedade deles também. Nesse sentido foi questionado qual ferramenta é utilizada como apoio ao planejamento, estruturação dos dados e estratégias de negócio.

Pelo fato do cliente já seguir a linha das ferramentas da Microsoft, a instituição utiliza o Power BI, que oferece serviço de análise de negócios com o objetivo de fornecer visões interativas e recursos de business intelligence com uma interface simples, permitindo a criação de relatórios e dashboards.

Informou também que seus extratores são codificados para maior segurança dos dados.

4.3 ANÁLISE DA VELOCIDADE EM QUE SÃO ANALISADOS OS DADOS

A velocidade da análise desse grande volume de dados é fundamental para se obter vantagem competitiva no mercado, e conforme informação do cliente, sim essa é uma

preocupação grande que a empresa possui, fazendo o uso das ferramentas citadas anteriormente, aplicadas junto ao setor de inteligência da empresa.

4.4 ANÁLISE DO VALOR DOS DADOS

Entender como valor que estes dados vão trazer de benefício ou vão ajudar a melhorar o negócio é fundamental.

Com o uso do Analytics, o cliente tem a possibilidade de avaliar melhor tudo aquilo que gera um valor significativo e se torna útil, com maior assertividade, permitindo a coleta e análise de dados para tomar melhores decisões ou fazer previsões estratégicas de negócio em tempo de execução.

4.5 ANÁLISE DA VERACIDADE DOS DADOS

Para se obter vantagens do processo do Big Data é fundamental colher dados verídicos, de acordo com a realidade.

Conforme resposta ao questionário, entrevistado reforça a necessidade de constante de análise em tempo real, garantindo que os dados possam condizer com a realidade daquele momento.

A verificação dos dados coletados para adequação e relevância ao propósito da análise é de grande importância para se obter dados que agreguem valor ao processo e possam também tornar a previsão de riscos mais assertiva.

4.6 ANÁLISE DO MODELO ANALÍTICO

O modelo escolhido pela instituição para espelhar a realidade, foi o modelo analítico, visando entender mais sobre o passado dos clientes, seus históricos, dados no geral, facilitando filtrar e extrair maior valor no Big Data.

Com base na análise do questionário e nos estudos realizados, é possível observar a falta de um modelo preditivo, visando a antecipação e a necessidade dos clientes a novos produtos e serviços, correndo o risco de perder espaço no mercado para a concorrência.

Outro ponto importante que foi discutido neste item foi possibilidade de segmentação cada vez melhor dos dados, tornando possível oferecer produtos e serviços cada vez mais personalizados.

4.7 ANÁLISE DA SEGURANÇA DE DADOS

Essa análise é referente aos itens 7, 8 e 9 do questionário, que abrange o tema segurança de dados.

Como as empresas lidam com dados e informações pessoais, o compartilhamento e armazenamento devem ser feitos seguindo normativas regidas pela Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e pelo Código do Consumidor. E vai desde o consentimento do cliente, como a segurança destas informações. E essa proteção aos dados é de responsabilidade dessas empresas que portam essas informações.

A instituição deve comunicar ou compartilhar dados pessoais com terceiros, somente com o consentimento expresso do titular para esse fim, exceto em situações já previstas em lei que dispensam tal autorização. É importante que o pedido de consentimento seja visível e deixe explícito para o titular a finalidade da transferência de dados.

Conforme entrevista realizada, a empresa já buscou essa adequação para obter o consentimento prévio do titular, confirmando que antes de realizar o compartilhamento, os dados sejam criptografados no momento da comunicação com outras instituições.

Complementando o estudo de caso, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018) foi aprovada em 2018 e entraria em vigor a partir de 14 de agosto de 2020. Houve pedido de adiamento da vigência da lei para maio de 2021, mas a proposta foi rejeitada pelo Congresso, entrando a legislação em vigor em 18 de setembro.

4.8 ANÁLISE DO MACRO E MICROAMBIENTE

Referente aos itens 10, 11 e 12 do questionário, a análise do ambiente externo resume todas as informações que envolvem e influenciam a empresa, de maneira positiva ou negativa. A análise das informações desse ambiente geralmente é um estudo qualitativo de determinado cenário com base em fatores políticos, econômicos, sociais e

tecnológicos, fazendo com que as empresas tenham que tomar de decisões rapidamente, com base em informações que se alteram constantemente e sofrem influências de diversas variáveis.

Analisando estes fatores, é possível analisar também as ameaças e oportunidades ao negócio.

Quanto a análise do ambiente interno, para se manter vantagem competitiva, é necessário clareza de quem são seus clientes, o que esperam, conhecer a concorrência, saber o que eles têm a oferecer, diferenciar os produtos e serviços internos dos concorrentes, focando nos benefícios do produto e serviço interno de maneira que o cliente final perceba essa vantagem.

A relação entre o macro e microambiente em uma instituição é fundamental para o seu sucesso, pois torna capaz de observar ou prever as necessidades de seus clientes de forma mais assertiva.

Conforme entrevista, cliente informou que sim, realiza pesquisas e monitoramento constante dos ambientes internos e externos, porém demonstrou preocupação com a eficiência com a qual é feita.

Foi então sugerido a utilização do Modelo das Cinco Forças de Porter, visando apoiar na estruturação, organização e sustentação das vantagens competitivas em seus setores, sendo elas:

- Poder de negociação dos fornecedores (força média);
- Poder de negociação dos clientes ou compradores (força baixa);
- Empresas entrantes no mercado (força baixa);
- Pressão dos produtos e serviços substitutos (força média/alta);
- Intensidade da rivalidade entre os concorrentes atuais da indústria no mercado (força alta);

4.9 ANÁLISE GERAL DA VANTAGEM COMPETITIVA COM O USO DO BIG DATA APLICADO AO OPEN BANKING

Com base na análise das respostas dos itens anteriores e resposta da questão 13 do questionário, o entrevistado avaliou que com o uso do Big Data, aplicado a mineração e análise dos dados compartilhados através do Open Banking, foi possível agregar mais

valor tanto para a instituição financeira, como para seus clientes, gerando uma infinidade de novas oportunidades no mercado.

Porém, se essa análise for feita errada ou de forma simplista, abrirá espaço também para a concorrência.

Portanto, a importância do uso de métodos, ferramentas e pessoas capacitadas que apoiem todo esse ciclo que envolve o Big Data, contribui diretamente para se obter vantagem competitiva com o compartilhamento de dados oferecidos através do Open Banking.

Em uma análise mais aprofundada, o Open Banking oferece aos clientes, total autonomia sobre seus dados financeiros e poder de decisão sobre quando e com quem irá compartilhar.

Pela perspectiva do cliente, é possível "montar o seu próprio banco", ou seja, permite que o próprio cliente escolha quais serviços ou produtos são mais interessantes para ele, independentemente de ter vínculo ou não com as instituições. Por exemplo, o cliente pode abrir uma conta corrente em uma instituição, fazer um financiamento em outra, solicitar um cartão de crédito em outra e assim por diante.

Pela perspectiva das instituições financeiras, esse compartilhamento gera mudanças e mais competitividade, pressionando o mercado por mais opções de produtos e serviços como empréstimos e financiamentos, com melhores taxas, condições ou prazos que a concorrência, e tudo para melhorar a experiência e fidelizar o cliente. E apenas instituições financeiras regulamentadas pelo Banco Central que poderão participar do Open Banking.

Com relação a segurança do Open Banking, todas as operações são regulamentadas pelo Banco Central, atendendo uma série de regulamentos que as instituições que vão participar, terão que seguir, caso contrário podem ocorrer multas e até mesmo a falência da instituição.

Sobre quais tipos de dados que serão compartilhados entre essas instituições, foi criada uma tabela com exemplos estruturados em grupos para facilitar o entendimento.

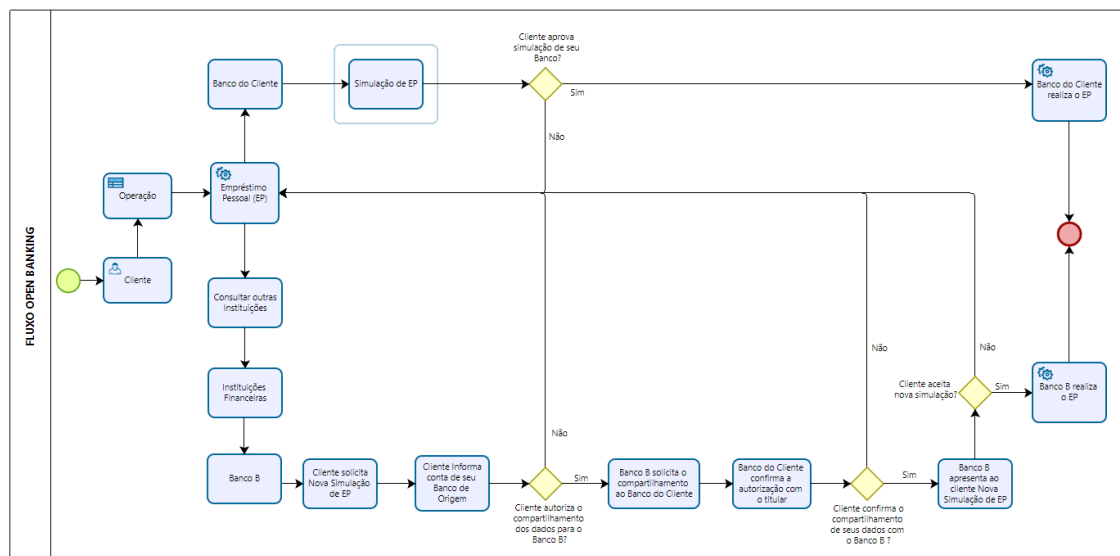
Dados Cadastrais	Informações sobre Renda	Dados Transacionais	Produtos e Serviços
Nome	PF - Comprovante salarial	Perfil de Consumo	Informações sobre Empréstimos
CPF ou CNPJ	PJ - Faturamento	Capacidade de Compra	Informações sobre Financiamentos
Telefone		Movimentação de Conta Corrente	
Email			
Nomes e Dados dos Sócios			

Fonte: Autor (2021)

Com o Open Banking, a partir do momento que o cliente autoriza, a instituição financeira é obrigada a compartilhar os dados, podendo mantê-los armazenados por 12 meses. Após é preciso renovar a autorização.

Essa autorização poderá ser feita via reconhecimento facial ou senha do cliente.

A imagem abaixo apresenta um exemplo de como funciona o Open Banking. Neste caso o cliente faz a solicitação de um Empréstimo Pessoal no seu Banco e não satisfeito com as condições e taxas da simulação atual, decide consultar em outras instituições uma condição melhor.



Fonte: Autor (2021)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base neste estudo de caso podemos concluir que sim, é possível obter vantagens competitivas no mercado financeiro, com o uso do Big Data e o Open Banking.

E para que uma instituição financeira obtenha esse sucesso, vimos a importância de se realizar uma boa análise com foco nos 5 Vs do Big Data, possibilitando criar rotinas mais eficazes e se preparar para as mudanças do mercado de forma antecipada (análises preditivas), principalmente com o compartilhamento de dados do Open Banking.

Esse compartilhamento acaba incentivando a concorrência, o que torna fundamental análises e planejamentos estratégicos, rapidez nas tomadas de decisões e apoio aos negócios da instituição, resultando em vantagens competitivas e se mantendo continuamente, com alto grau de competitividade.

As vantagens das estratégias discutidas neste estudo de caso, aplicadas ao Open Banking, podemos concluir como resultado:

- Serviços monetizados: aumento na rentabilidade, a partir de uma melhor utilização dos dados para conhecer e atender clientes com mais eficiência;
- Redução de custos: melhor uso da tecnologia para diminuir gastos tanto para a instituição bancária quanto para clientes e parceiros;
- Melhor experiência do cliente: diferenciação da concorrência dentro do setor financeiro;
- Novos produtos e serviços: maior assertividade e lucratividade na geração de produtos e serviços que atendam às necessidades do público-alvo;
- Otimização de desenvolvimento e pesquisa de soluções: por meio de estratégias de dados, é possível tornar pesquisa e desenvolvimento mais eficientes, rápidos e baratos;
- Análise de concorrência: conseguir se antecipar as necessidades e anseios do cliente, frente ao meio competitivo, identificando caminhos diferentes e melhores do que aqueles seguidos pela concorrência.;
- Ganho de valor: bancos que atuam com inovação aberta elevam seu valor geral de mercado, além da percepção dos clientes e outros públicos de interesse.

REFERÊNCIAS

LIVTI Soluções em TI. Título: BIG DATA PARA QUALQUER NEGÓCIO. LivTI, 2017. Disponível em: (<https://www.livti.com.br/blog/big-data-para-qualquer-negocio/>). Acesso em: (08 de outubro de 2021).

Banco Central do Brasil. Título: Open Banking. GOV.BR, 2021. Disponível em: (<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/openbanking>). Acesso em: (16 de outubro de 2021).

GOMES, Elisabeth; BRAGA, Fabiane. INTELIGÊNCIA COMPETITIVA EM TEMPOS DE BIG DATA: Analisando informações e identificando tendências em tempo real. 1.ed. Porto Alegre: Alta Books, 2017.

FEIGELSON, Bruno; BRUZZI, Eduardo. Banking 4.0: Desafios Jurídicos e regulatórios do novo paradigma bancário e de pagamentos. 1.ed. Porto Alegre: Revista dos Tribunais, 2020.

Banco Central do Brasil. Título: Open Banking. GOV.BR, 2021. Disponível em: (<https://www.bcb.gov.br/detalhenoticia/16733/nota>). Acesso em: (16 de outubro de 2021).

Banco Central do Brasil. Título: Open Banking. GOV.BR, 2021. Disponível em: (<https://www.bcb.gov.br/detalhenoticia/17445/nota>). Acesso em: (16 de outubro de 2021).

GOMES, Leonardo. Título: Veja como o Big Data Analytics tem transformado a compreensão e análise de grande volume de dados. VOITTO, 2021. Disponível em: (<https://www.voitto.com.br/blog/artigo/big-data-analytics>). Acesso em: (16 de outubro de 2021).

APÊNDICES

APÊNDICE A – Questionário de pesquisa para Instituições Financeiras

1



UNISUL UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA

ESTE QUESTIONÁRIO É UM ESTUDO DE CASO DE CUNHO ANALÍTICO SOBRE COMO OBTER VANTAGENS COMPETITIVAS COM O USO DO BIG DATA E O COMPARTILHAMENTO DE DADOS BASEADO NO OPEN BANKING.

Nome da Instituição Financeira:

Nome do Entrevistado:

Setor/Cargo:

Data da Entrevista:

Com base nos pilares do Big Data, aplicados ao uso do Open Banking, foram formuladas 13 questões referenciando o compartilhamento de dados entre as instituições financeiras, para posterior análise e conclusão do estudo.

1. (Volume) - Com o grande e crescente volume de dados gerados diariamente e seu compartilhamento entre instituições financeiras, torna-se cada vez mais necessário que seu produto ou serviço atenda todos ou grande parte dos anseios dos clientes e que a organização possua agilidade em suas tomadas de decisões.

Para isso, é imprescindível uma análise de dados realizada de forma clara, para que seja possível entender quais estratégias usar e usá-las corretamente.

 - a) Qual ferramenta de organização, extração e análise dessas aglomerações de dados estruturados e não estruturados é utilizada:
☐ Big Data Analytics ☐ Outros. Qual? _____
 - b) Sobre o armazenamento, qual é o tipo utilizado pela empresa?
☐ Nuvem Pública ☐ Nuvem Privada ☐ Data Center ☐ Outros. Qual? _____
2. (Variedade) - Dentro do grande volume gerado, está uma grande variedade de tipos de dados. É utilizada alguma ferramenta de apoio ao planejamento estratégico, de modo a estruturá-los melhor para sua análise?
☐ Sim ☐ Não
 Caso a resposta seja sim, qual?
☐ Tableau
☐ Watson Analytics
☐ Sisense
☐ QlikView
☐ Oracle BI
☐ Outro _____



3. (Velocidade) - Velocidade na análise dos dados significa obter as informações em tempo real. A empresa consegue se beneficiar dessa velocidade, transformando esse grande volume de dados em informações relevantes?
☐ Sim ☐ Não
4. (Valor) - O dado precisa ser útil, ser base para gerar informações de qualidade e com capacidade de serem fundamentais em tomadas de decisão. Sendo assim, com qual(is) estratégia(s) de negócio abaixo a empresa se identifica para ao criar esses "filtros"?
☐ Objetivo claro de negócio
☐ Criação de hipóteses como apoio na definição das metas, evidenciando o melhor caminho para alcançar os objetivos
☐ Criatividade nos cenários estratégicos que podem afetar positiva ou negativamente o objetivo
5. (Veracidade) - Com tantos dados disponíveis, a importância em garantir que sejam confiáveis e verdadeiros, torna-se fundamental para o sucesso da análise. Marque a(s) opção(ões) utilizada(s) para garantir veracidade e apoiar a análise e previsão de risco:
☐ EXATIDÃO e PRECISÃO dos resultados. Ter pensamento crítico, revisar as fontes, questionar e entender o contexto do dado antes de compartilhá-lo.
☐ Constante de análise em tempo real, verificando se os dados condizem com a realidade do momento
☐ Ciclo de revisão e monitoramento dessas informações
☐ Outras validações _____
6. Sobre a análise de dados, marque o modelo(s) que espelha(m) mais a realidade da empresa:
☐ Analíticos - para entender o passado
☐ Preditivos - para prever o futuro
☐ Simples - para explicar duas variáveis
☐ Complexos - para explicar várias variáveis, buscando entender a relação entre elas
☐ Outros - Qual(is)? _____
7. (Segurança de Dados) - O compartilhamento de dados do cliente segue a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)?
☐ Sim ☐ Não
8. (Segurança de Dados) - É solicitado autorização do compartilhamento dos dados ao cliente?
☐ Sim ☐ Não
9. (Segurança de Dados) - Referente a comunicação, os dados que são compartilhados entre as instituições são criptografados?
☐ Sim ☐ Não
10. (Macroambiente) A organização realiza de forma constante pesquisas do macroambiente, voltadas a tudo que influencia a empresa, tanto positiva, como negativamente, produtos e serviços oferecidos de forma a obter vantagens competitivas perante o mercado/concorrência?
☐ Sim ☐ Não



11. (Microambiente) A organização realiza de forma constante pesquisas em seu microambiente, voltadas a análise interna, que favoreçam a criação/melhoria dos produtos e serviços oferecidos de forma a obter vantagens competitivas perante o mercado/concorrência?
() Sim () Não
12. Existe um processo de monitoramento do Micro e Macroambiente?
() Sim () Não
13. (Vantagem Competitiva) De modo geral, você considera que a partir do uso do Big Data, aplicado a mineração e análise dos dados compartilhados através do Open Banking, agregou valor tanto para a instituição financeira, como seus clientes?
() Sim () Não

"Se você conhece o inimigo e conhece a si mesmo, não precisa temer o resultado de cem batalhas. Se você se conhece mas não conhece o inimigo, para cada vitória ganha sofrerá também uma derrota. Se você não conhece nem o inimigo nem a si mesmo, perderá todas as batalhas."

TZU Sun, A arte da guerra, 29 novembro 2010.