



O conceito de Business Intelligence e os seus benefícios para as organizações

Num mundo dominado por dados, é mais importante do que nunca as organizações perceberem como extrair o máximo de valor da imensidão de conhecimento digital disponível na ponta dos dedos. O rápido crescimento da necessidade de tomadas de decisões ágeis adiciona ênfase na direcção do desempenho das organizações o que, por si, exorta a aplicação de business intelligence.

Num mundo dominado por dados, é mais importante do que nunca as organizações perceberem como extrair o máximo de valor da imensidão de conhecimento digital disponível na ponta dos dedos. O rápido crescimento da necessidade de tomadas de decisões ágeis adiciona ênfase na direcção do desempenho das organizações o que, por si, exorta a aplicação de business intelligence.

Com este artigo, pretende-se fornecer uma maior clarificação relativamente ao âmbito de integração de ferramentas de business intelligence nas organizações.

O Conceito de Business Intelligence

Business Intelligence (BI), também conhecido como Inteligência de Negócios, é um conceito que surgiu em 1960 para facilitar o planeamento e a tomada de decisão nos modelos computacionais. Posteriormente, BI foi proposto como um termo para descrever os métodos para melhoria na tomada de decisões organizacionais com o uso de sistemas de suporte baseados em factos. É igualmente entendido como o processo de extrair novas informações a partir de dados que, por vezes, as organizações já têm, mas que não foram tratados e analisados devidamente por forma a conferir uma vantagem competitiva.

Deste modo, as ferramentas de BI permitem transformar dados não tratados em informação útil e relevante que conferem vantagens que se transformam em decisões estratégicas dentro da organização.



Os dados não tratados para posterior transformação são recolhidos em várias fontes, como sites,

blogs, informação de vendas, informação interna da organização, dados de clientes e redes sociais.

Actualmente, muito se fala sobre dados de alto volume (Big Data), e muitas vezes é confundido com Business Intelligence. Neste artigo, considera-se fundamental uma breve explanação das diferenças, e como estes podem ser complementares.

De modo geral, Big Data refere-se à prática de gerar, capturar e geralmente processar grandes quantidades de dados extremamente complexos de forma contínua, sendo que estes dados podem estar estruturados ou não. Num ambiente de negócios, apenas 10% dos dados recolhidos encontram-se devidamente estruturados. Big Data pouco se preocupa com a exatidão como em BI e onde, geralmente, o foco está no processamento de dados em busca de correlações e descobertas. O Big Data mostra caminhos e correlações antes desconhecidos, em pouco tempo, gerando várias vantagens para as instituições.

Por seu turno, Business Intelligence engloba ferramentas e sistemas que importam dados de qualquer tamanho e usam os mesmos para gerar informação útil que aponta para decisões específicas.

Pode-se dizer que Big Data é um tronco de madeira e Business Intelligence o machado que o vai cortar em pedaços. BI é a acção, o engajamento com a informação disponível, quer seja big data ou não, fazendo com que algo significante emerja daí.



Num ambiente empresarial, Big Data e BI podem trabalhar de forma eficiente em conjunto para melhorar o desempenho da organização.

As soluções de BI apresentam quatro componentes básicas:

- 1. Dados não processados (Raw Data)** - Os dados são a "pedra basilar" das soluções de business intelligence. Estes dados podem comportar qualquer coisa como uma mera tabela de salários e benefícios, o balanço de resultados, os aspectos implementados numa campanha de marketing ou ainda o registo de vendas do ano. Os dados da organização são tipicamente armazenados

em bases de dados e podem ser usados métodos e plataformas para extracção destes dados. Como resultado, as soluções de business intelligence são desenvolvidas com vários conectores de dados que permitem consolidar todas as bases de dados numa única central de dados.

- 2. Armazenamento de dados (Data warehouse)** - O armazém de dados é a plataforma que conecta todas as bases de dados e cria relações entre elas.
- 3. Acesso aos dados, análise e apresentação** - Quando todos os dados se encontram interligados, o próximo passo é fazer uso destes dados. Isto envolve o acesso aos dados, analisar para perceber as tendências e apresentá-los de modo simples para uma percepção imediata. Isto tudo é possível se forem usados painéis visuais interativos.
- 4. Dados em painéis visuais e reporte** - A componente vital de painéis visuais interactivos é a capacidade de continuamente registar, monitorizar e reportar os dados. Ao ter acesso personalizável e flexível a painéis visuais online, é possível estabelecer alvos, identificar padrões e tendências e descobrir insights que proporcionam melhorias e crescimento.

Principais Características

Inicialmente, as ferramentas de BI eram maioritariamente usadas por profissionais das tecnologias de informação (TI) que efectuavam análises e criavam relatórios sobre os modelos computacionais desenvolvidos para auxiliar na tomada de decisões das organizações. Actualmente, é cada vez mais acentuado o uso de ferramentas de business intelligence por parte de executivos e outros profissionais nas mais diversas áreas, quer seja para maximizar a rentabilidade, reestruturar processos organizacionais ou para segmentar novos clientes e mercados.

Hoje, com softwares mais leves e mais fáceis de se usar, o BI torna-se uma ferramenta de negócios fundamental, semelhante a outros sistemas de negócio como as plataformas CRM (Customer Relationship Management). Segundo um estudo realizado em 2019 pela New Vantage em 2019¹, 91,6% das multinacionais estão a aumentar os seus investimentos em dados de alto volume (big data) e inteligência artificial (AI).

//

Segundo um estudo realizado em 2019 pela New Vantage em 2019, 91.6% das multinacionais estão a aumentar os seus investimentos em dados de alto volume (big data) e inteligência artificial (AI).

//

De modo geral, business intelligence tem como propósito a melhoria de todas as áreas de uma organização, facilita o acesso aos dados da organização e posteriormente usa estes dados para maximizar a rentabilidade da mesma.

1 New Vantage, How Big Data and AI are Accelerating Business Transformation, 2019

De acordo com o estudo realizado pela Tata Consultancy², business intelligence, dados de alto volume (big data) e analítica estão entre as tecnologias disruptivas de topo que as organizações da Forbes Global 2000 têm implementado para impulsionar o sucesso das mesmas.

Diversas organizações partem do pressuposto de que os seus decisores devem basear as suas decisões mais em factos e menos na intuição e experiência, assim, o BI lida com informações factuais às quais dá o devido tratamento e análise para ajudar a identificar e desenvolver novas oportunidades.

As ferramentas de BI incorporam formas de análise avançada como a prospecção de dados (*data mining*), análise estatística e análise de dados de alto volume (*big data analytics*). Adicionalmente, estas ferramentas de business intelligence incluem:

1. Softwares de visualização de dados para criação de gráficos;
2. Ferramentas para criação de dashboards que ilustram dados sobre as métricas da organização.
3. Explorar novas oportunidades e implementar estratégias eficientes fornece às organizações um alto nível de vantagem competitiva e estabilidade a longo prazo.

A título de exemplo no mercado angolano, podemos observar abaixo o dashboard interativo da Bolsa de Valores e Derivados de Angola sobre as negociações feitas pelos membros desta.

Dashboard dos Mercados BODIVA - 2019



2 Tata Consultancy

Os Benefícios de Business Intelligence para as Organizações

1. Transformação de dados em informação útil

Os sistemas de BI são ferramentas de análise que proporcionam conhecimentos necessários para criar estratégias de sucesso nas organizações. Isto porque, estes sistemas possibilitam a identificação de tendências e padrões nos dados da organização e por consequente facilitam na conexão entre as diferentes áreas que à partida não apresentam correlação.

Quando se consegue visualizar dados com a ajuda de ferramentas de visualização de dados, consegue-se também contar uma história com os insights e comunica-se as descobertas com efetividade.

2. Incremento na eficiência dos processos internos

As ferramentas de BI podem ser usadas na partilha de informação entre diferentes áreas, o que economiza tempo nos processos analíticos e de relatórios. Tal facilidade na partilha de informação reduz a duplicação de tarefas na organização e melhora o rigor e a utilidade dos dados fornecidos pelas diferentes áreas. Segundo um estudo realizado em 2018 pela Dresner Advisory Service ³, mais de 90% das equipas de marketing e vendas disseram que as ferramentas de business intelligence na nuvem (Cloud BI) são essenciais na execução dos seus trabalhos.

3. Maior percepção sobre o comportamento dos consumidores

Através de análises aprofundadas, as ferramentas de BI permitem identificar as preferências de compra dos consumidores, o nível social, o que os motiva, o poder de compra, as condições económicas, e com base nestas informações é possível desenvolver produtos que correspondam com os factores de consumo. Neste sentido, é possível analisar qual dos canais de aquisição de clientes proporciona mais receita. A título de exemplo, um painel visual de uma loja de venda ajuda o gestor a conhecer o comportamento dos seus clientes.

4. Maior retorno sobre o investimento

Atingir todos os pontos descritos anteriormente representa um retorno sobre o investimento significativo na organização, desde a gestão eficiente de tarefas do dia a dia a métricas de vendas, até a análise e criação de futuras estratégias de crescimento. Sem o devido conhecimento, é fácil

estagnar nos modelos antigos de fazer as coisas, em hipóteses e noções, especialmente no que concerne ao comportamento do consumidor e as suas preferências.

³ Dresner Advisory Service, 2018 Wisdom of Crowds® Business Intelligence Market Study, 2018

É notório que o foco tem deixado de ser as soluções departamentais específicas. Em vez disso, passam a ser as soluções que abrangem toda a esfera organizacional que ajudem a manter toda a actividade estratégica e tática alinhadas com os objectivos da organização. Por isso, as ferramentas de business intelligence são resumidas como facilitadoras de uma ideia clara sobre o desempenho da organização e do cumprimento dos objectivos.

5. Sucesso nas actividades de marketing

Ao usar uma combinação de análise de marketing e previsões, é possível identificar as campanhas mais eficientes e os factores comuns que elas têm, e, por conseguinte, é possível usar estes dados na próxima iniciativa de marketing e aumentar a taxa de sucesso.

6. Controlo total sobre as operações aquisitivas

A aquisição está no centro das operações diárias de quase todos os negócios. No clima de hoje, a aquisição inclui serviços com vendedores terceirizados, agências e até trabalhadores autónomos. Existem vários indicadores chave de performance (KPI), mantê-los eficientes e consistentes é uma das chaves do sucesso. A aplicação de ferramentas de business intelligence na estratégia das operações aquisitivas garantem consistência no sucesso das mesmas.

As ferramentas de Business Intelligence podem agregar valor a todas as empresas, a criar uma visão compreensiva e a capacitar as equipas para que estas possam analisar os seus próprios dados, identificar ineficiências e influenciar a tomada de decisões. Vai-se notando cada vez mais empresas, inclusive médias empresas, a fazerem uso de ferramentas como SAP Business Intelligence, Microsoft Power BI, Tableau, Sisense e outras. Pode-se ainda verificar que sites como o Facebook e o YouTube também incorporam ferramentas analíticas disponíveis aos administradores de páginas.

Este documento foi preparado pela Kitambo Business Consulting, Lda.

Autor da publicação:

Hugo Adão, Consultant

Email: hugo.valter@kbc.co.ao

Relatório completo a 20 de Janeiro de 2020, 17:00 (GMT+1)

Relatório divulgado a 24 de Janeiro de 2020, 12:00 (GMT+1)

Este relatório é divulgado somente pelo site da Kitambo Business Consulting.

Para mais informações visite www.kbc.co.ao



KITAMBO BUSINESS CONSULTING

Este relatório de pesquisa foi preparado pela Kitambo Business Consulting, Lda. Este é fornecido apenas para fins informativos e não deve ser considerado como uma oferta de venda ou solicitação de uma oferta de compra ou venda de instrumentos (ou seja, instrumentos financeiros aqui mencionados ou outros interesses no que diz respeito a tais instrumentos financeiros).

O relatório de pesquisa foi preparado de forma independente e exclusivamente com base em informações disponíveis publicamente que a Kitambo Business Consulting considera confiáveis. Apesar de ter sido tomado um cuidado razoável para assegurar que o seu conteúdo não é falso ou enganoso, não é feita nenhuma representação quanto à sua exactidão ou integridade sendo que a Kitambo Business Consulting não assume qualquer responsabilidade por qualquer perda directa ou consequential, incluindo, sem limitação, qualquer perda de lucros, decorrente da confiança neste relatório de pesquisa.

As opiniões aqui expressas são as opiniões dos analistas responsáveis pela elaboração do relatório de pesquisa e reflectem o seu julgamento de acordo com a data deste documento. Estas opiniões estão sujeitas a alterações e a Kitambo Business Consulting não se compromete a notificar qualquer destinatário deste relatório de tais alterações nem de quaisquer outras alterações relacionadas com as informações fornecidas aqui. A KBC não se responsabiliza por qualquer perda de qualquer pessoa com base nesta publicação.

A KBC é uma empresa de consultoria de gestão, fundada em Angola e conhecedora do mercado africano.

Para mais informações visite www.kbc.co.ao