

**EXTRA**

# PCWORLD

TECNOLOGIA+INOVAÇÃO+PRODUTIVIDADE

[WWW.PCWORLD.COM.BR](http://WWW.PCWORLD.COM.BR)

## BUSINESS INTELLIGENCE

Saiba como as ferramentas de BI permitem reunir, armazenar e analisar os dados de companhias de todos os portes





**3 Capítulo 1**  
O que é Business Intelligence e  
o que ele pode fazer pela sua empresa

**7 Capítulo 2**  
BI: Porque as empresas estão investindo

**12 Capítulo 3**  
Na hora de implementar o BI

**17 Capítulo 4**  
Casos de sucesso

**22 Capítulo 5**  
Glossário

**23 Capítulo 6**  
Principais fornecedores de BI

# O que é **BUSINESS INTELLIGENCE**

E o que ele pode fazer pela sua empresa



**S** seja a empresa de grande, médio ou pequeno porte, ela seguramente coletou uma infinidade de informações ao longo de sua existência. Desde os dados contábeis até aqueles relacionados a clientes, estoque e recursos humanos, todos eles podem ter utilidade maior do que se imagina. “As necessidades de BI hoje são as mesmas nas pequenas, médias e grandes empresas. A diferença está no volume de dados”, afirma Maurizio Niccolai, Gerente de Marketing e Soluções da HP Brasil. “Todos querem entender clientes e saber onde há riscos para os seus negócios”, observa o executivo, explicando que tudo isso é possível a partir da análise de dados distribuídos pela empresa.

O BI atende desde a pequena até a grande empresa. “As necessidades de saber, por exemplo, quem vende mais, qual produto dá maior margem de lucro e outras informações desse tipo, são comuns às empresas de todos os portes”, avalia Marcos Chomen, diretor regional da Cognos no Brasil. Flávio Bolieiro, vice-presidente da MicroStrategy para a América do Sul, concorda que o BI é hoje importante para todas as empresas.

“No mundo de tempestade de informações, é preciso conseguir filtrar as informações, e o BI pode ajudar em duas coisas fundamentais: reduzir custos e aumentar receitas. Como? Otimizando processos por meio da análise de dados, melhorando produtos ou criando novos. Com isso as empresas, independente de seu tamanho, podem conquistar novos clientes”, afirma Bolieiro.

Adriano Chemin, vice-presidente de vendas indiretas da Oracle Brasil, subsidiária da companhia que está em processo de aquisição da Hyperion, acredita na tendência de massificação que, segundo ele, já havia sido verificada por institutos de pesquisa. “A IDC já apontou a necessidade de massificação do BI. Suas informações devem apoiar qualquer decisão corporativa de qualquer departamento”, afirma o executivo.

Até então guardadas em planilhas de Excel, Access ou bancos de dados existentes no mercado, todo este universo acabava esquecido,

## Capítulo 1 O que é Business Intelligence

sem utilidade histórica maior para a empresa detentora. Além disso, como normalmente os dados eram mantidos em ilhas em cada um dos departamentos da organização, sem correlações de negócios com os demais, colher a informação necessária e analisá-la em tempo de utilizá-la em favor do negócio era algo trabalhoso e difícil. E é exatamente aqui que entram as ferramentas de Business Intelligence, mais conhecidas no mercado por sua sigla BI (pronunciada em inglês).

Com elas fica mais simples reunir, armazenar, acessar e analisar todos os dados corporativos reunidos pela empresa ao longo de sua história. As informações passam a apoiar a tomada de decisões e, mais do que isso, indicar caminhos e mudanças

benéficas a serem seguidos e tomados por uma empresa. “BI não é novidade”, diz Luiz Câmara, presidente da InfoBuild. “A análise de dados já acontece há muito tempo. A diferença é que agora ela é muito usada para a tomada de decisões”, explica, acrescentando que à medida que cresce a concorrência, a compreensão e correta interpretação de todos esses dados pode ser vital para uma empresa. “Trabalhar

e extrair o melhor das informações pode ser o motivo de sobrevivência de uma empresa hoje”, completa Niccolai.

Como o próprio nome sugere, as soluções de Business Intelligence são adotadas para trazer inteligência ao negócio de uma companhia. Elas envolvem ferramentas e sistemas desenvolvidos para coletar e analisar dados de maneira planejada e estratégica para a organização – o BI auxilia as empresas a traçarem o perfil de seus clientes, oferecer suporte adequado a cada um deles, realizar pesquisas e fazer a segmentação do mercado, fazer análises estatísticas e inventários, entre outra infinidade de aplicações. O BI se



***O BI ajuda em duas coisas fundamentais: redução de custos e aumento de receita, otimizando processos por meio da análise de dados, melhorando produtos ou criando novos***

Flávio Bolleiro, vice-presidente da MicroStrategy para a América do Sul



coloca como um mecanismo de feedback, não importando o tamanho da empresa nem a área cujos dados são analisados. Toda vez que a empresa tem esse feedback, ela consegue melhorar o processo, seja ele qual for. “É possível ter uma visão mais ampla daquilo que se passa com suas operações”, afirma Câmara. Mais que isso, Bolieiro lembra que, com o BI é possível às empresas fazer correções de rota antes que sejam surpreendidas por resultados abaixo dos planejados.

Com o passar do tempo, e seguindo o exemplo da evolução da grande maioria das tecnologias disponíveis atualmente, o BI ganhou incrementos e teve suas funcionalidades aprimoradas, passando a ser considerado um aplicativo de análise preditiva (análise de dados com capacidade de prever acontecimentos e comportamentos), com capacidades de agregar e analisar todos os dados recolhidos pelas companhias por meio de sistemas de gestão empresarial, ferramentas de gerenciamento da cadeia de suprimentos (Supply Chain Management) e, em especial, das soluções de gestão do relacionamento com o cliente (CRM). “O BI era uma ferramenta de controle e planejamento de médio e longo prazos, que emitia relatórios anuais e semestrais, com base nos quais era possível fazer planejamentos. Hoje, é muito mais proativo”, destaca Câmara, da InfoBuild.

Bolieiro vai mais além e lembra que o BI em si não é uma ferramenta milagrosa. Ao contrário, ele necessita de alguém com muito conhecimento do negócio na operação da ferramenta. “Por outro lado, o mercado tem exemplos claros de sucesso: empresas que começaram a fazer uso pensando apenas na geração de relatórios e que, com o tempo e a percepção exata de como utilizar o BI, passaram a medir muito melhor o retorno do investimento”, afirma.

De todo modo, Chemin lembra que, no Brasil – região ainda em período de amadurecimento da tecnologia – a maioria das empresas ainda não utiliza a ferramenta como fonte de relatórios analíticos. “Estudos da IDC Brasil apontam que o BI ainda é mais utilizado para otimizar custos em função da redução de pessoal do que para extrair informações”, revela. ●

# BI: porque as empresas estão investindo

**O** mercado de BI foi um dos que apresentou maior crescimento em 2006 no Brasil, de acordo com Alejandro Floreán Rodríguez, analista de pesquisas de software da IDC Latin America.

Segundo levantamentos da consultoria, no Brasil, o setor totalizou um volume de 105,2 milhões de dólares no ano – o número representa um incremento de 16,3% na comparação com 2005. “Os principais aceleradores são o consumo de ferramentas de acesso e entrega de informações e a sua integração com os aplicativos de ERP e CRM”, explica o Rodríguez. “As empresas começam a entender o BI. Elas sabem que o ROI (retorno sobre o investimento) virá rapidamente e então começam a movimentar o mercado”, diz Câmara, da InfoBuild, referindo-se ao mercado de pequenas e médias empresas.

A integração, aliás, deve ir além da simples conversa entre aplicativos distintos, culminando em sua convergência. Chemin, da Oracle, cita como o exemplo o mercado de CRM (Customer Relationship Management), cujas empresas tendem a ser absorvidas por outras com atuação mais ampla. “Isto acontece porque, do ponto de vista do cliente, não faz sentido ter várias soluções, com várias plataformas e pessoal especializado em tecnologias distintas. Quando tudo é oferecido em uma única solução, é mais produtivo tanto do ponto de vista de TI como dos próprios usuários”, diz. A tendência consolida as soluções e as torna mais acessíveis a empresas com estruturas menores.

No topo da lista de prioridades dos executivos de tecnologia em todo o mundo, as soluções de Business Intelligence agora evoluem de simples ferramentas informativas para o status de





ferramentas estratégicas para suas empresas. “O BI aparece pelo terceiro ano consecutivo em segundo lugar na lista de prioridades dos CIOs. E o motivo para isso é simples: as empresas buscam inteligência para seus negócios, e não mais apenas o relato de informações”, afirma Donald Feinberg, vice-presidente do Gartner.

Segundo o Gartner, o BI também será parte integrada à maioria das aplicações corporativas até 2012. A consultoria prevê que até lá, os usuários irão interagir com as ferramentas de BI como elemento em 85% de todas as aplicações de negócio. No mesmo ano, o BI envolverá tanto a identificação de oportunidades nos departamentos de suporte às decisões táticas, quanto será mais persuasivo e integrado a aplicações corporativas amplas, para direcionar transformações de negócio, conforme as previsões do Gartner.

De acordo com a pesquisa, a empresa que em 2012 tiver a habilidade de usar o BI, de um modo geral terá mais sucesso nas iniciativas de implementação e uso destas ferramentas analíticas. Tanto é assim, que a expectativa é que aplicações desse gênero representarão mais de 50% dos sistemas de análise implementados. “Mas isso não basta para o sucesso dos negócios”, diz Feinberg. “Será preciso que as ferramentas de BI sejam bem implementadas. E isso não é tarefa simples”, garante o analista.

Em 2006, a IDC Brasil realizou uma pesquisa com 800 empresas de grande (consideradas assim por contarem com mais de 500 funcionários) e médio (estas com até 500 funcionários) portes no País. Segundo o levantamento, entre aquelas consideradas de médio porte, 75% ainda não possuem ferramentas de business intelligence. A análise do instituto de pesquisa aponta a tendência de que elas comecem a adotar o BI em maior escala conforme as soluções adotem formatos que atendam ao mercado de pequenas e médias empresas.

Também em 2006 o Gartner divulgou uma pesquisa na qual apostava que, já em 2008, as aplicações e plataformas de BI seriam capazes de oferecer aos usuários um alto nível de análise, melhor

integração com o foco de seus negócios e processos funcionais para aumentar a eficiência de suas operações. Além disso, previu que dali até 2009, haveria uma tendência de compra de aplicações de BI pré-configuradas e, antes de 2010, os vendedores de software de BI experimentariam a consolidação, que viria depois do efeito dominó de aquisições.

De fato, as duas primeiras previsões se concretizaram antes do prazo. As soluções já começam a ser oferecidas para atender às pequenas empresas e inclusive já contam com grandes capacidades de análise de dados. Mas apesar disso, segundo Feinberg, o mercado latino-americano sofre hoje com a escassez de mão-de-obra especializada em BI, bem como com a falta de conhecimento sobre a tecnologia. E isso torna a solução um pouco mais cara, dificultando o acesso da pequena e média empresa.

No entanto, à medida que percebem ser este um mercado em franco desenvolvimento e crescimento, as consultorias de menor porte devem começar a se especializar em BI, levando seus serviços ao SMB. “A mão-de-obra especializada e em quantidade suficiente deve aparecer no mercado latino-americano nos próximos três a cinco anos”, prevê Feinberg. O lado bom dessa história, segundo ele, é que não haverá o risco de perda de investimentos, já que as pequenas empresas poderão aprender com experiências em outros segmentos.

Mesmo assim, já há no mercado empresas, como a Ética Software, do grupo francês Keyrus, que oferecem consultoria e integração especializada em BI para pequenas e médias empresas. Christiano Gonçalves, diretor-técnico da companhia, admite que falta mão-de-obra nesse setor. “Isso não é privilégio do Brasil, mas de todo o mundo”, afirma. “O mercado de pequenas empresas vem representando uma excelente surpresa para o

nosso negócio”, conta, revelando que este ano a empresa começou a ganhar clientes de pequeno e médio portes – hoje entre 10% e 15% dos contratos são oriundos de clientes de menor porte. ●

#### BI EM NÚMEROS

**Receita do mercado de BI no Brasil (2006):**  
**105,2 milhões de dólares**

**Crescimento no Brasil (entre 2005 e 2006):**  
**16,3%**

Fonte: IDC Brasil

# Na hora de IMPLEMENTAR O BI

**A** exemplo de qualquer implementação de tecnologia, a de business intelligence também exige planejamento e organização. “A implementação é mais ou menos a mesma adotada para a grande empresa, com a diferença que, na pequena organização, o volume de dados a ser organizado é inferior”, explica Câmara, da InfoBuild. “É muito mais fácil implementar BI em uma empresa pequena, pois provavelmente ela não tem plataformas diferentes, não tem diversidade de fontes. O ambiente é menos complexo”, afirma. “A pequena empresa tem mais agilidade. O processo de disponibilização do BI é mais rápido, pois passa por menos pessoas”, apóia Chomen.

Com os avanços e ajustes feitos na tecnologia de BI para levar as soluções para o mercado de pequenas empresas, utilizar essas ferramentas tornou-se mais simples. Segundo os especialistas, antigamente, nos primórdios do surgimento do BI, os dados em um data warehouse precisavam ser guardados em formatos específicos para serem analisados. Hoje eles já podem ser lidos em qualquer formato, do Excel àqueles arquivados em mainframes (no caso das empresas de grande porte). “Qualquer software de BI com padrão mundial atende as necessidades das empresas de menor porte que não tenham requisitos específicos. Então, não são as funcionalidades da solução que devem decidir qual fornecedor escolher”, adverte Câmara. “Da mesma forma que existem ERPs para grandes indústrias com as mesmas funcionalidades para as pequenas, temos ótimas ofertas de BI para as empresas com menos de cem computadores”, completa Chomen.

Questões técnicas à parte, os especialistas dão dicas práticas daquilo que deve ser considerado no momento em que a empresa decide implementar o BI. Para Niccolai, da HP, em primeiro lugar, é fundamental que o cliente tenha confiança em seu fornecedor. “É preciso buscar saber aquilo que ele tem feito no mercado e expor os problemas da empresa para esse fornecedor”, aconselha.

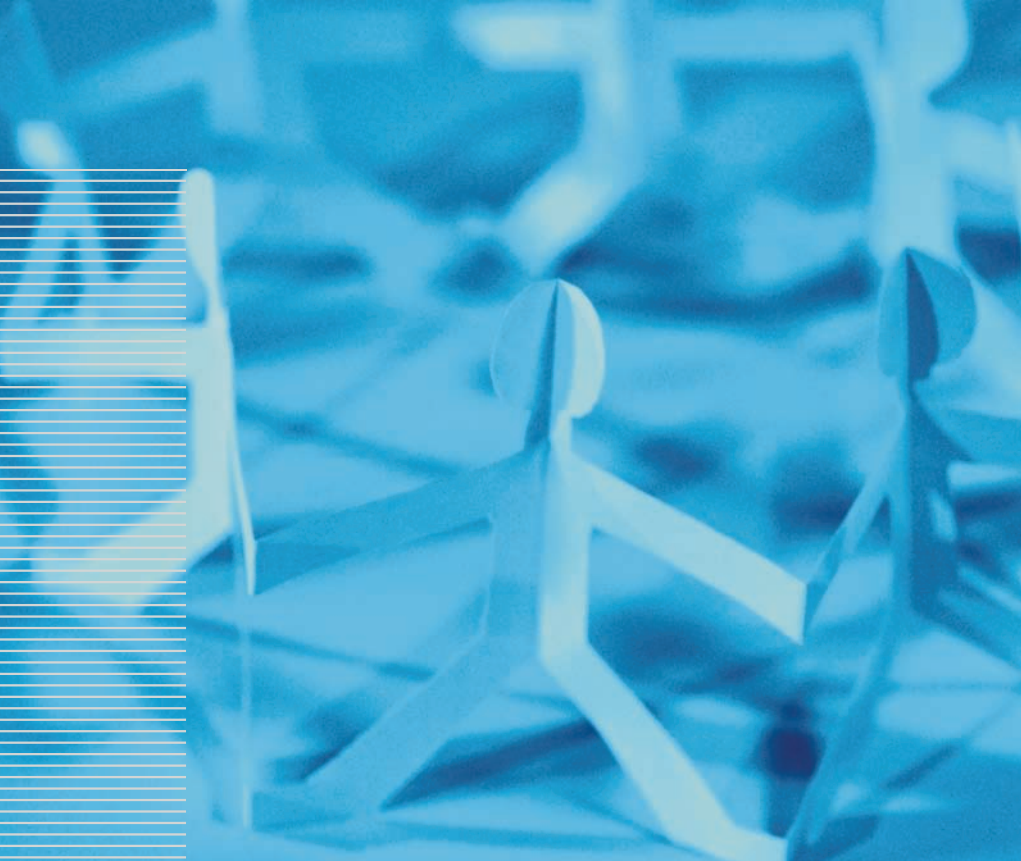
Outro ponto importante ressaltado por Chemin, da Oracle, é a adoção de uma metodologia de implementação que se realize em ciclos curtos, o que facilitaria a medição do retorno sobre o investimento, e sempre com foco no usuário. “Soluções escaláveis e flexíveis permitem este tipo de implementação, com visão do todo e privilegiando entregas rápidas”, diz, ressaltando outros pontos como capacidade de interação e integração com outros sistemas, robustez de arquitetura e funcionalidades entregues ao usuário final. “Um exemplo são os alertas de negócios e a capacidade de decisões em tempo real, levando em consideração o contexto histórico das informações”, completa.

Saber para o que o BI será utilizado é outro requisito básico para o sucesso da implementação. “Tem-se uma idéia de que BI é caro. Mas

não é se você souber exatamente para o que ele será utilizado”, diz Gonçalves. “O retorno sobre o investimento (ROI) nesse caso é muito rápido”, garante. Segundo o consultor, a possibilidade de começar projetos de BI sem um investimento inicial também facilita a entrada da pequena e média empresa nesse segmento. Câmara, da InfoBuild, concorda: “A empresa precisa ter planejamento para descobrir dimensões, indicadores e dados que valem a pena controlar”, diz ele. “É fundamental saber o que ela vai fazer com aquilo, bem como ter um planejamento de ROI”, completa. Para isso é necessário também fazer uma análise do TCO (custo total sobre propriedade), adverte Câmara, explicando que o TCO deve incluir custos de treinamento, gastos de recursos e implementação, além das despesas com o próprio software, que pode ser adquirido no modelo de serviço (SaaS – Software as a Service), ASP (Application Service Provider) ou como licença.

### TRABALHO CONJUNTO

A mais difícil e, ironicamente, mais fundamental das questões para o sucesso do BI diz respeito à cultura dos profissionais de uma empresa. “É preciso educar e envolver todos os profissionais”, sugere Gonçalves. “Se a empresa não tem alguém que incentive todos os envolvidos para o projeto sair, não há ferramenta que garanta o seu sucesso.” Não basta aos profissionais de TI saberem para que será utilizado o BI. Quando a empresa toma a decisão de implementá-lo, é fundamental que a equipe de TI entenda perfeitamente para o que cada uma das áreas utilizará a solução. “É necessário um planejamento e gerenciamento conjunto na hora de implementar e cuidar do BI”, diz Feinberg, do Gartner. “Alguém precisa explicar para todos os usuários os benefícios dessa tecnologia”, afirma Gonçalves.



Segundo ele, os responsáveis por sistemas da informação nas organizações devem certificar-se a respeito do absoluto alinhamento entre a estratégia da companhia e os seus objetivos principais, indicadores de desempenho e sistemas de compensação. “Um dos maiores problemas, especialmente na América Latina, é que o departamento de TI ainda é muito controlador e ditador e tende a não trabalhar corretamente com as unidades de negócios”, observa Feinberg. “Não basta perguntar o que eles precisam. É preciso trabalhar conjuntamente”, aconselha.

Para Gonçalves, as ferramentas de BI só não são amplamente adotadas porque falta esse alinhamento estratégico, bem como de suporte adequado. “As soluções de BI bem implementadas ajudam as

pessoas a fazerem seu trabalho bem feito.”

Chomen, da Cognos, diz que nas pequenas empresas, por conta da maior proximidade entre as áreas, este acaba não sendo um problema. “A comunicação entre elas é mais rápida”, diz ele. “O pulo do gato está em o pequeno e médio empresário mudar a visão de que BI não é para ele”, diz Chomen. “O investimento em um BI não é algo tão alto quanto se imagina. Com 50 mil reais é possível ter um BI implementado. O investimento é proporcional ao tamanho da empresa. Se ele tem poucos usuários, pagará menos do que a empresa com muitos usuários”, explica.

O uso de tecnologias de código aberto também é outra alternativa para as empresas com menor poder de aquisição. “É essa força que move os nossos projetos, especialmente nas pequenas empresas”, diz Gonçalves. ●

### DICAS PARA O SUCESSO

Especialistas, fornecedores e profissionais de TI que alcançaram bons resultados com a implementação de ferramentas de business intelligence dão dicas para o sucesso das soluções. Confira:

- Faça um inventário de suas tecnologias, ferramentas e dados. Identifique o que tem valor e o que não tem;
- Trace o perfil de todos os usuários de informações analíticas dentro da empresa para facilitar o desenvolvimento e mapeamento da solução;
- Certifique-se de que a solução de BI escolhida é fácil de usar;
- Lide com os seus problemas de qualidade de dados, sejam eles operacionais ou de suporte a decisões. O primeiro passo é admitir que há problemas de qualidade de dados;
- Unifique as regras de negócios na empresa com um esquema centralizado capaz de gerá-las, mantê-las e aplicá-las;
- Entenda os projetos de BI interdepartamentais. Embora sejam mais difíceis de implementar, eles normalmente geram resultados muito mais valiosos;
- Desenvolva um plano para endereçar as demandas operacionais de TI (hardware, software e segurança) a fim de suportar comunidades de usuários maiores e mais complexas.



# Casos de SUCESSO



## Teeleap

### BI permite implementar projeto para acompanhamento de vendas

**H**á alguns meses a Teeleap, empresa especializada em distribuição e logística para o setor de telecomunicações, concluiu a implementação de seu sistema de Business Intelligence. Na concepção inicial do projeto, o objetivo da companhia era fornecer relatórios para todas as suas divisões e melhorar a velocidade da análise de dados e informações para a tomada de decisões.

Como resultado do projeto, implementado sobre a plataforma da MicroStrategy, a empresa diz ter obtido relatórios confiáveis com custos reduzidos, alto desempenho, análise em tempo real e, fundamental para dar agilidade à operação, independência das áreas de negócio em relação ao departamento de TI.

Especializada na prestação de serviços para a área de telecomunicações, a Teeleap atua nos segmentos de banda larga, telefonia móvel, tecnologia, áudio e vídeo e infra-estrutura. Com este perfil, a companhia necessitava de agilidade para entrega de análises e informações gerenciais. Rosane Prado, gerente de TI da empresa, explica que antes do BI, a companhia possuía relatórios gerenciais estáticos, desenvolvidos pelo seu sistema de ERP. O principal obstáculo estava no fato de que estes relatórios demandavam no mínimo 40 horas em caso de alterações.

“Não tínhamos a flexibilidade de análise e muitas informações eram inconsistentes e distorcidas em relação às contidas em nosso banco de dados. Com o BI a confiança nestas informações aumentou, além de possibilitar a customização e o desenvolvimento dos relatórios de acordo com a necessidade específica de cada usuário”, ressalta.

Inicialmente o projeto foi concebido para extrair informações referentes à área comercial, como metas de faturamento, vendas, margens, etc. Passada a primeira fase, e comprovada sua eficiência, o sistema foi expandido para as áreas de compras, estoque, frete, análises de risco e ainda para o Projeto TV, que acompanha o andamento da empresa em tempo real, com o objetivo de permitir uma concorrência sadia entre os colaboradores.

De hora em hora, os relatórios com as metas e resultados de venda de cada área e vendedor são atualizados e disponibilizados por sete televisores de 42 polegadas, espalhados pela companhia, o que permite aos 160 colaboradores da Teeleap e cerca de 40 representantes em todo Brasil acompanharem os resultados gerados pelo sistema.

Segundo Rosane, o projeto não deve parar por aí. A idéia é implementar novos módulos até o início de 2008. “O BI será implementado em toda a área operacional. O próximo passo são os departamentos financeiro, contábil e de recursos humanos da empresa. Na área tática, o projeto disponibilizará informações geradas pelo BI para os celulares, palms e fornecedores. Também estamos prevendo nos próximos seis meses a implementação do módulo de backlog e de um BSC (balanced score card)”, finaliza.

## D'avó Supermercados

BI permite criação de campanhas direcionadas



**C**om cinco lojas em São Paulo e dois hipermercados (Suzano e Mogi das Cruzes, também em São Paulo) a rede de supermercados afirma conseguir hoje a mesma capacidade de consolidação de informações que as grandes redes concorrentes. A demanda pela adoção do sistema surgiu com a criação de um cartão de crédito de bandeira própria, oferecido gratuitamente aos clientes.

Na época, a rede percebeu que, além do alto custo de manutenção e das dificuldades de atualização, a infra-estrutura de TI responsável pelo processamento dos cartões não atenderia à demanda por informações do perfil dos clientes. A solução adotada foi o SQL 2005, da Microsoft,

com o qual a rede passou a contar com recursos integrados de BI, responsáveis pela consolidação de informações mais precisas sobre os clientes, permitindo a criação de campanhas direcionadas.

“Ao investir em tecnologia, o D’avó Supermercados se capacitou para inovar e oferecer os mesmos serviços de qualidade dos gigantes do varejo”, afirma Willian Rocha, gerente da divisão de Tecnologia do grupo D’avó Supermercados.

Figurando hoje em oitavo lugar no ranking estadual de supermercados, a rede D’avó Supermercados foi criada em 1983 por uma família de imigrantes portugueses. Em 1997 foi criado o Cartão Confiança. A iniciativa teve aceitação imediata e crescente, a ponto de contar hoje com cerca de 300 mil clientes e responder por 40% do faturamento do grupo.



### ***Ao investir em tecnologia, o D’avó se capacitou para oferecer os mesmos serviços de qualidade que os gigantes do varejo***

William Rocha, gerente de TI  
do grupo D’avó Supermercados



Porém, a infra-estrutura de TI desenvolvida em Cobol para processamento das transações, baseada em Linux e banco de dados Informix, não acompanhou satisfatoriamente o ritmo de crescimento da iniciativa. “Além do alto custo de manutenção e da dificuldade de atualização, não tínhamos condições de explorar o potencial das informações sobre o perfil dos clientes”, comenta Rocha.

Depois de excluir a possibilidade de processar as transações externamente, o que inviabilizaria a gratuidade do cartão, o D’avó Supermercados decidiu implantar um sistema interno. O grupo pesquisou diversas soluções de Mercado antes de optar pela solução Microsoft Windows/SQL Server.

Para Rocha, dois pontos foram decisivos na escolha do Windows Server 2003 e do Microsoft SQL Server 2005 x64 Enterprise Edition. “Com eles, contaríamos com recursos de Business Intelligence integrados e com o potencial da plataforma de 64 bits para expandir a solução futuramente”, destaca.

A facilidade de implantação e desenvolvimento também foi considerada na decisão. Dessa forma, a personalização do sistema com

as regras de negócios dos mercados poderia ser realizada em menos tempo. Segundo Rocha, desde março de 2007 a solução está totalmente implantada e funcional. O momento da migração também foi aproveitado para dar consistência à base de dados antiga e só depois disso ela foi transferida para o novo ambiente.

Com a adoção da solução, Rocha destaca uma série de benefícios. Em relação ao conhecimento dos clientes, por exemplo, ele lembra que a base de dados mais consistente e consolidada com o Microsoft SQL Server 2005, unida aos recursos de BI, permitem que o D'avó Supermercados conheça melhor o perfil dos clientes e desenvolva campanhas e promoções direcionadas. A perspectiva do grupo é se aproximar mais de seu público, conhecendo seu comportamento e interagindo de forma mais efetiva para oferecer melhor atendimento.

Os planos do D'avó Supermercados também incluem a integração do novo sistema com os PDVs nas frentes de loja. Dessa forma, será possível oferecer mais serviços e comodidade aos clientes, por exemplo, com a consulta e o pagamento de extratos do cartão em qualquer caixa do mercado. O gerente lembra ainda que o grupo também poderá inovar e se manter sempre ao lado do que há de mais avançado.

De acordo com Rocha, o D'avó fez parte do segundo grupo de empresas cadastrado pela Secretária da Fazenda do Estado de São Paulo para participar do projeto da Nota Fiscal Eletrônica (NF-e). Nesse trabalho, a empresa elegeu como parceiros o Windows Server 2003 e o SQL Server 2005. Hoje, a NF-e é integrada ao aplicativo, otimizando o fluxo de trabalho e reduzindo o volume de impressão.

"Se tivéssemos adotado outro banco de dados, teríamos que adotar uma ferramenta de Business Intelligence separadamente", comenta Rocha, destacando a proteção do investimento realizado pelo o grupo. Além disso, a adoção da ferramenta se alinhou com a padronização da rede que foi realizada em 2005 com servidores, estações e sistema de correio. "Certamente, a gestão do novo ambiente é mais eficiente e econômica", acrescenta Rocha. O gerente ressalta também que, pelo fato de a plataforma Microsoft ser altamente difundida, é mais garantido encontrar mão-de-obra especializada e outros recursos de suporte. ●

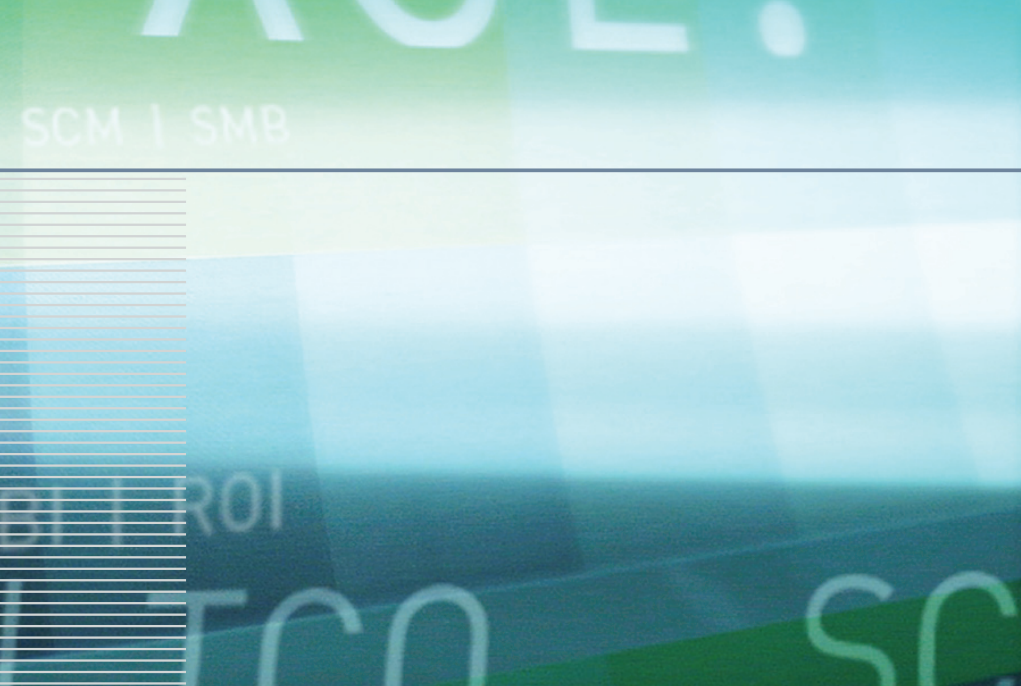
**ASP** | Application Service Provider. Em português, a sigla faz referência a um provedor de aplicações como serviço. Um terceiro que hospeda, por exemplo, o ERP ou o SCM e então os vende como um serviço para os clientes. Ao invés de comprar as licenças do fornecedor de software, o consumidor contrata – e paga – a solução com base em volume de utilização e o provedor fica responsável pela manutenção de parte da infra-estrutura (aquela necessária para armazenar a solução), sua manutenção, atualizações e questões de segurança, entre outras.

**BI** | Business Intelligence. O termo, que traduzido para o português seria algo como “inteligência de negócios”, representa o conjunto de ferramentas e sistemas responsáveis por boa parte do processo de planejamento estratégico de uma corporação.

**CIO** | Chief Information Officer. Principal executivo da área de tecnologia da informação em uma organização.

**CRM** | Customer Relationship Management. Pacote de soluções para gestão do relacionamento com o cliente.

**Dashboard** | Painel de controle de parâmetros da empresa a serem avaliados para melhoria do negócio.



**Data warehouse** | Também vista algumas vezes sob o acrônimo DW, a expressão faz referência a um espaço onde ficam armazenados uma série de dados capazes de suportar decisões de negócios. Um data warehouse apresenta uma fotografia coerente da saúde financeira de uma companhia em um determinado espaço de tempo.

**ERP** | Enterprise Relationship Management. Gestão das relações empresariais.

**On demand** | Sob demanda. Termo utilizado normalmente para o modelo de vendas que não envolve licenças, mas a quantidade de processamento, por exemplo, que o cliente contrata. Aqui, ele tem a possibilidade de solicitar maior capacidade conforme a sua estrutura cresce.

**ROI** | Return Over Investment. Cálculo do retorno sobre o investimento feito pela empresa em uma solução.

**SCM** | Supply Chain Management. Sistema de gerenciamento da cadeia de suprimentos.

**SMB** | Small and Medium Business. Mercado que reúne as pequenas e médias empresas.

**TCO** | Total Cost of Ownership. Termo utilizado para designar o cálculo do custo total de propriedade de uma solução.

### **IBM/Cognos**

A Cognos, que foi comprada pela IBM, aposta na oferta do Cognos 8 Business Intelligence para aprimorar o desempenho empresarial. A solução envolve planejamento, monitoramento e gerenciamento de métricas e indicadores de desempenho por meio de scorecarding, com o uso de software de BI. O scorecarding é um conceito que permite ao usuário visualizar os resultados de seu negócio a partir de diferentes pontos de vista.

**[www.cognos.com/latin/sp/br.html](http://www.cognos.com/latin/sp/br.html)**

### **InfoBuild**

Representante com exclusividade no Brasil dos produtos da Information Builders, a InfoBuild é uma empresa especializada em soluções de Business Intelligence, integração de aplicações e SOA. Os produtos principais da companhia são as plataformas WebFOCUS e iWay Software. Uma das principais características da solução de BI comercializada no Brasil pela InfoBuild é sua capacidade de acesso a diversas fontes de dados e possibilidade de rodar em múltiplas plataformas.

**[www.infobuild.com.br](http://www.infobuild.com.br)**

### **Microsoft**

No início de 2004, a Microsoft lançou soluções para desenvolvedores de reporting (para a geração de relatórios e análise de dados baseadas em .NET) e ferramentas para análise de dados com base na linguagem .NET. Entre eles estão os softwares Axapta, Navision e Salomon, pertencentes à linha Microsoft Business Solutions for Analytics. Todas elas facilmente integráveis à plataforma Microsoft SQL Server.

**[www.microsoft.com/brasil](http://www.microsoft.com/brasil)**



## **MicroStrategy**

As soluções da MicroStrategy envolvem tanto a parte de análise de dados como módulos para atender a questões pontuais, como a automação de vendas, análise de tráfego na internet, CRM, RH e análises financeiras. A nova versão da plataforma MicroStrategy é a 8.1, que ganhou recursos de painel de controle para melhor gestão e uso das informações.

**[www.microstrategy.com.br](http://www.microstrategy.com.br)**

## **Oracle/Hyperion**

A Oracle possui o Business Intelligence 10g, banco de dados planejado para computação em grid, conceito que a fornecedora divulga como uma das maneiras mais flexíveis e econômicas para gerenciar os dados corporativos. Apesar disso, a empresa deve mesmo atacar o mercado de pequenas e médias empresas com as soluções herdadas a partir da aquisição da Hyperion, concretizada no primeiro trimestre de 2007.

**[www.oracle.com/hyperion/index.html](http://www.oracle.com/hyperion/index.html)**

## **SAP/Business Objects**

A Business Objects agregou o BI ao seu portfólio de produtos em 2003, quando adquiriu a Crystal Decision. Sua plataforma de BI é a BusinessObjects T XI, voltada para relatórios, consultas e análises, gerenciamento de desempenho e integração de dados. Em outubro deste ano a Business Objects teve sua compra anunciada pela SAP. A transação, que ainda aguarda aprovação dos órgãos reguladores de seus respectivos países, acirrará a disputa entre a Oracle e a SAP pelo mercado de BI para pequenas e médias empresas.

**[www.brazil.businessobjects.com](http://www.brazil.businessobjects.com)**

## **SAS**

A solução de business intelligence oferecida pelo SAS está baseada na tecnologia de análises e integração de dados da companhia. O SAS Enterprise BI Server engloba uma suíte de softwares de BI para atender às necessidades tanto do ponto de vista de gestão de TI quanto da área de negócios.

**[www.sas.com/br](http://www.sas.com/br)**

