**SOCIEDADE EDUCACIONAL DE ITAPIRANGA – SEI**

**FACULDADE DE ITAPIRANGA – FAI**

# JEAN CARLO BOSI DA SILVA

**NATASCHA SCHNEIDER ZINHANI**

**NATASHA KERLEY SOMMER**

**SIDNEI LUIZ BECKER**

**BUSINESS INTELLIGENCE**

**Itapiranga, SC**

**2017**

1. **INTRODUÇÃO**

Com o avanço da tecnologia, houve uma revolução nos mais variados setores, a área comercial recebeu um impacto enorme dessas novas tecnologias. Se aproveitando das vantagens que isso trouxe para o mercado, as empresas imediatamente buscaram de qualquer forma obter vantagens para obter rentabilidade e impulsionar os negócios. Atualmente a empresa não tem mais somente o concorrente regional como ameaça, com a internet o mundo todo se tornou um grande mercado produtor e consumidor, onde as mais diferentes mercadorias são comercializadas, “só quem se destacar sobreviverá”.

As ferramentas de BI estão disponíveis para procurar garantir essa “sobrevivência” da empresa. Em uma forma que isso acontece, o *Business Intelligence* auxilia as empresas a traçarem o perfil de seus consumidores, oferecendo o suporte mais correto para cada um deles. Realizam pesquisas de mercado, fazem análises estatísticas e inventários, entre outras infinidades de aplicações. Com estas informações a empresa ira determinar as tendências do momento e dimensionar melhor a tomada de decisões a fim de gerar mudanças benéficas que refletirão diretamente nos resultados.

1. **A INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS**

*Business Intelligence* ou BI, (inteligência de negócios), nada mais é do que processo da coleta, organização, análise, compartilhamento e monitoramento das informações que oferecem suporte para a gestão de negócios das mais variadas empresas. Em outras palavras BI é o conjunto de teorias, metodologias, processos, estruturas e tecnologias que transformam uma grande quantidade de dados brutos em informação útil para tomadas de decisões estratégicas.

* 1. **SURGIMENTO**

BI, foi criado em 1989 por Howard Dresner quando ele ainda era analista no Gartner (uma empresa de consultoria). Segundo China Martens (escritora): “a indústria de software falava somente em tecnologias para empresas, como: *DecisionSupport System* e *ExecutiveInformation System”*, Dresner explica que criou o termo BI sem nenhuma intenção de foco tecnológico e sim visava nas organizações que queriam ser bem sucedidas. Seu pensamento principal era “O foco está nos negócios e não na tecnologia”. Segundo Carlos Barbieri (escritor e estudioso da area de negócios), o conceito de BI era entendido como a utilização de informações para definir estratégias de negócios competitivos em uma empresa.

Consequentemente, o mundo globalizado vem se transformando num modelo de negócios, que está procurando pelas ferramentas de BI para acompanhar o aumento da massa de informações. O crescimento dessa tecnologia inovadora em plataformas consolidadas, promove futuramente disponibilidade em qualquer lugar. Segundo Alexandre Alcântara (professor e estudioso da área de negócios), é fundamental a busca do equilíbrio entre investimentos e resultados obtidos.

* 1. **UTILIDADE**

Quando se pensa em *Business intelligence* e se tem o conceito desse processo, de uma forma geral, logo se pensa que isso é algo somente aplicável em grandes empresas, porém BI pode muito bem ser aplicado em empresas de médio e pequeno porte também. Em todos os casos onde isto será usado, essa inteligência de negócios terá a função de auxiliar as corporações nas mais diferentes situações: otimização do trabalho da organização, tomada de decisões, redução de custos, eliminação da duplicação de tarefas, permitir previsões de crescimento da empresa como um todo e contribuir para a elaboração de estratégias, por exemplo. O BI proporciona recursos financeiros, humanos e materiais. Podemos usá-lo em tarefas que necessitam de gerenciamento.

* 1. **PROCESSO PARA O FUNCIONAMENTO**

Para que de fato o BI entre em ação na empresa, primeiramente as primeiras fontes de informação são coletadas dentro das próprias organizações. Em seguida, as segundas fontes de informações conterão as necessidades do consumidor, o processo de decisão do cliente, as condições industriais mais relevantes, as pressões competitivas os aspectos tecnológicos, econômicos e as tendências culturais. Cada sistema de BI determina uma meta específica, tendo por base o objetivo organizacional e a visão da empresa, existindo em ambos objetivos, sejam eles de curto ou longo prazo.

Tudo começa com a coleta de dados, com a integração desses dados provenientes de várias fontes é criado um repositório central que contem toda a informação obtida. Com essa imensidão de informação, aplica-se a mineração desses dados, o processo de explorar grandes quantidades de arquivos à procura de padrões consistentes para detectar relacionamentos e novos subconjuntos de dados a serem mapeados e extrair-se informações privilegiadas. Análises de minerações geram relatórios detalhados para fortalecer o esclarecimento do cenário. Logo após isso se busca as melhores práticas com o propósito de maximizar o desempenho. Onde uma empresa examina como realiza uma função específica a fim de melhorar como realizar a mesma ou uma função semelhante, ou seja, um processo de comparação do desempenho entre dois ou mais sistemas.

* 1. **CHAVE PARA IMPLANTAÇÃO**

O BI precisa ter um bom planejamento definido para proporcionar o sucesso com a adoção da ferramenta, pois é necessário para gerenciar as atividades e garantir investimentos. A ferramenta sozinha não garante o sucesso, mas sim a interação de quatro dimensões críticas: Capital humano, processo de conhecimento, cultura e infraestrutura.

* O capital humano serve para treinar e avaliar as pessoas de acordo com os objetivos da empresa, melhorando as habilidades desenvolvidas;
* O processo de conhecimento consiste em como deve ser executado as informações e onde descreve os processos com a intenção de melhorar o fluxo e o uso da informação, acompanhado da governança;
* A cultura refere à influência organizacional e humana no fluxo da informação;
* A infraestrutura inclui hardware, software, ferramentas de networking e as tecnologias que criam, controlam, armazenam, disseminam e aplicam a informação.

**2.5 BI NAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS**

A Importância do auxílio nos dados ganha importância a partir da década de 70, com o crescimento do mercado diante à demanda das organizações para o tratamento das informações e facilitação na hora de tomar decisões nas empresas.

Com a competitividade, novas tecnologias foram implantadas e ocorre consequentemente, o crescimento do mercado de tecnologias de informação no Brasil, desencadeando o uso da inteligência de negócios por grandes empresas, desenvolvendo o mesmo no mercado. Uma das principais razões para a transformação do mercado de BI para empresas brasileiras e o novo modelo de mercado, foi a globalização, tornando as empresas aderentes a economias nacionais e mercado mundial.

No Brasil, as empresas preferem pouco investimento, e com isso, fornecedores da ferramenta visam nas funcionalidades, uma forma das empresas aderirem seu produto. A maioria dos empresários, tem em mente aderir nas ferramentas, vantagens que possam competir por clientes que buscam algo na mesma linha. Muitas das empresas não têm um plano tecnológico e possuem pouca qualidade de informação, fazendo-as atualizarem seus equipamentos de acordo com demanda o mercado.

Com uma análise da concorrência do mercado, e suas respectivas tendências, as empresas, com prévio planejamento, conseguem se situar no mercado, com a ajuda das informações e seus respectivos formatos, origens, locais e tempo, para que tenha um valor maior e a empresa tenha vantagens competitivas que faça diferença nos negócios empresariais.

O conceito do BI veio a mudar no decorrer do ambiente corporativo. Antes era apenas utilizado para o auxílio de decisões, obtenção de dados numéricos, gráficos e informações, tendo seu uso restrito a essa pequena função dentro da corporação. Hoje é utilizado para todo o negócio nas corporações e seus respectivos processos de modo geral. Seu uso tem a capacidade de promover novos dados e assim, novas informações e entendimentos para o usuário, influenciando na ampliação do conhecimento.

Tudo isso virá a desencadear um processo de investimento no BI e seus respectivos fornecedores, que visam à obtenção de novos clientes. Além disso, a competitividade empresarial terá um aumento, girando o ciclo de investimento/valor do *Business Intelligence*.

1. **RESULTADOS**

Em uma pesquisa realizada com pequenas e médias empresas brasileiras, notou-se que 85,7% das entrevistadas acreditam que o item de maior destaque para impulsionar seus negócios é a adesão do produto às necessidades gerenciais e 14,3% almejam retorno e produtividade.

Os resultados apontaram que 85,7% das empresas tiveram custos adicionais e por conta disso pensam ser uma desvantagem para pequenas e médias empresas. No fator de desvantagens examinou-se que a maior delas é o custo, além do suporte, despesas extras, Hardware, Software e Restrição dos usuários. Vale lembrar que todas as empresas que tiveram aceitação quanto à utilização do BI, demonstram sucesso e retorno.

Entre os maiores benefícios trazidos pelo BI para as empresas destaca-se a agilidade e a segurança. Usuários lembram que a ferramenta é rápida e prática. Segundo utilizadores as vantagens do BI são: flexibilidade, conhecimento empresarial, tomada de decisão mais eficaz, competitividade, melhoria dos negócios e relatórios gerenciais.

Em outra pesquisa, feita com consultores da ferramenta, percebeu-se que os entrevistados possuíam algumas atividades, tais como: análise, estudo e geração das campanhas de *marketing*, arquitetura do sistema, implementação, manutenção, migração, suporte, projetos de bancos de dados para aplicações de BI.

No Brasil as grandes empresas são o maior setor do mercado de BI e nota-se um crescimento significativo nas pequenas e médias empresas, contudo as mesmas esbarram na realidade financeira. Tais empresas procuram se proteger de investimentos e prejuízos; se possuem um *budget*, tendem a investir de acordo com a prioridade de outros sistemas. Um exemplo é a adoção de um ERP (*Enterprise Resource Planning*), que significa Planeamento de recurso corporativo. Entretanto no decorrer da utilização observou-se que se tornou uma questão sem volta para a empresa, ou ocorre maior investimento ou o retorno não será o desejado.

A empresa no momento de adoção da ERP, conhecendo seu objetivo, procura investir em uma ferramenta de inteligência para o utilizador. O ERP não é determinante no mercado de BI, as empresas buscam todas as ferramentas analíticas ligadas ao BI, tendo ou não relação com a ERP. Para as grandes empresas o ERP tem um menor custo inicial.

O BI é carente de planejamento estratégico e organizacional, devido a isso se torna um problema para pequenas e médias empresas. É preciso investir em ferramentas de inteligência que permitem fornecer informações estratégicas.

O *MS-Office* gera facilidade no uso da ferramenta e soluções modulares a escolha do cliente; 50% de entrevistados em uma pesquisa sobre o *MS-Office* acham o mercado carente de usuários que disseminam o produto e realizam projetos mais acessíveis para os clientes. Os outros 50% não creem nesse serviço, por não ser um produto tão objetivo.

Alguns fatores críticos que são identificados em um projeto de BI podem impedir a adoção da ferramenta por pequenas e medias empresas ou também proporcionar resultados para as que aplicarem a inteligência. Tais fatores que impedem a adoção ou proporcionam sucesso para o BI são: custo, falta de investimentos na área TI, projetos não sucedidos, falta de conhecimento na ferramenta, custo-benefício, cronograma eficiente, foco, metodologia adotada, mapeamento, conhecimento do processo de negócio e envolvimento dos participantes.

1. **CONCLUSÃO**

Como pode se observar em todos os lugares, hoje as empresas não existem mais sem o uso de ferramentas como a tecnologia, é preciso ter inovações no modo de vender. Desde o supermercado da esquina até a grande empresa multinacional, toda empresa precisa estar atualizada, conectada e informada. Ter uma ótima organização empresarial é necessário para manter a empresa funcionando nesse mercado cada vez mais exigente, onde quem não agradar ira ser excluído.

De fato, as novas tecnologias estão ao nosso dispor para serem usadas, mas elas não fazem tudo por nós, é necessário ter aquela pessoa com visão de negócios, que tome iniciativa e busque inovar. Ter um ótimo equipamento moderno com computadores superpotentes e máquinas incrivelmente rápidas, de nada adianta se não existem pessoas qualificadas para operar esses equipamentos. E de que adiantaria ter ótimos equipamentos e ótimas pessoas trabalhando, se na parte administrativa da empresa se usa métodos ultrapassados de gerir, sem visão de futuro, sem inteligência de negócios? BI é isso, o equilíbrio perfeito entre todas as partes da empresa, é isso que faz a diferença, e essa diferença que separa quem lucra de quem perde.

1. **REFERÊNCIAS**

QUINTANILHA, A. S. Silvana. **Vantagens e desvantagens do *Business Intelligence*:** como forma de projetar a inteligência nos negócios de pequenas e médias empresas. Disponível em: <https://www.recap.eng.uerj.br>. Acesso em 14 de março de 2017.

NOVATO, Douglas. **O que é *Business Intelligence*?**. Disponível em: <[https://www.oficinadanet.com.br/post/13153-o-que-e-business-intelligence](https://www.oficinadanet.com.br/post/13153-o-que-e-business-intelligence%20)>. Acesso em 14 de março de 2017.