

# Análise Quadrante Gartner

Como funciona e ferramentas



PUC Minas Virtual

# O que é?

- É um relatório anual disponibilizado pelo Grupo Gartner que dá um panorama das empresas que compõem o mercado tecnológico, apontando os líderes, os desafiantes, os visionários e os competidores de nicho.
- Os CIOs de todo o mundo aguardam anualmente ansiosos pelo lançamento e atualização.

# Continuação...

- O **Gartner Group** é uma organização de consultoria criada em 1979 que possui mais de 15 mil clientes, com serviços de tecnologia da informação ao redor de todo o mundo.

# Continuação...

- O Quadrante Mágico Gartner é uma representação gráfica das atividades do mercado tecnológico em um determinado período de tempo. A partir da coleta de dados de empresas do setor, o grupo divulga, ano a ano, uma relação dos 24 agentes mais relevantes do mercado.
- Estar posicionado entre os primeiros colocados dessa relação gera uma credibilidade inigualável para o negócio. Mesmo que o nome não figure na lista, o relatório é muito útil para o desenvolvimento e aprimoramento da sua abordagem estratégica.

# Como funciona o Quadrante



Uma vez que as marcas são avaliadas pelos critérios que veremos a seguir elas são posicionadas no gráfico em 4 quadrantes: líderes, desafiantes, visionários e competidores de nicho.

Confira o que compõe cada um deles!

- **Leaders:** São as empresas com o nível mais avançado de desenvolvimento tecnológico e que costumam ditar as regras de um segmento e apresentar as novidades para os próximos anos.
- **Challengers:** Estão logo atrás dos líderes e que já têm capacidade de produção plena, mas ainda não conseguiram atingir uma grande parcela do mercado.
- **Visionares:** têm uma boa capacidade de investir em pesquisa e desenvolvimento de novas tecnologias mas ainda não conseguem executar o que prometem.
- **Niche Players:** Focam apenas em uma ferramenta sem um portfólio de serviços .

O eixo **Horizontal**, mostra a **abrangência da visão da companhia** em relação ao mercado de tecnologia, onde utiliza 8 critérios:

1. **entendimento do mercado:** habilidade da empresa de entender as necessidades do cliente e oferecer soluções adequadas;
2. **estratégia de marketing:** eficiência dos esforços de comunicação da empresa, tanto offline quanto online;
3. **estratégia de vendas:** as práticas adotadas pela empresa para desenvolver uma base de consumidores;
4. **estratégia de abordagem:** as técnicas utilizadas pela companhia para possibilitar a distribuição e desenvolvimento de um produto;
5. **modelo de negócios:** a eficácia e consistência da proposta do negócio para dominar uma parcela do mercado;
6. **estratégia de indústria:** a habilidade do negócio em satisfazer as necessidades de nichos específicos do mercado;
7. **inovação:** nível de investimento e expertise em soluções que possibilitem a criação de vantagens competitivas;
8. **estratégica geográfica:** habilidade do negócio em satisfazer as necessidades de regiões geográficas importantes para o mercado.

Já o eixo **Vertical**, indica a **capacidade de execução da empresa** naquilo a que ela se propõe com 7 critérios:

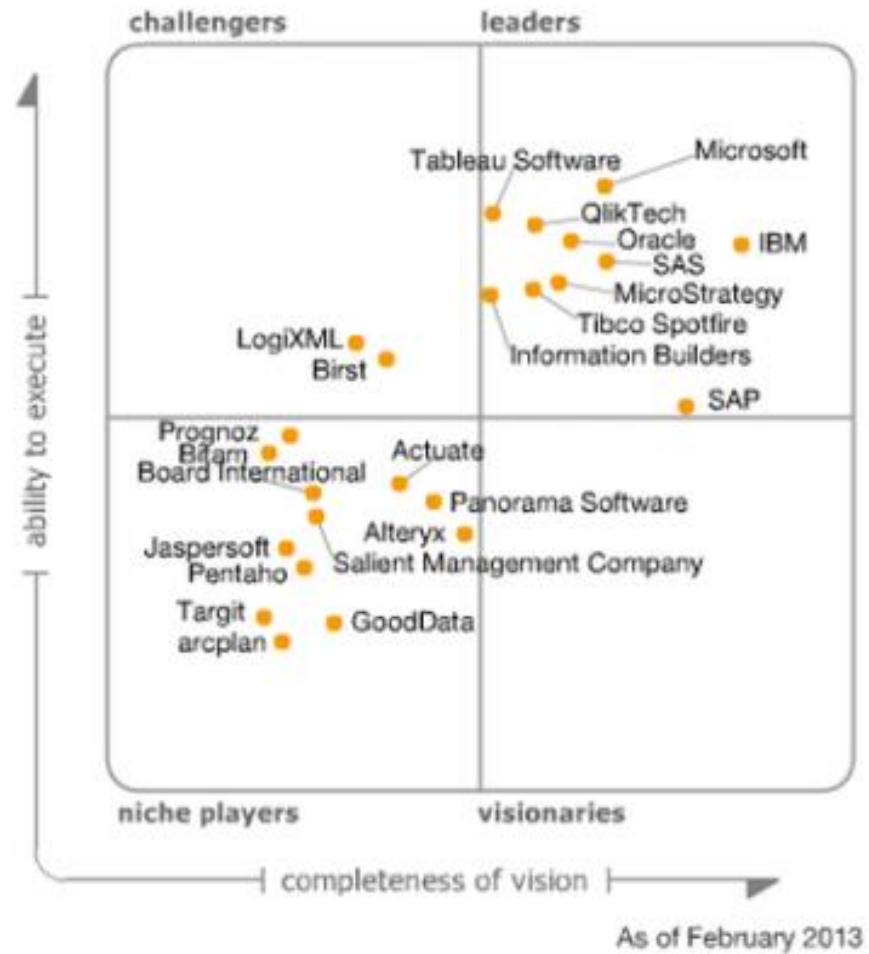
1. **produtos e serviços:** qualidade, funcionalidades e nível de diferenciação do [mix de produtos](#) e serviços oferecidos;
2. **viabilidade:** relação entre os custos envolvidos nas operações e a sustentabilidade financeira apresentada pela empresa;
3. **vendas e precificação:** habilidade da empresa para encontrar estratégias eficientes de venda, incluindo a eficácia da precificação;
4. **responsividade ao mercado:** capacidade do negócio de se adaptar às diferentes situações apresentadas pelo mercado;
5. **execução de marketing:** a qualidade, criatividade e efetividade da empresa em comunicar sua mensagem ao consumidor;
6. [experiência do consumidor](#): o nível de satisfação do consumidor em relação ao serviço oferecido pela marca;
7. **operações:** a habilidade da empresa em atingir suas metas e objetivos.



# Evolução de 2013 à 2020

- Nos próximos slides, são exibidos os quadrantes dos anos de 2013 à 2020.

2013



2014



2015



2016



# Breve interpretação

- Veja que a partir de 2016, somente 3 ferramentas foram posicionadas como líderes.
- Justamente as ferramentas que ofereciam soluções de **Self-Service BI** que será estudado na Unidade III.

# 2017

# 2018

VS.



## Analytics and Business Intelligence Platforms

2019



2020




Source: Gartner (February 2020)

# Curiosidades

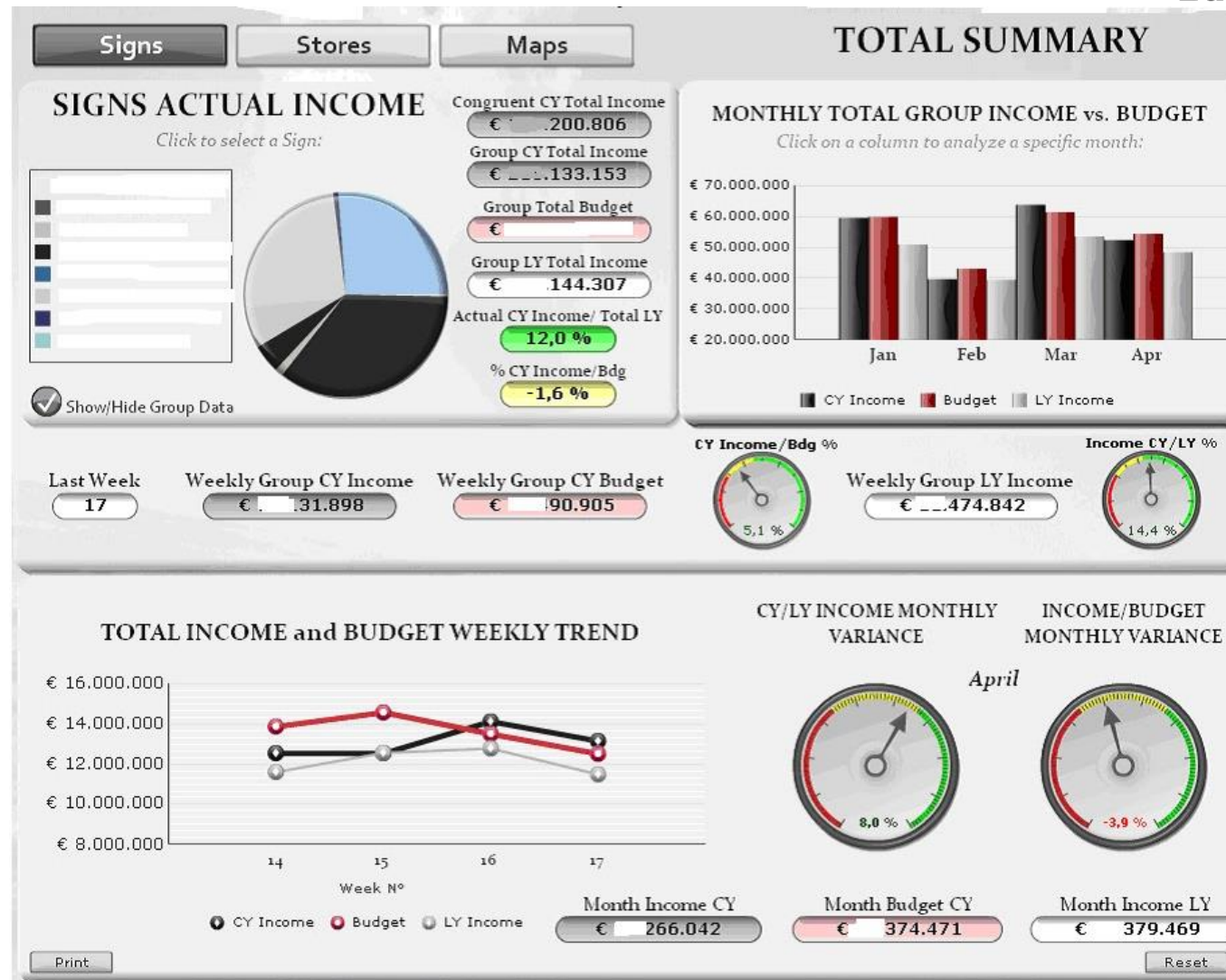
- A partir de 2019 a ThoughtSpot entrou no quadrante das líderes e vale a pena de ficar de olho.
- A [Tableau foi adquirida em 2019 pela Salesforce](#) em uma transação de US\$ 15,7 Bilhões.
  - Salesforce é uma principal ferramenta de CRM do mercado mundial.
- Para efeito de prática das visualizações que serão construídas, veremos na Unidade III as duas ferramentas mais bem posicionadas no Quadrante: PowerBI da Microsoft e a Tableau da Salesforce.





**Algumas telas, contendo dashboards de  
algumas das mais conhecidas  
Ferramentas do mercado**





CY Income/Bdg %

5,1 %

Income CY/LY %

14,4 %

Weekly Group CY Income

€ 31.898

Weekly Group CY Budget

€ 90.905

Weekly Group LY Income

€ 474.842

Month Income CY

€ 266.042

Month Budget CY

€ 374.471

Month Income LY

€ 379.469

CY/LY INCOME MONTHLY VARIANCE

8,0 %

INCOME/BUDGET MONTHLY VARIANCE

-3,9 %

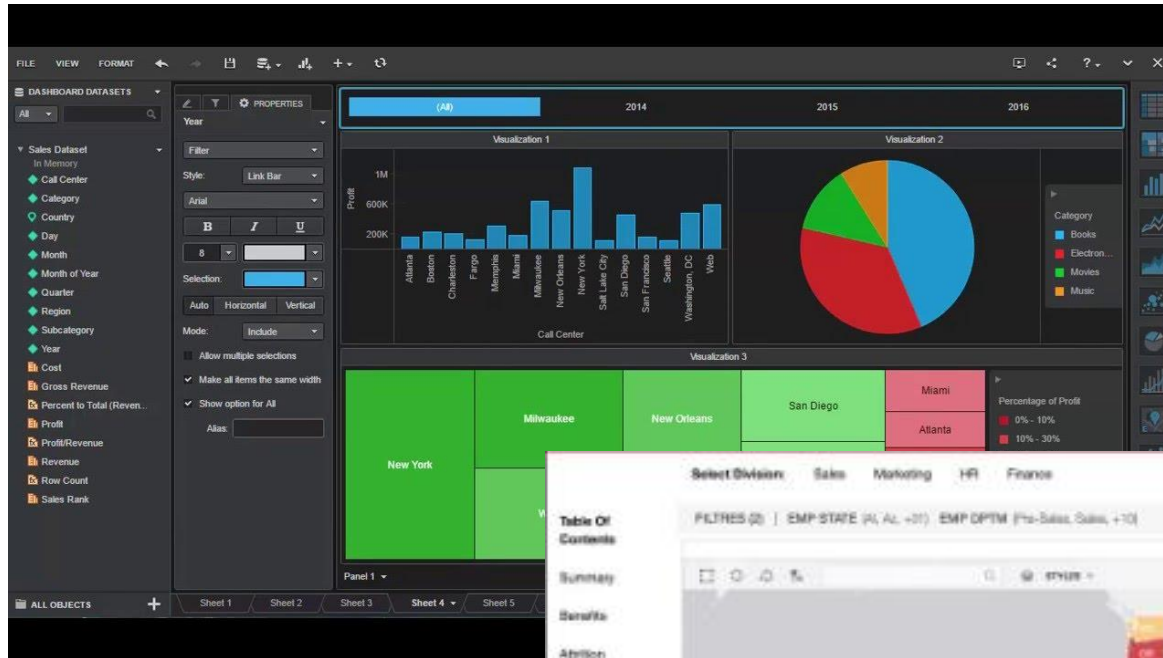
Print

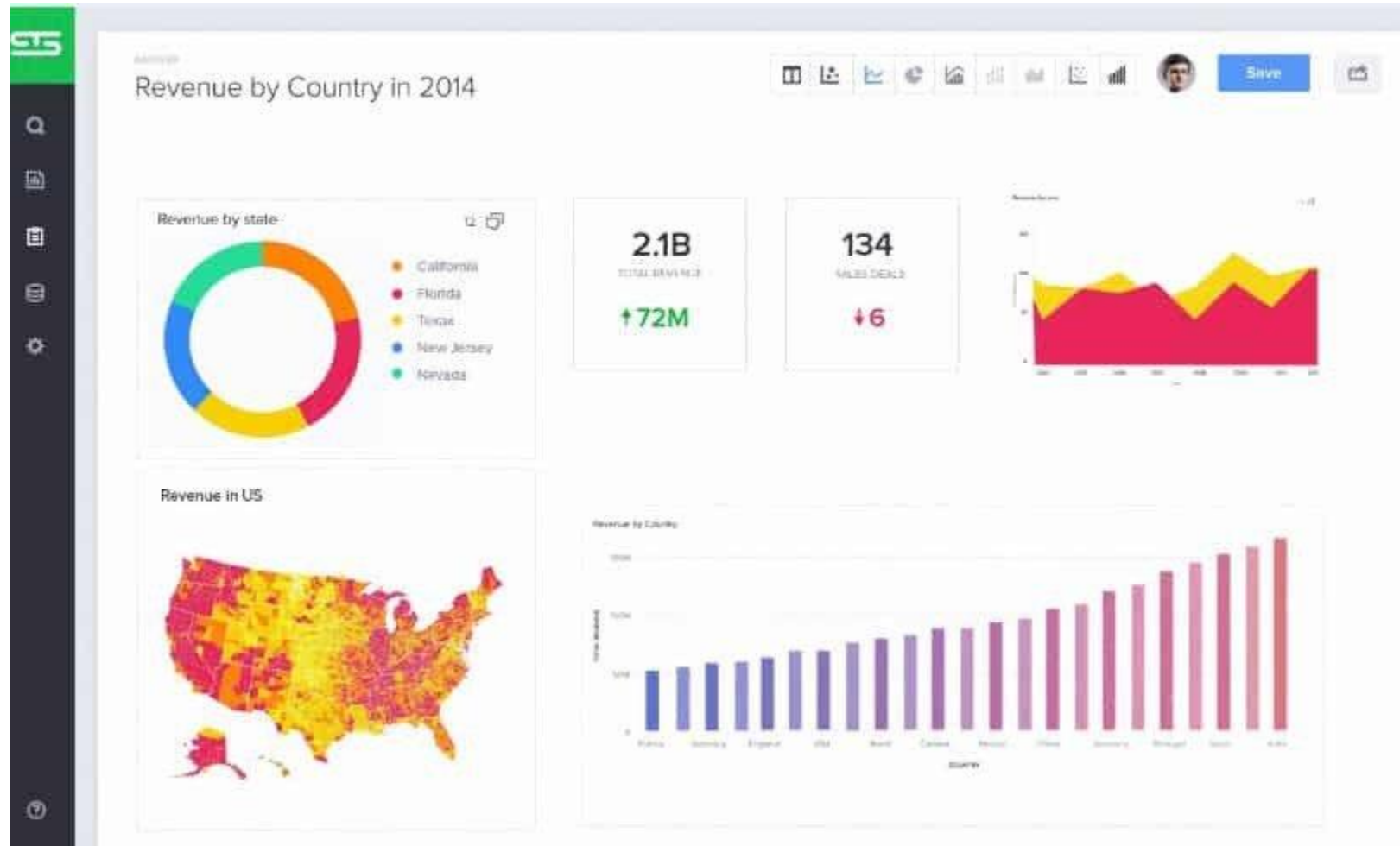
Reset











# Qlik®

## Sense®

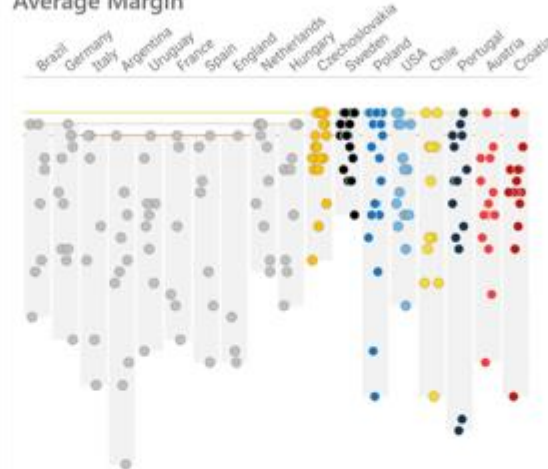


### Cost of Goods

Average Margin 54.5%



### Average Margin



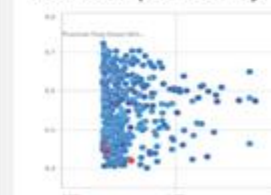
### Delivery areas (US)



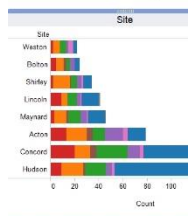
### CSAT over time



### Customer profitability



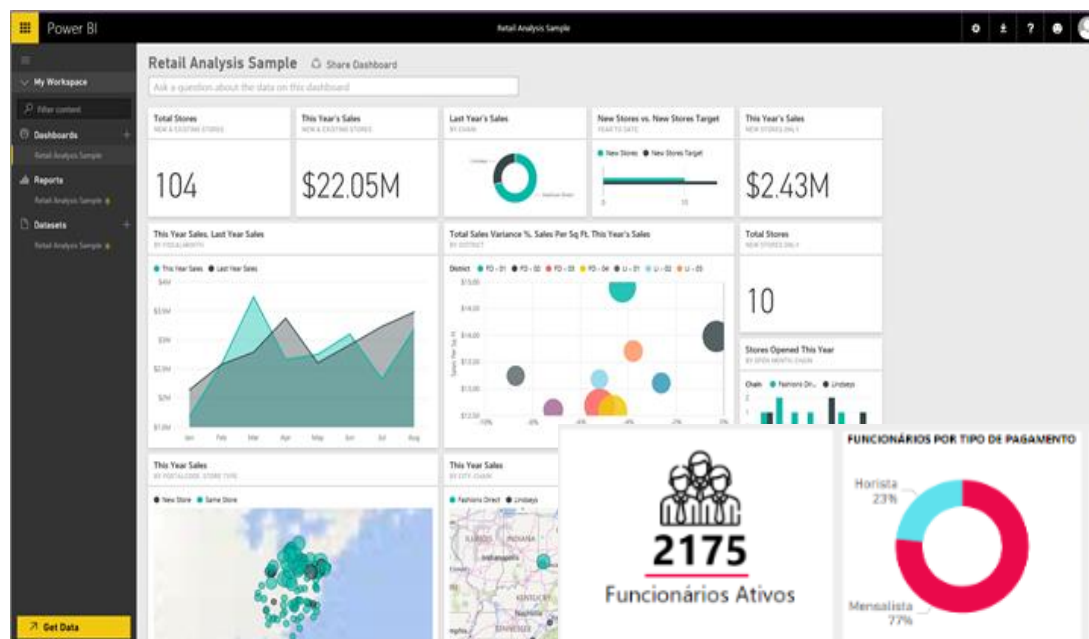




## Opportunity Overview

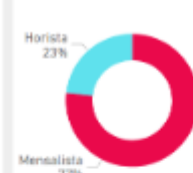
## Ellie Rogers's Team



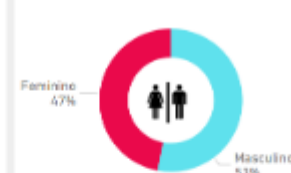


**2175**  
Funcionários Ativos

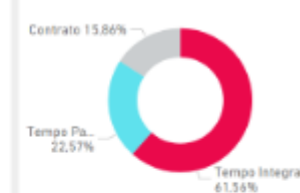
FUNCIONÁRIOS POR TIPO DE PAGAMENTO



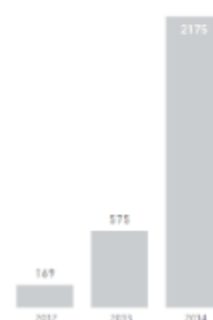
FUNCIONÁRIOS POR GÊNERO



FUNCIONÁRIOS POR TIPO DE TRABALHO



FUNCIONÁRIOS POR ANO



ADMISSÕES E DEMISSÕES POR MÊS



FUNCIONÁRIOS POR SETOR



# Conclusão

- O sucesso e a sobrevivência de uma empresa no mercado dependem diretamente das decisões tomadas pelas pessoas que a conduzem. A qualidade e a experiência de cada profissional são fatores importantes nesse processo, mas não funcionam sem uma análise clara, detalhada e baseada em dados.

## continuação...

- O quadrante mágico de Gartner é fundamental para embasar as tomadas de decisão em informações relevantes.
- Por meio da análise de líderes, desafiantes e outros agentes do mercado, é possível identificar oportunidades para sua empresa e até práticas que podem ser consideradas ameaças.

# REFERÊNCIAS

THOMSEN, E. (2002)– OLAP Construindo Sistemas de Informações Multidimensionais, Rio de Janeiro, Editora Campus.

[https://www.sas.com/content/dam/SAS/pt\\_pt/doc/other1/SAS\\_DAT\\_AVIZ\\_EBOOK\\_PT.pdf](https://www.sas.com/content/dam/SAS/pt_pt/doc/other1/SAS_DAT_AVIZ_EBOOK_PT.pdf). Acesso em 18 Mar. 2017

<https://www.gartner.com/en>. Acesso em 12 Fev. 2020

TUFTE, Edward R. (2001)– **The Visual Display of Quantitative Information.**



# PUC Minas Virtual