

## BREVE TEORIA DE BI

### DEFINIÇÃO DE BUSINESS INTELLIGENCE

A Business Intelligence pode ser definida como um processo contínuo de para se obter informações úteis a organização. Deve-se entender por informações úteis aquelas que podem favorecer a mobilidade da organização, ou seja, informações que podem gerar ações, permitindo uma tomada de decisão mais rápida. Este sistema pode fornecer tanto previsões, ou seja, cenários futuros, como também um conhecimento aprofundado sobre o mercado.

Este método de busca e entendimento de informações também se baseia em uma contínua análise de informações passadas de forma a dar suporte a decisões estratégicas de longo prazo.

Este conceito pode ser melhor entendido observando-se a figura abaixo.

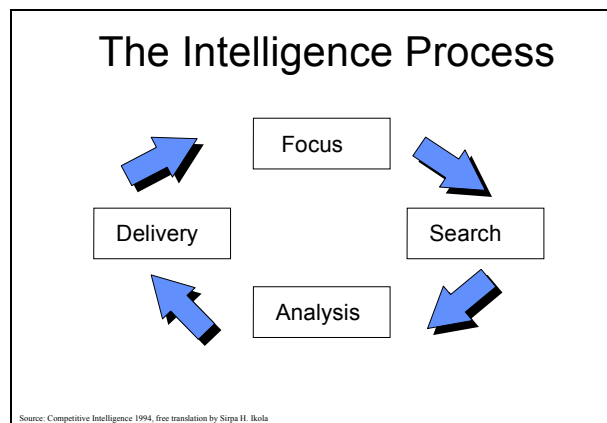


Figura 1. O Processo de Inteligência. Source: Competitive Intelligence Seminar 1994

De certa forma a inteligência competitiva tem foco voltado a uma certa área ou a um certo tópico, junta e filtra a informação disponibilizando a inteligência a toda a empresa após a devida análise dos dados.

Os termos Business Intelligence e Inteligência Competitiva são frequentemente utilizados como sinônimos, mas o primeiro refere-se a várias organizações e cobre muito mais do que análise de competidores. Desta forma deve ser considerada como uma gama mais ampla de atividades que não se detém exclusivamente na análise de competidores, mas sim é uma análise mais ampla que inclui várias condições do mercado.

## POR QUE UTILIZAR A BUSINESS INTELLIGENCE

A função do BI dentro da empresa é um desafio muito grande, porque deve fornecer aos gerentes e a outros na empresa informações de modo a conseguir sucesso no mercado em questão.

Existem alguns itens básicos para garantir o sucesso de BI, tais como:

- As pessoas envolvidas devem conhecer os fatores críticos de sucesso da empresa.
- O trabalho de análise deve se iniciar com conhecimentos básicos de competências, estratégias clientes e tecnologia da própria empresa.
- Esta função deve ser devidamente alocada na organização e as pessoas devem estar envolvidas com o planejamento estratégico da empresa.

A proposta básica das atividades de BI é dar suporte as áreas de marketing e planejamento estratégico de forma a assegurar a sobrevivência e o futuro competitivo da empresa.

Para que esta proposta possa ser cumprida, é necessário que os responsáveis pelo BI participem dos negócios diários da empresa. Isto poderá ser feito através de reuniões periódicas de vendas, propostas, produtos.

## OS GOALS DA BUSINESS INTELLIGENCE

A Análise Competitiva tem 5 goals principais: (Kelly 1991)

### 1. Preservar a participação de mercado

Os competidores estão sempre tentando roubar clientes um dos outros. É importante para a companhia saber onde o competidor investirá para obter mais mercado através de um melhor portfolio de produtos, diferença de preços, estratégia de vendas ou novas tecnologias.

### 2. Aumentar a participação no mercado

Em vários casos a empresa somente pode aumentar a participação de mercado roubando clientes do concorrente. De forma a fazer isto a empresa deve saber seus próprios limites competitivos, bem como a fraqueza de seus competidores.

### 3. Mapear as forças e fraquezas dos competidores

Uma empresa só pode utilizar as fraquezas do competidor quando está completamente ciente delas. Pode ser útil entender a liquidez, métodos de marketing e processo produtivo. Com a ajuda da análise competitiva, pequenos pedaços de informação podem contribuir para a formação de um quadro maior onde estarão forças e fraquezas dos players do mercado.

### 4. Estar preparado para surpresas

Surpresas no mundo dos negócios são muito pouco praseirozas. Novos métodos,

materiais ou rivais totalmente diferentes podem colocar em risco os esforços da empresa no mercado.

#### 5. Aprender com os competidores

Com a ajuda da análise competitiva a empresa pode aprender com seus competidores. Normalmente é mais barato aprender com erros de outros.

A análise competitiva não é uma função, mas um processo. Desta forma ela deve aparecer em todos os aspectos do negócio de uma só forma, com atividades contínuas não só de uma área, divisão ou unidade.

Um programa de BI normal pode ter:

- 1) antecipar mudanças de mercado
- 2) antecipar ações do competidor
- 3) descobrir novos ou potenciais competidores
- 4) aprender com os sucessos e falhas dos outros
- 5) aumentar o escopo e qualidade dos alvos de aquisição
- 6) aprender sobre novas tecnologias, produtos e processos que podem afetar o negócio.

Outra função da inteligência competitiva é conscientizar as pessoas do papel e da participação de sua empresa no mercado através da análise dos fatores já mencionados. Também pode indicar que as atividades realizadas no presente podem não ser as mais lucrativas. Desta forma podemos nos ver no espelho e observarmos a necessidade de sermos mais externamente focados.

A informação contida aqui foi retirada da literatura referente a dois autores, que são parte de uma vasta literatura sobre o assunto. Para maiores informações refira-se ao item bibliografia.