



Rui Pacheco, Manager da Safira

Ferramentas de BI essenciais à gestão e marketing das empresas

Ao longo dos últimos anos a tecnologia e as próprias necessidades das empresas têm moldado a "substância" das soluções de Business Intelligence (BI). Um dos grandes impulsionadores dessa mudança, diz Rui Pacheco, manager da Safira, foi o aumento da concorrência entre empresas, nos diversos sectores de mercado, obrigando a uma melhoria da eficiência financeira e produtiva das próprias empresas. Para aumentar essa eficiência, garante este responsável, a área de BI teve de se adaptar e passar de soluções que exigiam intensa e complexa programação (não estando ao alcance dos analistas de negócio, os "consumidores do resultado da BI") e com um elevado custo de implantação para soluções mais ágeis e flexíveis, com um custo muito inferior. "Pode-se dizer que as soluções de BI, actualmente, são realmente direccionadas para os analistas de negócio, em particular a gestão e o marketing das empresas", revelou à "Vida Económica".

BI reconhece alterações das necessidades

Acima de tudo, as empresas pretendem, hoje, adaptar-se rapidamente às necessidades dos seus clientes e dos seus mercados, uma vantagem das soluções de BI já que permitem o reconhecimento quase imediato das alterações de necessidades, permitindo actuar em conformidade num curto espaço de tempo, permitindo ganhos competitivos enormes. "A análise qualitativa da informação a ser usada como base para projecções do negócio do futuro é uma das grandes vantagens que as empresas vêem neste tipo de soluções, bem como a possibilidade de optimização de recursos possibilitada pela optimização das suas operações".

Os clientes Safira que já decidiram encetar um processo de Business Intelligence normalmente já estão minimamente informados sobre o que podem obter do BI, explicou à "Vida Económica" Rui Pacheco. No entanto, admite este responsável, subsistem sempre algumas dúvidas, nomeadamente sobre o verdadeiro potencial que poder ser obtido do processo, as mudanças necessárias na cultura da empresa, alinhamentos estratégicos corporativos, entre outros. "Acima de tudo, a grande dificuldade é a elaboração do roadmap a ser seguido que permita atingir os melhores resultados e com os menores custos para a empresa".

Mercado está mais democratizado

Cada vez mais as empresas portuguesas percebem que a implementação de processos de BI é um factor diferenciador no mercado, dado que permite aumentar a sua eficiência, reduzindo custos desnecessários e aumentando a sua competitividade. Mas Rui Pacheco diz que existe ainda o estigma de que as soluções de BI são muito caras, incomportáveis para empresas pequenas. No entanto, refere, cada vez mais existe a democratização do BI, com soluções para todos os tipos e tamanhos de empresas. "Esse estigma ainda persiste porque nem sempre é fácil a uma empresa medir o retorno financeiro de uma solução destas, o que impossibilita perceber a eficácia do possível investimento".

Para este profissional, se compararmos com a situação há quatro/cinco anos anos,

as empresas portuguesas hoje em dia estão muito mais preparadas. Muitas das que não estão já perceberam a necessidade e estão a tomar as medidas necessárias para se prepararem convenientemente. "Já têm o objectivo traçado, só não sabem como o fazer. É neste ponto que nós actuamos e ajudamos os nossos clientes a superar estas dúvidas / entraves iniciais".

Apesar de tudo, é muito importante que uma organização que queira potenciar as suas soluções de BI tenha como prioridade a criação de uma cultura que valorize a permanente busca da melhoria da performance. Assim como adequar e alinhar a empresa em termos tecnológicos, de recursos humanos e de processos para que sejam definidos objectivos individuais e objectivos corporativos. "O desenvolvimento de vínculos entre esses dois tipos de objectivos é fundamental. Muitas vezes, mesmo com estratégias bem definidas e aceites por todos, a falta de conhecimento da utilização das ferramentas de BI poderá originar problemas de credibilidade da própria informação que é produzida, diminuindo os níveis de utilização e aceitação das soluções. Este tema é muito importante e as empresas têm de apostar na formação, não interpretando como mais um custo para a solução de BI, mas como um investimento no retorno que a solução poderá fornecer".

Por onde começar um projecto?

Mas por onde começar um projecto de Business Intelligence?

Antes de mais, diz Rui Pacheco, é necessário envolver todos os potenciais utilizadores e consumidores da informação para que se possa obter os requisitos e expectativas de cada um deles. Até porque envolvê-los no processo de escolha da ferramenta permite que haja desde o início um conhecimento das capacidades e limitações da futura escolha, não havendo portanto surpresas na sua utilização. Depois de recolhidos os requisitos e expectativas, é importante a realização de um estudo de mercado para perceber quais as ferramentas mais apropriadas, bem como as que se adaptam às arquitecturas de sistemas de informação já existentes nas empresas. "Existe muita oferta no mercado deste tipo de ferramentas e nem todas as soluções têm as mesmas características, tornando ainda mais importante este estudo prévio, pedindo inclusive a realização de provas de conceito com exemplos típicos do seu negócio".

A verdade é que o Business Intelligence só faz sentido se os profissionais que irão trabalhar directamente com os dados souberem tirar todo o proveito da solução, e não apenas para resolver questões pontuais. Rui Pacheco diz que hoje esta situação já acontece mais que no passado, mas, admite, "ainda não podemos dizer que este mercado atingiu a sua maturidade". Ao contrário no que acontecia no início da utilização de tecnologias de BI, o responsável explica que, hoje em dia, as ferramentas de trabalho são muito direccionadas para os profissionais que necessitam de analisar e interpretar a informação, permitindo-lhes de formas muito intuitivas a obtenção dos resultados desejados, sem necessidade de conhecimentos técnicos, um dos entraves mais comuns à adopção deste tipo de tecnologias.



"Cada vez mais as empresas portuguesas percebem que a implementação de processos de BI é um factor diferenciador no mercado", disse Rui Pacheco, Manager da Safira.

"Cada vez mais as empresas percebem que BI não é uma solução de curto prazo, para questões pontuais. Uma implementação de BI deve interpretar os resultados obtidos (passado) a fim de prever o futuro,

usando análise de tendências. Este tipo de análise não se coaduna com questões pontuais isoladas do resto da estratégia corporativa".

SUSANA MARVÃO
s.marvao@vidaeconomica.pt