

A UTILIZAÇÃO BUSINESS INTELLIGENCE PELO COMÉRCIO NA CIDADE DE PETROLÂNDIA

João Nanuca dos Santos Neto

Graduando em Bacharelado em Sistemas de Informação pela Faculdade Sete de Setembro- FASETE.
joananuca_petro@outlook.com

Tryelson Henrique Marques dos Santos

Graduando em Bacharelado em Sistemas de Informação pela Faculdade Sete de Setembro- FASETE.
tryelson_henrique@hotmail.com

Ricardo Azevedo Porto

Docente da Faculdade Sete de Setembro – FASETE. Mestre em Sistemas e Computação pela Universidade Salvador- UNIFACS. Pós-graduado em Sistemas de Informação com Ênfase em Banco de Dados pela Faculdade Ruy Barbosa. Graduado em Bacharelado em Ciência da Computação pela Universidade Tiradentes – UNIT.
ric.porto@gmail.com

RESUMO

A necessidade de se obter melhorias na administração das empresas, despertou o interesse pelo uso de mecanismos que pudessem favorecer as organizações com relação ao seu posicionamento no mercado. Dentre estes mecanismos, encontra-se o **Business Intelligence (BI)**. O BI é responsável por disponibilizar recursos que auxiliam as empresas no processo da tomada de decisão, maximizando assim, os lucros. E, dessa forma, obtém-se a redução de custos e uma melhor competitividade no mercado, por exemplo. Nos últimos anos, o BI vem crescendo de maneira significativa, pois ele oferece informações qualitativas que permitem decisões mais seguras e ações bem direcionadas. E, como consequência disso, diversos setores estão adotando o BI como um método estratégico nas suas organizações.

Palavras-chave: Inteligência de negócios, empresas, administração, tomadas de decisão, método estratégico.

ABSTRACT

The necessity of obtaining improvements in company management has arisen the interest for mechanisms that could favor the organizations in what concerns its position in the market. Among these mechanisms, there is the Business Intelligence (BI). BI is responsible for providing resources that assist companies in the process of making decisions, maximizing the profits and reducing costs, thus, obtaining a greater competitiveness in the market. In the last years, BI has been significantly growing, once that it offers qualitative information that lead to securer decisions and well guided actions. As a consequence, several areas have adopted BI as a strategic method in their organizations.

Keywords: Business Intelligence, companies, management, decision making, strategic method.

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, a gestão empresarial sofreu um processo de evolução contínuo na administração das organizações. Essa evolução, tornou-se presente com o intuito de maximizar o lucro, reduzir os custos e auxiliar nas tomadas de decisões. Para a obtenção destes resultados, os processos são elaborados através da coleta de dados internos e externos, facilitando assim, o trabalho do administrador em identificar as necessidades da organização e elaborar estratégias de negócios para a empresa, permitindo assim, que a organização possa se tornar competitiva no mercado. Logo, as empresas estão constantemente buscando dados íntegros e com qualidade para auxiliarem na tomada de decisões e na geração de valores. **(Barata, 2015)**

Diante disto, surge o Business Intelligence (BI) e pode ser definido como o processo que envolve o uso de tecnologias para coletar, armazenar, analisar e compartilhar as informações que serão bases para a gestão de um negócio **(Godoi, 2018)**. De acordo com Gartner Group (2017), a procura por esse tipo de sistema vem crescendo entre as empresas. No ano de 2017 foram investidos cerca de R\$ 18 bilhões nesse seguimento.

Portanto, a aplicabilidade do BI, nas organizações, auxilia a gestão de negócios. No entanto, algumas organizações ainda não a utilizam. Sendo assim, quais os motivos apresentados pelas empresas pela não utilização desta tecnologia na cidade de Petrolândia? O objetivo geral dessa pesquisa é identificar os motivos relacionados a não adoção do BI pelas empresas na cidade de Petrolândia.

Para tanto, foram delineados os seguintes objetivos específicos: apresentar os benefícios obtidos por uma organização ao adotar o BI como estratégia de negócios; apresentar os motivos encontrados, durante a execução do survey, relacionados a não utilização de aplicações BI pelas organizações.

Para a obtenção dos resultados, realiza-se uma pesquisa quantitativa e bibliográfica. Onde na primeira seção será descrito o conceito de BI, bem como os seus benefícios e a aplicação atual. Na segunda seção, realiza-se uma listagem das principais diferenças das organizações que utilizam ou não o BI, verificando e avaliando os benefícios obtidos antes e após a adoção

de uma aplicação BI. Na terceira seção, faz-se um levantamento sobre os resultados obtidos durante a pesquisa, e então, os dados são analisados trazendo assim a conclusão.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Business Intelligence

A primeira distinção do BI como solução tecnológica foi constatado no trabalho de Hans Peter Luhn de 1958. Neste, define-se como um sistema que auto codifica e cria automaticamente "pontos de ação" para uma organização. Durante a década de 60, várias empresas, incluindo a IBM, utilizaram as ideias de Luhn para desenvolver os primeiros Sistemas de Suporte à Decisão (SSD) e Bancos de Dados Relacionais. **(Drake, 2018)**.

Business Intelligence (BI) é um conjunto de conceitos e métodos utilizados pelas organizações para auxiliar no processo da tomada de decisões e, para isso, utilizam sistemas de apoio baseados em fatos (Van-Hau Trieu, 2017).

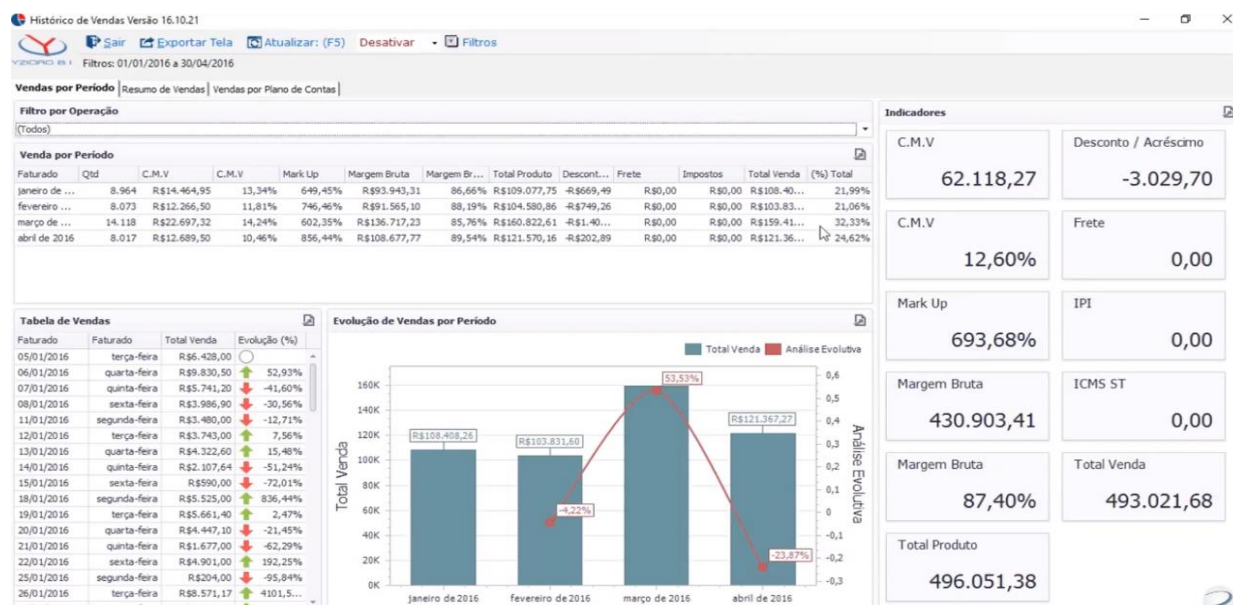
A solução de BI proporciona, se bem implementada: Redução de custos em projetos internos; Maior rapidez na tomada de decisões; Decisões mais próximas das necessidades de mercado; Suporte científico para avaliação de cenários; Melhor conhecimento de seus processos de informações; rápido retorno sobre o investimento; Melhor gerenciamento de riscos; Maior capacidade de análise de negócio; Fácil acompanhamento dos processos de negócio; Agilidade na montagem de informações; Automação de processos de informação; Redução nos ciclos de fechamento, revisão e liberação de informações, etc.

Anteriormente, o processo decisório era baseado na subjetividade. Atualmente, este processo é considerado mais pautado, pois a decisão passa a ser influenciada pelos acontecimentos, sendo assim, o risco de uma má decisão é menor. Favorecendo assim, a minimização dos riscos. A utilização de fatos ao invés da subjetividade permite manter bom senso nas decisões gerenciais. Dessa forma, cria-se uma cultura de transparência entre os colaboradores, bem como transmite confiança e solidez.

Outro ponto importante do BI é a previsão dos acontecimentos futuros através das tendências apontadas pelas informações. Isso permite à empresa se antever aos acontecimentos e estar preparada para os desafios futuros. A diminuição de custos se deve ao monitoramento e

gestão dos gastos. Custos com viagem, cursos, equipamentos e salário, por exemplo, são facilmente analisados e administrados pela ferramenta adequada de BI.

Todas essas características benéficas do BI têm participação crucial no aumento das receitas da organização. Elas permitem a preparação para focar diretamente no principal objetivo na maioria das empresas, que é a geração de lucros. Por tanto são esses os benefícios que ajudam no alcance das metas e no aumento dos lucros nas empresas.



Software Business Intelligence (Painel gráfico de vendas) – Software Yizidro ERP. Domtec Sistemas. Youtube. 06 mar. 2017. 08min34s. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=gHaCChogbeg>> Acesso em 15 maio 2018.

Como já foi especificada as melhorias que o BI pode trazer para uma organização, apresentamos uma ferramenta BI que é o Yizidro ERP. Esta ferramenta mostra todo um histórico de vendas de uma determinada empresa por um X período de tempo. A ferramenta apresenta as informações diárias e mensais por tabelas e gráficos. Durante esses períodos, ela também mostra a evolução e decadência das vendas. Portanto, a empresa começará a tomar decisões importantes para o seu negócio a partir dessas informações apresentadas, consequentemente evitando perdas e maximizando o lucro.

3 SURVEY

O objetivo desta seção é apresentar as etapas referentes a aplicação do survey, desde seu objetivo, seleção de participantes, instrumentação, operação, até a análise e interpretação das respostas coletadas.

3.1 Seleção dos Participantes

Os participantes serão escolhidos pelo seu nível de responsabilidade/gerência da empresa, porque o mesmo terá as informações necessárias para alcançar o objetivo proposto com o survey.

3.2 Instrumentação

A aplicação do survey foi feita presencialmente em cada empresa localizada na cidade de Petrolândia. O survey possui 4 (quatro) questões objetivas, na qual foram feitas perguntas referentes a não utilização do BI nas empresas.

3.3 Operação

Nesta seção, será abordado as fases para a operação do survey, como foi feito a aplicação do questionário, a coleta e validação dos dados.

3.3.1 Aplicação

Como proposto, nesta etapa acontece a efetiva realização da pesquisa. Tudo que foi planejado, passa a ser concluído.

Sendo assim, as pessoas que foram designadas a responderem o questionário, começaram a preenchê-lo. Este processo foi aplicado em 20 (vinte) empresas da cidade de Petrolândia.

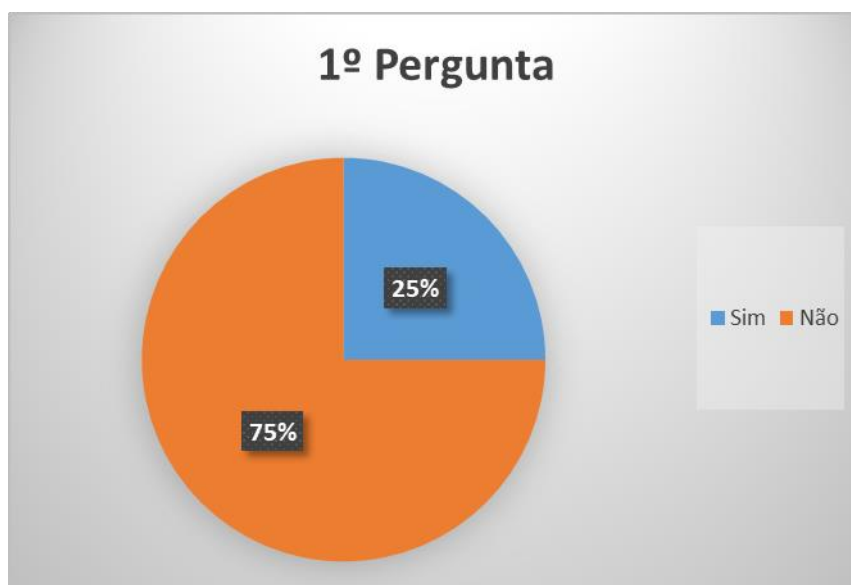
3.4 Análise e interpretação dos dados

Nesta seção serão apresentados e analisados os resultados obtidos no survey.

3.4.1 Resultados Brutos

Neste survey foram elaboradas 4 (quatro) questões para identificar os motivos pelo qual as empresas não utilizam o BI em seus negócios. A seguir, será apresentado os gráficos das respectivas perguntas abordadas no survey. São elas:

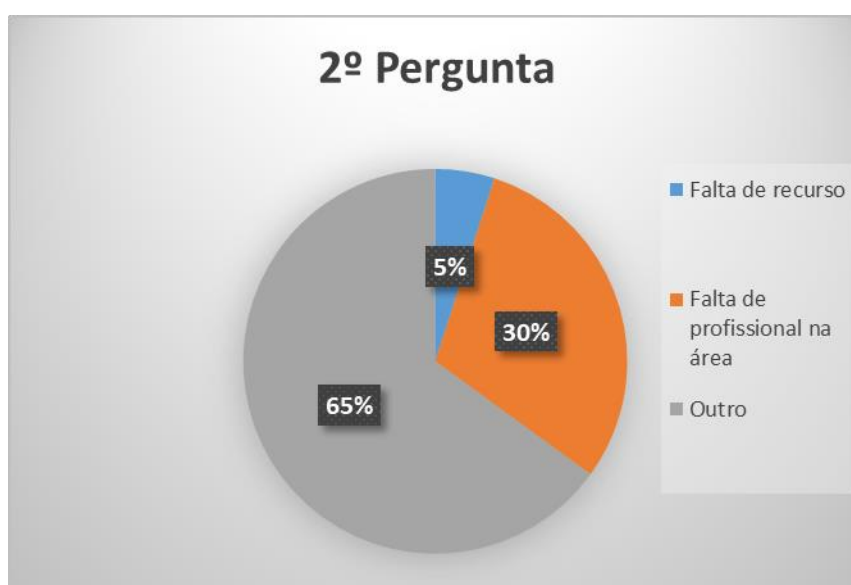
- **1º) Você conhece o BI – Business Intelligence (Inteligência de Negócios)?**



Fonte: Autores (2019).

De acordo com os resultados coletados, percebemos que apenas 25% das empresas conhecem de fato o BI, onde mais da metade nunca nem ouviram falar da ferramenta.

- **2º) Por que você não adota o BI como um método estratégico para a sua empresa?**



Fonte: Autores (2019).

Muitas empresas possuem suas dificuldades, mas a partir desta questão, pôde ser constatado que a maioria das empresas possuem seus motivos particulares para a não adoção do BI. Pelo

menos mais da metade tiveram seus próprios motivos para não implementar esta ferramenta em sua organização, já outras por outro lado, simplesmente não implementaram por falta de recurso e falta de profissional na área.

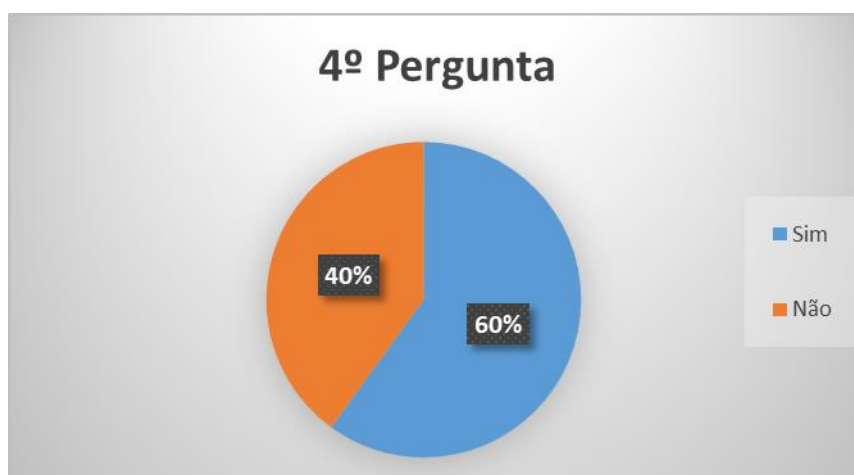
- **3º) Você acredita que o BI pode melhorar significativamente o desempenho de sua empresa?**



Fonte: Autores (2019).

Ao responder essa questão, 100% das empresas acreditaram que o BI pode sim trazer benefícios para os seus negócios.

- **4º) Você acha que sua empresa tem condições de implementar a Inteligência de negócios?**



Fonte: Autores (2019).

Esta questão ficou bastante balanceada, mas ainda assim, mais da metade acreditam que podem implementar a Inteligência de negócios.

3.4.2 Análise dos Resultados

Com os dados em mãos, podemos notar que boa parte dos donos dos comércios, não conhecem o Business Intelligence – BI, em consequência disso, a não implementação do BI nas empresas é vista de forma nítida. Mais da metade dos donos dos comércios não implementam o BI simplesmente porquê não conhecem, mas existe uma minoria que conhece e não implementam por falta de recurso, falta de profissional na área, ou simplesmente por outro motivo.

Muitos dos comerciantes acreditam que o BI sim pode trazer benefícios para seus negócios, mas muitos acham que não teriam condições de implementar e manter esta ferramenta no seu comércio.

4 CONCLUSÃO

Este trabalho tem o objetivo tanto de mostrar os benefícios que o Business Intelligence – BI pode trazer para o seu negócio, como também mostrar os motivos pelos quais os comércios não estão adotando esta ferramenta como estratégia de negócio para a sua empresa/organização, mas especificamente na cidade de Petrolândia.

O trabalho apresentou os resultados a partir de uma pesquisa quantitativa a respeito da utilização Business Intelligence (BI) pelo comércio na cidade de Petrolândia. Por meio desta pesquisa, notou-se que a maioria dos donos dos comércios local não têm nenhum conhecimento sobre esta ferramenta. Também têm aquelas organizações que conhecem a ferramenta, mas não implementaram por falta de profissionais na área, por falta recursos, ou simplesmente por algum outro motivo particular. E por fim, tem aqueles que acham que não vão conseguir implementar ou manter esta ferramenta em seus negócios.

Com a nossa pesquisa, houve a constatação de que os gestores acreditam que o BI pode sim trazer benefícios significativos para a sua empresa. Esse resultado pode ser constatado no gráfico 3, onde 100% dos gestores entrevistados dizem que o BI pode sim trazer benefícios

para a sua organização, com tudo, por falta de conhecimento ou por até mesmo falta de profissional na área, faz com que eles não implementem o BI como estratégia de negócios.

Interpretando todos esses dados coletados, concluímos que o principal motivo pelo qual as empresas ainda não adotaram o BI, é pelo simples fato dessas empresas nunca terem ouvido falar em uma ferramenta que possa fazer todos esses processos que o BI propõe, ou até mesmo auxiliar nas tomadas de decisões. Nesse contexto, entendemos que Petrolândia traz grandes oportunidades para o profissional de TI que quer trabalhar com a implantação e gestão do BI nessas empresas.

REFERÊNCIAS

Affini, L. (2007). Da comunicação de massa à comunicação em rede: reflexões sobre a convergência entre televisão e Internet. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Acesso em 2017 de Setembro de 24, disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0248-1.pdf>

Aparício, A. E. (Julho/Dezembro de 2013). A formação do pedagogo: Quem são e o que dizem os alunos concluintes de um curso de pedagogia. Revista Brasileira de Pesquisa sobre Formação de Professores, 5º, pp. 33-51. Acesso em 17 de Julho de 2017, disponível em <http://formacaodocente.autenticaeditora.com.br>

Barata, A. M. (26-29 de Março de 2015). Governança de Dados em Organizações Brasileiras - LBD. Fonte: www.lbd.dcc.ufmg.br: <http://www.lbd.dcc.ufmg.br/colecoes/sbsi/2015/037.pdf>

Bardin, L. (2009). Análise de Conteúdo. Lisboa: Edições 70 LTD.

Brasil. (2016). Censo da Educação Superior - Notas e Estatísticas. Brasília: Ministério da Educação - MEC/INEP.

Brasil - INEP. (03 de Janeiro de 2016). Sinópsse Estatística da Educação Superior. Ministério da Educação, INEP Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, Brasília. Acesso em 03 de Janeiro de 2018, disponível em INEP - Instituto Nacional de Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira: www.inep.gov.br

Catani, A. M., Hey, A. P., & Gilioli, R. d. (2006). PROUNI: democratização do acesso às Instituições de Ensino Superior? Revista Educar, 125-140.

Drake, B. M. (23 de Novembro de 2018). Evolving Business Intelligence and Data Analytics in Higher Education... Fonte: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/IR.20266>: Wiley Online Library

Godoi, D. (2018). Business Intelligence - BI: Tudo o que você precisa saber! Fonte: Cetax: <https://www.cetax.com.br/business-intelligence-tudo-o-que-voce-precisa-saber/#>

IBOPE - Instituto Pró Livro. (2016). 4ª edição da Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (4ª ed.). IBOPE - Instituto Pró Livro.

Instituto Unibanco. (fevereiro de 2016). Quem são os jovens fora da escola. Aprendizagem em foco, 5°. Acesso em 24 de dezembro de 2017, disponível em http://www.institutounibanco.org.br/wp-content/uploads/2016/01/Aprendizagem_em_foco-n.05.pdf

Louro, G. (1997). Gênero, sexualidade e educação - uma perspectiva pós estruturalista. São Paulo: Editora Vozes.

Nunes, M. J. (2006). Freiras no Brasil. Em M. D. Priore, História das Mulheres no Brasil (pp. 482-509). São Paulo: Contexto.

Oliveira, P. P., & Rocha, Y. P. (2009). Aspectos históricos, físicos e sociais da área de proteção ambiental Parque e Fazenda do Carmo, município de São Paulo (SP). XIII Simpósio Brasileiro de Geografia Física Aplicada. Viçosa: Universidade Federal de Viçosa. Acesso em 18 de Fevereiro de 2018, disponível em http://www.geomorfologia.ufv.br/simposio/simposio/trabalhos/trabalhos_completos/eixo5/020.pdf

Sicsú, J. (2013). Dez anos que abalaram o Brasil. E o futuro? São Paulo: Geração .

Torres, E. (2016). A Televisão e o Serviço Público. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.