



Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

Outubro / 2024

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios



Diferentes Setores da
Economia



Cenário de
oportunidades para
o desenvolvimento



Curto/Médio Prazo



Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios



Diferentes Setores da Economia

Utilizar dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão é essencial para empresas de todos os portes que desejam se manter competitivas e inovadoras. Essa prática permite decisões mais direcionadas, melhorando as operações e a adaptação rápida às mudanças no ambiente de negócios. A incorporação dos dados permite uma visão ampla de fatores internacionais, nacionais e regionais, tornando mais fácil antecipar tendências e realizar ajustes pontuais em produtos ou serviços. O mercado está em constante evolução; o que é inovador hoje pode se tornar obsoleto amanhã. Portanto, é crucial identificar as tendências relevantes para o seu setor.



Cenário de Oportunidades para o Desenvolvimento

O momento é propício para o uso de dados de mercado no planejamento das empresas. As oportunidades estarão amplamente ligadas à capacidade das empresas de se adaptarem rapidamente às mudanças, inovando e buscando familiaridade com as situações e o ambiente de negócios. A identificação e o uso estratégico de dados serão fundamentais para melhorar o desempenho tático e operacional.



Curto/Médio Prazo

Apesar de ser uma mudança que pode ser implementada no curto prazo, entendemos que nem todas as empresas possuem este nível de maturidade. Desta forma, acreditamos que é uma atitude frente ao mercado que necessita maior investimento de tempo para melhor absorção e incorporação dos dados nas ações de negócio.

Sumário

01 Contexto Geral: Tomada de Decisão Orientada a Dados

02 Tipos de Dados

03 Indicadores mais utilizados

04 Passo a passo para Tomar Decisões a partir de Dados

05 Ferramentas tecnológicas de suporte

06 Desafios para tomada de decisão baseada em dados

07 Como implementar no seu negócio

08 Fontes



Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

1 Contexto Geral: Tomada de Decisão Orientada a Dados

Dados na Tomada de Decisão

O uso de fatos, métricas e dados para orientar decisões comerciais estratégicas, direcionadas aos objetivos, metas e iniciativas (DDDM, do inglês "Data-Driven Decision Making"), ganhou destaque inicialmente em terapias ocupacionais há mais de uma década, dentro do ambiente da psicologia. Desde então, foi adaptado e alinhado para explorar o pleno potencial de mercado, visando potencializar o desempenho de grandes empresas. Cada vez mais, essa abordagem ganha espaço entre pequenos e médios empreendedores, auxiliando-os a tomar as melhores decisões. Em um mercado tão dinâmico, o acesso a dados diários ou em tempo real permite decisões ágeis e com maior nível de assertividade.

Enfatizando o ambiente das MPEs, um estudo encomendado pela Microsoft em 2023 revelou que a transformação digital já auxilia **33% dos empreendedores na tomada de decisões baseadas em dados**. Os resultados apresentados incluem um ganho de **72% em eficiência e produtividade**, **58% de melhoria no atendimento ao cliente**, **46% de redução de custos**, **31% de redução de erros humanos**, **91% de melhora na qualidade do trabalho**, refletindo em **90% de satisfação do cliente** e **88% de motivação e engajamento dos funcionários**.

Dados de Estudo 2023

72% Ganho de eficiência e produtividade



58% Melhoria no atendimento ao cliente



46% Redução de custos



Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

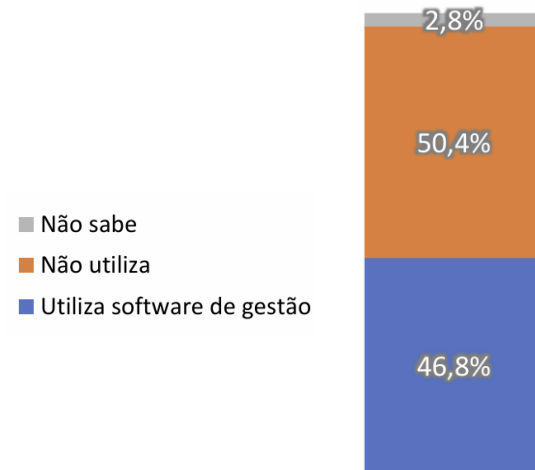
1 Contexto Geral: Tomada de Decisão Orientada a Dados

Dados na Tomada de Decisão

Com o avanço da tecnologia e a crescente disponibilidade de informações, a análise de dados de mercado emerge como uma ferramenta indispensável para o planejamento estratégico e a orientação de decisões empresariais. Segundo o relatório de Transformação Digital em Pequenos Negócios (TIC 2023) realizado pelo SEBRAE, no Brasil **47% dos empreendedores já utiliza software de gestão (Na região Sul acima de 48%) e 32% utilizam um CRM para gestão de clientes (Na região Sul acima de 33%).**

Mesmo com números crescentes **alguns quesitos expõem desafios importantes** como falta de ferramentas de análise sofisticadas, falta de expertise, excesso de informações, implementação das mudanças, recursos financeiros, mentalidade orientada por dados, capacitação da equipe, definição clara de objetivos e um processo estruturado com fluxo de trabalho que integre a coleta, análise e aplicação de insights de dados.

Empreendedores que utilizam Software de Gestão



Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

2 Tipos de Dados

Há uma grande diversidade de tipos de dados que podem auxiliar os pequenos negócios a tomar decisões mais assertivas e direcionadas. Tais como:

01

ECONÔMICOS

São dados que medem a saúde econômica de um determinado território, como crescimento do PIB, taxa de desemprego, taxa de inadimplência, evolução do crédito, etc. São ideias para balizar ações de planejamento do negócio, como ações de investimento.

02

DEMOGRÁFICOS

São dados e informações sobre as características das populações de um determinado território, tais como idade, gênero, renda, educação e localização dos clientes. Esses dados ajudam a entender quem são os clientes e como melhor atendê-los.

03

PSICOGRÁFICOS

São dados e informações sobre os comportamentos de uma determinada população tais como seus interesses, valores, atitudes e estilos de vida dos clientes. Esses dados ajudam a segmentar o mercado e criar campanhas de marketing mais eficazes.

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

2 Tipos de Dados

Há uma grande diversidade de tipos de dados que podem auxiliar os pequenos negócios a tomar decisões mais assertivas e direcionadas. Tais como:

04

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

São dados e informações como o seu público-alvo se comporta, ou seja, sobre seus hábitos de compra, frequência de compra, preferências de produtos e canais de compra preferidos. Esses dados ajudam no desenvolvimento de produtos, na otimização da oferta de produtos e na melhoria da experiência do cliente.

05

ATUAÇÃO DA CONCORRÊNCIA

São dados e informações sobre como os seus concorrentes trabalham no mercado o que inclui seus preços, promoções, estratégias de marketing e participação de mercado. Esses dados ajudam a identificar oportunidades e ameaças no mercado, bem como melhores práticas que podem ser copiadas e evoluídas.

06

TENDÊNCIAS DE MERCADO

São dados e informações sobre o que pode vir a acontecer em um determinado mercado como mudanças no mercado, como novas tecnologias, mudanças nos hábitos dos consumidores e inovações no setor. Esses dados ajudam a antecipar mudanças, adaptar a estratégia do negócio e no desenvolvimento de novos produtos.

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

3 Indicadores mais utilizados – Econômicos

Nome do Indicador	Descrição do Indicador	Como obter esta Informação?	Como utilizar no seu negócio?
PIB (Produto Interno Bruto)	Mede o valor total de bens e serviços produzidos no país.	Relatórios do IBGE e Boletim Focus do Banco Central.	Ao avaliar o crescimento econômico geral da economias temos mais condições de planejar ações de desenvolvimento do negócio.
Inflação (IPCA)	Índice que mede a variação dos preços ao consumidor.	Relatórios do IBGE e Boletim Focus do Banco Central.	Auxiliar a ajustar preços de produtos e serviços; Antecipar situações de aumento de custos; Antecipar efeitos sobre a disponibilidade de renda da população.
Taxa de Juros (Selic)	Taxa básica de juros da economia, que influencia todas as outras taxas de juros.	Comunicações do Banco Central e Boletim Focus.	Planejar financiamentos e investimentos, considerando o custo do crédito.
Taxa de Desemprego	Percentual da população economicamente ativa que está desempregada.	Relatórios do IBGE e PNAD Contínua.	Avaliar o poder de compra dos consumidores; Compreender se a economia está aquecida ou não para decisões de investimento; Ajustar estratégias de marketing.
Taxa de Câmbio	Valor da moeda nacional em relação a moedas estrangeiras, especialmente o dólar.	Relatórios do Banco Central e sites de notícias financeiras.	Planejar processos de importações e exportações; Ajustar preços de produtos com insumos importados.

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

3 Indicadores mais utilizados – Demográficos

Nome do Indicador	Descrição do Indicador	Como obter esta Informação?	Como utilizar no seu negócio?
População Total	Número total de habitantes em uma região específica.	Relatórios do IBGE, IPARDES e Censos Demográficos.	Avaliar o tamanho do mercado potencial; Planejar a expansão do negócio; Identificar um local para abrir uma franquia.
Distribuição Etária	Percentual da população em diferentes faixas etárias.	Relatórios do IBGE, IPARDES e Censos Demográficos.	Adaptar produtos e serviços para diferentes grupos etários; Adaptar estratégias de marketing e merchandising; Adaptar comunicação institucional.
Taxa de Crescimento Populacional	Percentual de aumento ou diminuição da população ao longo do tempo.	Relatórios do IBGE e IPARDES, Censos Demográficos.	Planejar a atuação em um determinado local no longo prazo, considerando o crescimento ou declínio do mercado.
Taxa de Urbanização	Percentual da população que vive em áreas urbanas versus rurais.	Relatórios do IBGE e IPARDES e Censos Demográficos.	Decidir sobre a localização de novos pontos de venda ou serviços; Compreender o potencial e a necessidade para novos negócios de varejo e serviços.
Renda Média	Média de renda per capita da população.	Relatórios do IBGE e Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD).	Ajustar preços e estratégias de marketing de acordo com o poder de compra dos consumidores; Identificar potencial para abertura de negócios.

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

3 Indicadores mais utilizados – Psicográficos

Nome do Indicador	Descrição do Indicador	Como obter esta Informação?	Como utilizar no seu negócio?
Interesses e Hobbies	Preferências e atividades de lazer dos clientes.	Pesquisas de mercado, redes sociais e feedback dos clientes.	Personalizar seus produtos e serviços para atender aos interesses específicos dos clientes.
Valores e Crenças	Princípios e convicções que influenciam o comportamento dos clientes.	Pesquisas de mercado, entrevistas, análise de tendências sociais.	Alinhar suas campanhas de marketing e comunicação aos valores dos clientes; Comunicar melhor o seu propósito.
Estilo de Vida	Modo como os clientes vivem, incluindo hábitos diários e padrões de consumo.	Pesquisas de mercado, análise de dados de consumo e redes sociais.	Desenvolver produtos e serviços que se encaixem no estilo de vida dos clientes; Comunicar este estilo de vida por meio de sua estratégia de marketing; Encaixar seus produtos e serviços em uma forma de ver o mundo.
Atitudes e Opiniões	Percepções e sentimentos dos clientes sobre diversos temas.	Pesquisas de mercado, enquete e feedback dos clientes.	Ajustar estratégias de marketing e comunicação para ressoar com as opiniões dos clientes.
Motivações de Compra	Razões e fatores que levam os clientes a comprar produtos ou serviços.	Pesquisas de mercado, análise de comportamento de compra e feedback dos clientes.	Desenvolvimento de jornadas de compras adaptadas; Estabelecer estratégias de comercialização baseadas na experiência; Desenvolver processos de CRM ajustados; Capacitar melhor a equipe comercial.

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

3 Indicadores mais utilizados – Comportamento do Consumidor

Nome do Indicador	Descrição do Indicador	Como obter esta informação?	Como utilizar no seu negócio?
Frequência de Compra	Número de vezes que os clientes compram em um determinado período.	Relatórios de vendas e software de CRM.	Identificar padrões de compra e ajustar estratégias de marketing e de atendimento.
Valor Médio de Compra	Valor médio gasto pelos clientes em cada compra.	Relatórios de vendas e software de CRM.	Desenvolver estratégias para aumentar o ticket médio, como promoções e upselling; Estruturação de pacotes de vendas e ofertas; Estruturação de cestas de produtos.
Taxa de Conversão	Percentual de visitantes (online ou offline) que realizam uma compra.	Ferramentas de análise de site e software de CRM.	Melhorias de usabilidade; Melhorias de experiência e interação digital; Melhorias no processo de atendimento; Adaptações na jornada de compra.
Canais de Compra Preferidos	Canais mais utilizados pelos clientes para realizar compras (online, loja física, etc.).	Pesquisas de mercado e análise de dados de vendas.	Direcionamento das estratégias de marketing e comunicação; Fortalecimento da experiência e do atendimento nos canais preferenciais; Equilibrar estratégias de precificação e oferta de produtos nos canais não preferenciais.
Feedback do Cliente	Opiniões e avaliações dos clientes sobre produtos e serviços.	Pesquisas de satisfação, redes sociais e feedback direto.	Melhorar produtos e serviços com base no feedback dos clientes para aumentar a satisfação e lealdade.

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

3 Indicadores mais utilizados – Concorrência

Nome do Indicador	Descrição do Indicador	Como obter esta Informação?	Como utilizar no seu negócio?
Preços e Promoções	Informações sobre os preços dos produtos e serviços dos concorrentes, bem como suas promoções e descontos.	Análise de sites dos concorrentes, visitas às lojas, monitoramento de anúncios e redes sociais.	Ajustar seus próprios preços e promoções para se manter competitivo; Compreender os preços de referência que estão na cabeça dos clientes.
Participação de Mercado	Percentual do mercado que cada concorrente possui.	Relatórios de mercado, pesquisas de setor e dados de vendas públicas.	Avaliar a posição competitiva de cada empresa no mercado; Identificar oportunidades de crescimento;
Estratégias de Marketing	Táticas e campanhas de marketing utilizadas pelos concorrentes.	Monitoramento de campanhas publicitárias, análise de redes sociais e newsletters.	Ajustar suas próprias estratégias de marketing para se diferenciar; Compreender estratégias de maior sucesso para incorporar; Identificar elementos de marketing e comunicação da concorrência que podem estar trazendo mais clientes.
Inovações e Lançamentos de Produtos	Novos produtos ou serviços lançados pelos concorrentes e inovações tecnológicas.	Notícias do setor, comunicados de imprensa, feiras e eventos do setor.	Manter-se atualizado com as tendências do mercado; Adaptar as estratégias de inovação para se destacar; Compreender para onde estão indo os investimentos no mercado.
Feedback e Reputação	Opiniões e avaliações dos clientes sobre os concorrentes.	Análise de reviews online, redes sociais e pesquisas de satisfação.	Melhorar seus próprios produtos e serviços com base no feedback dos clientes e na reputação dos concorrentes.

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

3 Indicadores mais utilizados – Tendências

Tipo de Tendência	Descrição da tendência	Como obter esta informação?	Como utilizar no seu negócio?
Tendências Tecnológicas	Inovações e avanços tecnológicos que podem impactar produtos, serviços e operações.	Relatórios de mercado, artigos de tecnologia, conferências e feiras de tecnologia.	Investir em novas tecnologias para melhorar eficiência e competitividade; Oferecer produtos inovadores.
Tendências de Comportamento de Consumo	Mudanças nos hábitos e preferências de compra dos consumidores.	Pesquisas de mercado, feedback dos clientes e análise de dados de vendas.	Adaptar produtos e estratégias de marketing para atender às novas preferências dos consumidores.
Tendências de Modelo de Negócios	Novos modelos de negócios e estratégias operacionais emergentes.	Relatórios de mercado, estudos de caso e artigos de negócios.	Explorar novos modelos de negócios para aumentar a competitividade e eficiência.
Tendências Sociais	Mudanças nas atitudes, valores e comportamentos sociais que podem impactar o mercado.	Pesquisas de mercado, análise de tendências sociais e feedback dos clientes.	Ajustar estratégias de marketing e comunicação para acomodar novos interesses sociais e propósitos; Ajustar estratégias de relacionamento e atuação com as partes interessadas do negócio.
Tendências Demográficas	Mudanças na composição da população, como idade, gênero, localização e renda.	Relatórios do IBGE, censos demográficos e projeções populacionais.	Planejar a longo prazo, considerando as mudanças na composição do mercado e da sociedade; Adaptar produtos e serviços; Adaptar comunicação, relacionamento e atuação junto às partes interessadas.

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

4 Passo a passo para Tomar Decisões a partir de Dados

Levantamento de Dados

Um componente essencial da tomada de decisão orientada por dados é a **capacidade de coletar e organizar informações de maneira eficaz**. Isso inclui tanto dados primários (coletados diretamente da fonte e organizados pela própria empresa) quanto dados secundários (obtidos de bases de informações organizadas por outras empresas).

Assim, é crucial estruturar **“o que se deseja saber”** para direcionar o processo de coleta de informação, logo perguntas como: **“O que eu gostaria de decidir?”** e **“Como eu vou utilizar esta informação?”** serão direcionadoras de “quais dados precisamos buscar”, “quais fontes utilizar”, “melhor estratégia de coleta” entre outros aspectos. Essa estruturação é fundamental para o estabelecimento de **distinção entre curiosidade e informações realmente estratégicas** para as próximas etapas do processo.

A implementação de uma cultura orientada por dados depende de um bom processo de coleta. Quanto maior a qualidade do dado que é coletado, mais interessante serão as possibilidades de seu uso.



Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

4 Passo a passo para Tomar Decisões a partir de Dados

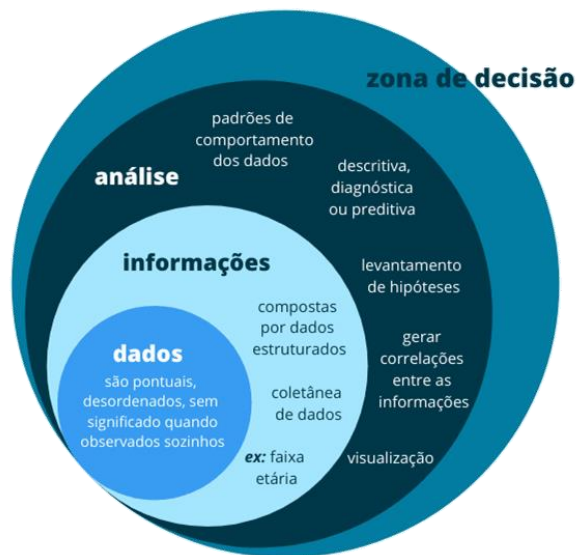
Critério	Pesquisa Primária	Pesquisa Secundária
Definição	Coleta de dados diretamente da fonte original, através de métodos como entrevistas, questionários e observações.	Utilização de dados já existentes, coletados por outras organizações ou fontes, como relatórios, estudos e bases de dados.
Fontes de Dados	Entrevistas, questionários, grupos focais e observações diretas.	Relatórios de mercado, artigos acadêmicos, bases de dados públicas e publicações de empresas.
Custo	Geralmente mais caro devido à necessidade de recursos para coleta e análise de dados.	Geralmente mais barato, pois utiliza dados já disponíveis.
Tempo	Pode ser demorado, dependendo do método de coleta e do tamanho da amostra.	Mais rápido, pois os dados já estão coletados e disponíveis.
Especificidade	Altamente específico e personalizado para as necessidades da pesquisa.	Menos específico, pois os dados foram coletados para outros propósitos.
Atualidade	Pode ser mais atual, pois os dados são coletados no momento da pesquisa.	Pode estar desatualizado, dependendo de quando os dados foram coletados originalmente.
Controle sobre a Qualidade	Maior controle sobre a qualidade e a precisão dos dados coletados.	Menor controle sobre a qualidade e a precisão dos dados, pois depende da fonte original.
Exemplos de Uso	Lançamento de um novo produto, avaliação de satisfação do cliente e estudos de mercado específicos.	Análise de tendências de mercado, benchmarking e estudos preliminares.

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

4 Passo a passo para Tomar Decisões a partir de Dados

Processamento e análise de dados



Para melhor utilização destes dados, é fundamental que a empresa tenha **capacidade de organizar e processar esta informação para tomada de decisão**.

O processamento deste dado é caracterizado pela **capacidade de transformar o dado em uma informação compreensível para avaliação de alguém**, ou seja, o dado só se transforma em algo utilizável se puder ser compreendido. Desta forma, limpar, organizar e deixar os dados em uma característica utilizável é fundamental.

Aliado a isso, torna-se fundamental ter **pessoas que consigam interpretar esta informação**, pessoas com algum nível de entendimento sobre os dados e pessoas com entendimento sobre o negócio e como interpretar esta informação para direcionamento da ação.

Desta forma, não adianta processar o dado, se não houver um grupo de pessoas que consiga **aplicar um nível de entendimento sobre o significado dos dados e direcionar decisões de negócios** a partir disso.

Relatório de Inteligência

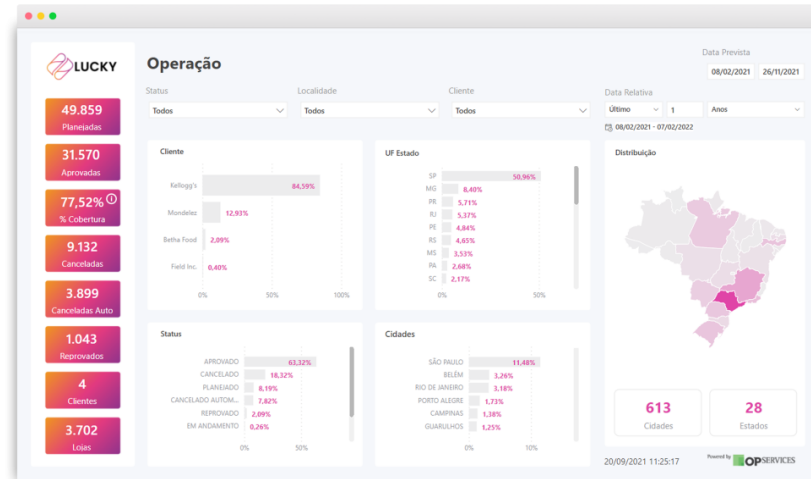
Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

4 Passo a passo para Tomar Decisões a partir de Dados

Visualização dos dados

A visualização de dados é uma ferramenta poderosa que **transforma informações complexas em representações gráficas fáceis de entender**. Para pequenos negócios, isso é especialmente relevante, pois **permite que proprietários e gestores identifiquem rapidamente padrões, tendências e anomalias nos dados**. Gráficos, tabelas e dashboards interativos facilitam a interpretação de grandes volumes de dados, tornando a análise mais acessível e eficiente, mesmo para aqueles que não possuem uma experiência técnica em análise de dados.

Além de simplificar a análise, **a visualização de dados também melhora a comunicação dentro da empresa**. Quando os dados são apresentados de forma visual, é mais fácil para **todos os membros da equipe compreenderem as informações e colaborarem na tomada de decisões**. Isso promove uma cultura de transparência e alinhamento, onde todos têm acesso às mesmas informações e podem contribuir com insights valiosos. A capacidade de compartilhar visualizações claras e concisas também facilita a apresentação de resultados e estratégias para investidores e outras partes interessadas.



Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

4 Passo a passo para Tomar Decisões a partir de Dados

Tipos de Análise de Dados

Análise Descritiva

Resume o que aconteceu no passado, oferece resultados históricos, é o ponto de partida para entender o que aconteceu no mercado. Ajuda a ter uma fotografia do estado atual.

Análise Prescritiva

Sugere ações baseadas em previsões e estimativas, faz recomendações de ações, combina dados baseado em modelos preditivos auxiliando as empresas a decidir o que fazer para atingir um objetivo sugerindo as melhores opções de ações.

Análise Diagnóstica

Explora porque algo aconteceu, identificando causas e correlações, identifica causas de problemas ou padrões, muitas vezes usando ferramentas como correlações e regressões para entender os fatores.

Análise de Segmentação

Avalia a percepção do público sobre a marca ou produtos, identifica diferentes grupos dentro do mercado-alvo, divide o mercado em grupos menores com características semelhantes, permitindo estratégias de marketing mais direcionadas e eficazes.

Análise Preditiva

Utiliza dados históricos para prever tendências futuras, essencial para planejamento estratégico, utiliza tecnologia preditiva desde dados em conciliação com algoritmos, para fazer suas previsões e estimativas.

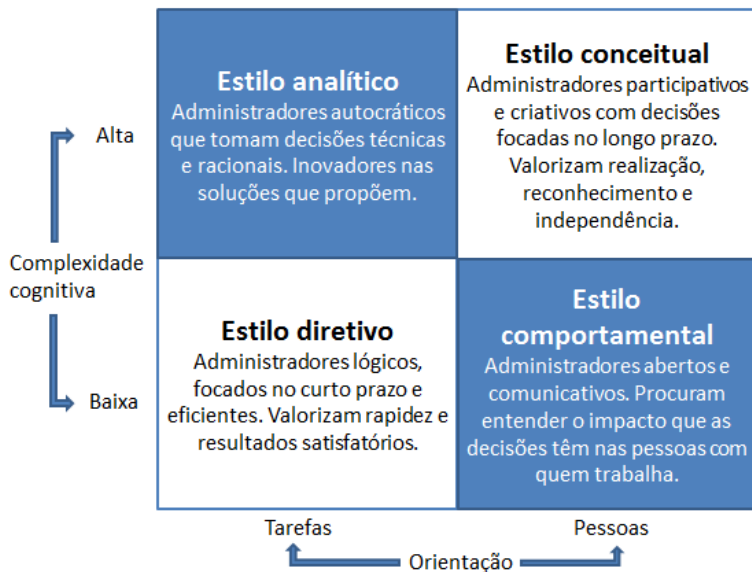
Análise de Comparativa

Avalia desde a posição dos concorrentes identificando oportunidades e ameaças, também olha para os pontos fortes e fracos ajudando a identificar oportunidades de diferenciação

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

4 Passo a passo para Tomar Decisões a partir de Dados



Fonte: ADMConecta baseado em Peci e Sobral (2008)

Tomada de decisão analítica

O **estilo analítico** de tomada de decisão, conforme descrito por Peci e Sobral (2008), é caracterizado por uma abordagem sistemática e detalhada na **avaliação de alternativas**. Esse estilo se baseia fortemente em dados e fatos, utilizando métodos quantitativos e análises rigorosas para tomar decisões informadas. **Os decisores analíticos tendem a coletar e processar uma grande quantidade de informações antes de chegar a uma conclusão**, garantindo que todas as opções sejam cuidadosamente consideradas.

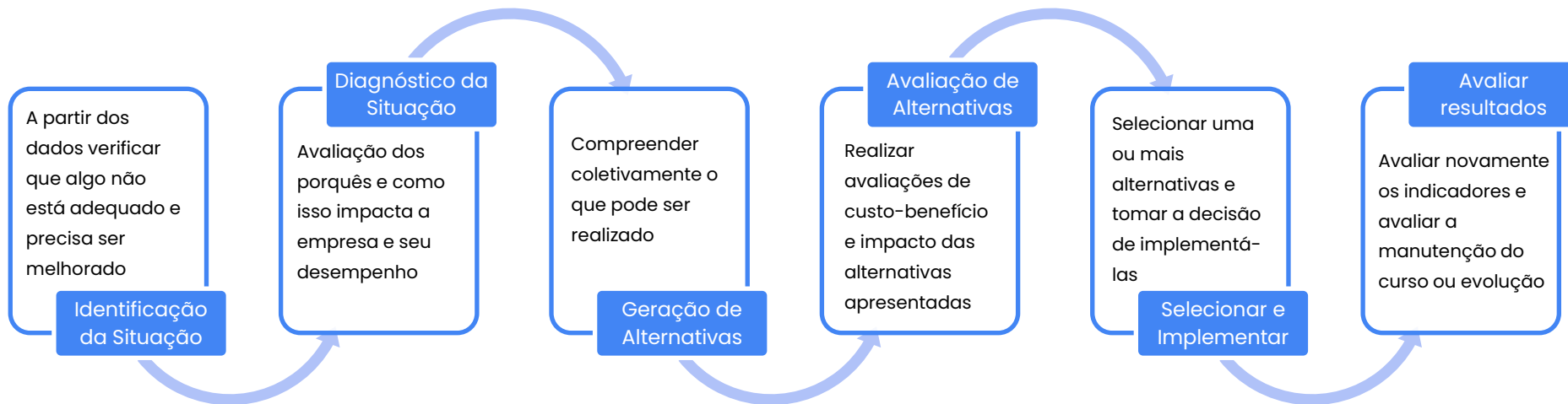
Uma das principais características do estilo analítico é a ênfase na racionalidade e na lógica. **Os gestores que adotam esse estilo buscam minimizar a incerteza e o risco**, utilizando ferramentas como análises de custo-benefício, modelos matemáticos e simulações para prever os resultados das diferentes alternativas. Esse processo detalhado ajuda a identificar a melhor solução possível com base em evidências concretas, ao invés de depender de intuição ou experiência pessoal.

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

4 Passo a passo para Tomar Decisões a partir de Dados

Tomada de decisão analítica



Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

5 Ferramentas tecnológicas de suporte

TECNOLOGIA	O QUE É?	BENEFÍCIOS	IMPACTO NA TOMADA DE DECISÃO
Business Intelligence (BI)	Ferramentas e sistemas que coletam, processam e analisam dados para fornecer insights acionáveis.	Melhora a visualização de dados, facilita a tomada de decisões informadas, e permite o monitoramento de KPIs em tempo real.	Aumenta significativamente a eficiência ao reduzir o tempo necessário para analisar dados e tomar decisões.
Big Data Analytics	Análise de grandes volumes de dados para identificar padrões, tendências e correlações.	Permite insights profundos e preditivos, melhora a precisão das decisões e identifica oportunidades de mercado.	Eleva a eficiência ao transformar grandes quantidades de dados em informações úteis rapidamente.
Machine Learning (ML)	Algoritmos que aprendem com os dados para fazer previsões ou tomar decisões sem programação explícita.	Automatiza a análise de dados complexos, melhora a precisão das previsões e personaliza experiências do cliente.	Aumenta a eficiência ao automatizar processos e fornecer insights preditivos em tempo real.
Inteligência Artificial (IA)	Sistemas que simulam a inteligência humana para realizar tarefas como reconhecimento de padrões e tomada de decisões.	Melhora a automação de processos, aumenta a precisão das análises e reduz erros humanos.	Aumenta significativamente a eficiência ao automatizar tarefas repetitivas e complexas.

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

5 Ferramentas tecnológicas de suporte

TECNOLOGIA	O QUE É?	BENEFÍCIOS	IMPACTO NA TOMADA DE DECISÃO
Data Warehousing	Armazenamento centralizado de dados de diversas fontes para facilitar a análise e o acesso.	Melhora a integração e a consistência dos dados, facilita a análise de grandes volumes de dados e suporta decisões estratégicas.	Aumenta a eficiência ao centralizar dados e facilitar o acesso rápido e confiável às informações.
Visualização de Dados	Ferramentas que transformam dados em representações como gráficos e dashboards.	Facilita a compreensão de dados complexos, melhora a comunicação de insights e suporta a tomada de decisões rápidas.	Aumenta a eficiência ao permitir uma análise visual rápida e intuitiva dos dados.
Automação de Processos Robóticos (RPA)	Tecnologia que utiliza robôs de software para automatizar tarefas repetitivas e baseadas em regras.	Reduz erros, aumenta a velocidade dos processos e libera recursos humanos para tarefas mais estratégicas.	Aumenta a eficiência ao automatizar tarefas manuais e repetitivas, permitindo foco em atividades de maior valor.
Cloud Computing	Uso de servidores remotos na internet para armazenar, gerenciar e processar dados.	Oferece escalabilidade, reduz custos de infraestrutura e melhora a acessibilidade dos dados.	Aumenta a eficiência ao proporcionar acesso rápido e flexível a recursos computacionais e dados.

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

5 Ferramentas tecnológicas de suporte

Entretanto, a maturidade digital dos pequenos negócios ainda é um desafio. O nível médio de maturidade do Brasil é de 40,77 pontos (em uma escala até 100), segundo dados da ABDI e FGV.

Quando analisamos os aspectos relacionados a dados, o resultado médio cai ainda mais, para 39,20 pontos.

A maior parte dos pequenos negócios ainda está em um nível emergente de utilização da tecnologia como meio de eficiência e potencialização dos seus negócios.

Fonte: ABDI/FGV

Fig 2 | Média de maturidade digital total e por objetivo

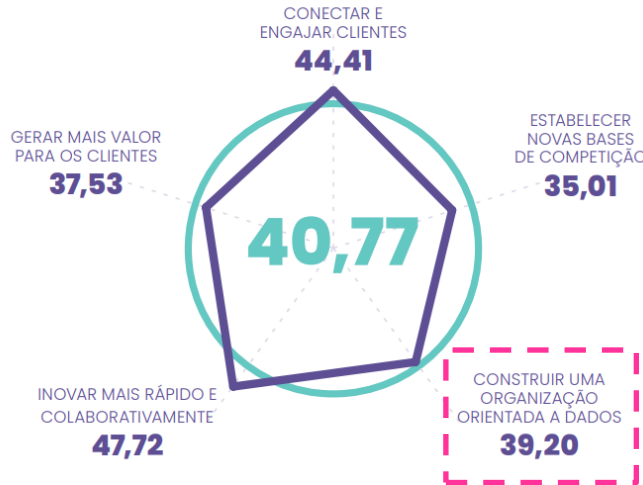
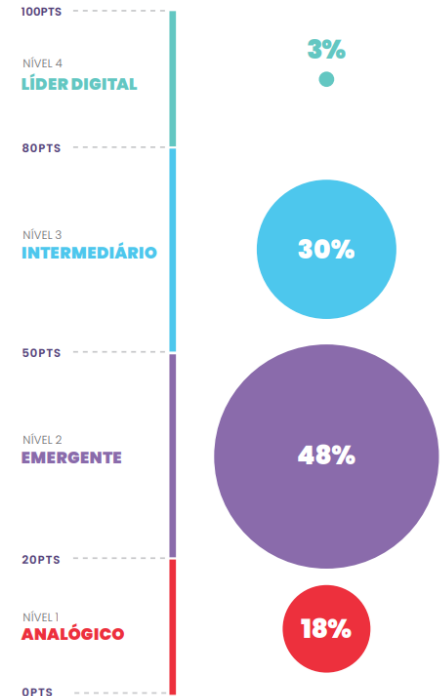


Fig 1 | Distribuição das MPEs avaliadas por nível de maturidade



Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

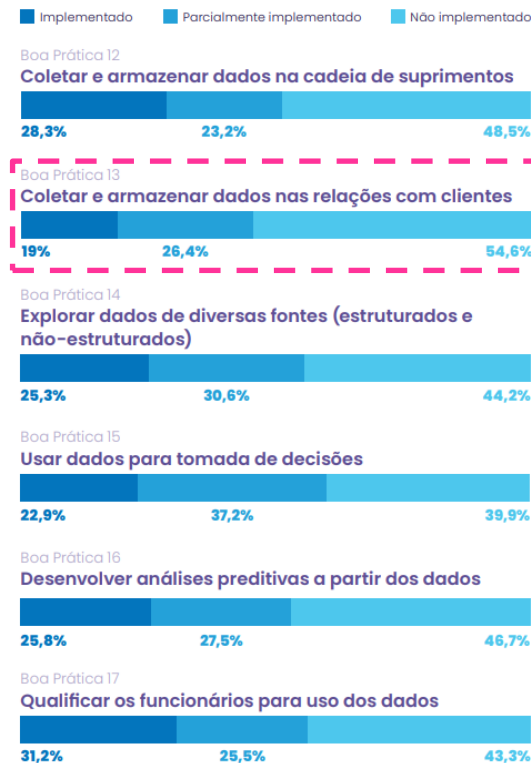
6 Desafios para tomada de decisão baseada em dados

Dificuldades dos pequenos negócios

A construção de uma organização orientada a dados é um desafio significativo para os pequenos negócios no Brasil, conforme revelado pelo estudo “Maturidade Digital das MPÉs Brasileiras” da ABDI e FGV. O estudo mostra que **66% das micro e pequenas empresas (MPÉs) estão nos níveis iniciais de maturidade digital**. Isso indica que a maioria dessas empresas ainda está começando a adotar práticas digitais, o que inclui a coleta e análise de dados. A falta de infraestrutura tecnológica adequada e a escassez de profissionais qualificados são barreiras importantes que dificultam a implementação de uma cultura orientada a dados.

A maior parte das funções relacionadas a dados não estão implementadas nos pequenos negócios, sendo que o **único elemento com mais de 30% de adoção é o investimento na qualificação dos profissionais**.

O aspecto mais crítico está relacionado diretamente ao que dá mais resultado ao negócio que é **a coleta e armazenagem de informações das interações e relações com os clientes com menos de 20% de adoção por parte dos pequenos negócios**.



Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

6 Desafios para tomada de decisão baseada em dados

DESAFIO	POR QUE IMPACTA?	SOLUÇÃO
Qualidade dos Dados	Dados imprecisos, incompletos ou desatualizados podem levar a decisões erradas.	Implementar processos rigorosos de coleta e limpeza de dados para garantir a precisão e a integridade das informações.
Integração de Dados	Dados provenientes de diferentes fontes podem estar em formatos variados e ser difíceis de integrar.	Utilizar ferramentas de integração de dados e estabelecer uma infraestrutura centralizada (como um Data Warehouse) para consolidar informações de diversas fontes.
Capacitação e Cultura Organizacional	A falta de habilidades analíticas e uma cultura organizacional que não valoriza a tomada de decisão baseada em dados podem ser obstáculos significativos.	Investir em treinamento e desenvolvimento de habilidades analíticas para os funcionários e promover uma cultura de dados dentro da organização.
Segurança e Privacidade dos Dados	Proteger os dados contra acessos não autorizados e garantir a privacidade dos dados dos clientes são preocupações críticas.	Implementar políticas robustas de segurança de dados e conformidade com as regulamentações de privacidade, como a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados).

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

6 Desafios para tomada de decisão baseada em dados

DESAFIO	POR QUE IMPACTA?	SOLUÇÃO
Interpretação dos Dados	Mesmo com dados de alta qualidade, a interpretação incorreta pode levar a decisões equivocadas.	Utilizar ferramentas de visualização de dados e análises avançadas para facilitar a interpretação correta e garantir que os insights sejam compreendidos por todos os stakeholders.
Custo e Tempo	A implementação de sistemas de análise de dados pode ser cara e demorada.	Planejar cuidadosamente os investimentos em tecnologia e infraestrutura de dados, e considerar soluções escaláveis que possam crescer com a empresa.
Mudança Rápida no Ambiente de Negócios	O ambiente de negócios está em constante mudança, o que pode tornar os dados rapidamente obsoletos.	Adotar uma abordagem ágil para a análise de dados, permitindo ajustes rápidos e contínuos com base em novas informações.

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

7 Como implementar no seu negócio

1. PONTO UM

Estabelecer uma cultura de dados

2. PONTO DOIS

Investir em infraestrutura e capacitação

3. PONTO TRÊS

Coletar dados de qualidade

4. PONTO QUATRO

Investir em ferramentas de visualização de dados

5. PONTO CINCO

Investir em apoio consultivo

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

PONTO 1

Estabelecer uma cultura de dados

Promover a importância dos dados dentro da organização e incentivar todos os funcionários a utilizarem dados em suas atividades diárias tende a elevar tanto o costume de trabalhar com informação, quanto a presença dos dados em todos os momentos da empresa.

A realização de treinamentos e workshops para capacitar a equipe em análise de dados e uso de ferramentas analíticas tende a ser um fator chave neste processo, bem como a abertura, o incentivo, a transparência e a comunicação aberta sobre os insights obtidos a partir dos dados.



"Controlar os dados é o princípio para atingir os resultados."

Nélio Wanderley

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

PONTO 2

Investir em infraestrutura e capacitação

Adquirir as ferramentas e tecnologias necessárias para coletar, armazenar e analisar dados de forma eficiente. As tecnologias são potencializadoras dos resultados humanos e são fundamentais para ir mais longe e sermos competitivos. Uma pequena empresa com as tecnologias certas, tem muito mais chances de competir com organizações maiores.

Contudo, este investimento em tecnologia tem que ser acompanhado da capacitação e habilitação de seus profissionais para o seu bom uso. São as pessoas que vão utilizar a tecnologia, não a empresa.



"A tecnologia é um mecanismo de liberação de recursos.
Ela pode tornar abundante o que antes era escasso."

Peter Diamandis

Relatório de Inteligência

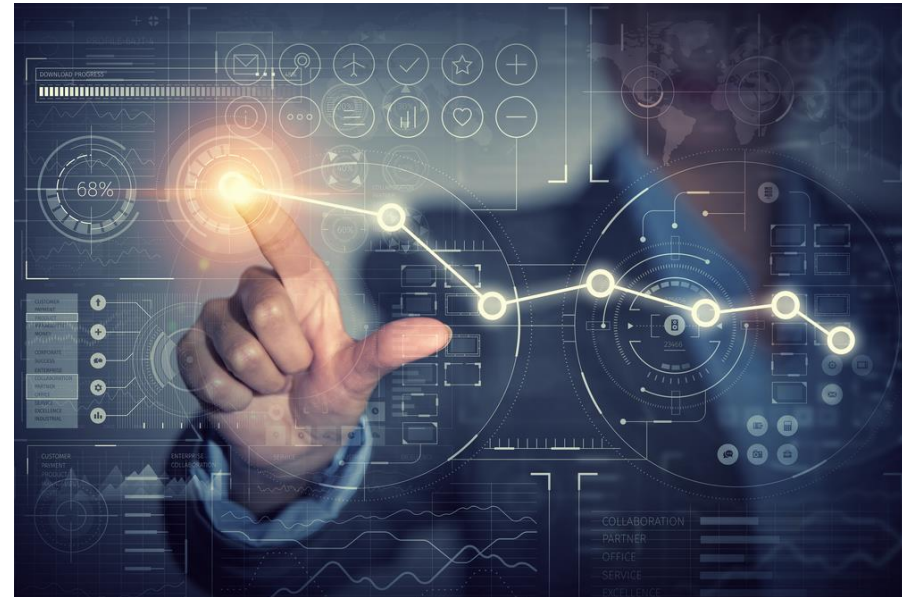
Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

PONTO 3

Coletar dados de qualidade

Garantir que os dados coletados sejam precisos, completos e relevantes para as necessidades do negócio talvez seja mais importante que a sofisticação das suas análises. Bons dados te aproximam de boas informações e diagnósticos, o que te levará a maior facilidade de encontrar o melhor caminho de decisão. Coletar e utilizar dados de baixa qualidade e de fontes duvidosas, podem te colocar no caminho de decisões que podem desfavorecer o seu negócio.

Assim, estabeleça processos rigorosos de coleta e limpeza de dados. Utilizar fontes confiáveis e implementar práticas de governança de dados para manter a integridade das informações.



"Dados são o que você precisa para fazer análises.
Informação é o que você precisa para fazer negócios."

John Owen

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

PONTO 4

Investir em ferramentas de visualização de dados

Transformar dados brutos em representações visuais que facilitem a interpretação e a tomada de decisão. Além disso, permite que mais pessoas tenham acesso à informação, possibilitando uma discussão mais ampla em toda a organização.

Adotar ferramentas de visualização de dados gratuitas como o Power BI ou Looker Studio tende a ser um bom caminho para iniciar este processo. Criar gráficos, tabelas e dashboards interativos que permitam monitorar KPIs e identificar tendências rapidamente será de grande auxílio para o desenvolvimento da cultura de dados na sua empresa



"Inteligência de negócios é prover os dados certos, no momento certo, para as pessoas certas, para que possam tomar as decisões certas."

Nic Smith

Relatório de Inteligência

Uso de dados de mercado para planejar e orientar a tomada de decisão em negócios

PONTO 5

Investir em apoio consultivo

Nem sempre temos todas as condições de iniciar este processo de maneira independente, mesmo construindo um bom caminho podemos precisar de auxílio para trazer foco, melhores informações e direcionamento especializado.

O apoio consultivo do SEBRAE/PR pode ser uma referência importante para seu negócio. Nossos especialistas podem auxiliar na identificação dos aspectos mais relevantes de serem monitorados em cada momento do seu negócio, bem como na expansão da utilização dos dados a partir do momento que uma cultura vai sendo construída.



"O sucesso das organizações depende das pessoas e da utilização inteligente da informação disponível."

Peter Drucker

Fontes

[ABDI](#)

[Accenture](#)

[Agencia Sebrae](#)

[AWARI](#)

[Cloud Talk](#)

[DS Academy](#)

[Data Scientist](#)

[Data Sebrae](#)

[Data Sebrae](#)

[Edicon Group](#)

[Forbes](#)

[Gaea](#)

[Gartner](#)

[HBR](#)

[Infracommerce](#)

[Mckinsey](#)

[Microsoft](#)

[Microsoft](#)

[Neoway](#)

[Pecan IA](#)

[RD Station](#)

[Rolim, A. F., Liider, L. C. M., &](#)

[Omairi, C. \(2023\)](#)

[Sinequa](#)

[Skyone Solution](#)

[Tableau](#)

[Tech6 Group](#)

[Tecnoset](#)

[180ops](#)



Relatório de Inteligência