



**MARIA DA CONCEIÇÃO A. SILVA**  
Vice-Diretora do SLab

**SLAB**  
**CATÓLICA.PORTO**

CATÓLICA PORTO  
BUSINESS SCHOOL

SLab – SERVICE MANAGEMENT LAB

### Business Analytics na Prática

Sales This Month

71K

Sales Orders Open



Opportunities Pipeline



Profitability



Sales This Month



Item Sales Shares



Sales & Profit Items



Cash Cycle Components



Revenue & Expenses



Key Name



Profit Balance

Item Name	Value
Net Margin	100,000
Gross Margin	80,000
Sales Margin %	80,000
Revenue	100,000
Operating Expenses	20,000
Operating Margin %	80,000
Other Expenses	0,000
Total Sales	100,000
Total Revenue	100,000

O Business Analytics (BA) é um movimento relativamente recente que consiste na tomada de decisão com base em dados, permitindo às empresas obter vantagens competitivas através do valor que podem retirar da análise de dados. No BA distinguem-se normalmente 3 etapas, que são sequenciais no processo de tomada de decisão: (1) o diagnóstico da situação atual (descriptive analytics), (2) a elaboração de previsões para o futuro próximo (predictive analytics), (3) a elaboração de modelos de suporte ao processo de tomada de decisão (“prescriptive analytics”).

Há muitas ferramentas analíticas para cada fase deste processo de decisão, bem como vários exemplos práticos de aplicação dessas ferramentas.

A ferramenta crucial no “descriptive analytics” é o “dashboard” no qual a ‘fotografia’ do negócio pode ser vista em tempo real e a qualquer momento. Um Dashboard eficaz é normalmente gráfico, interativo, e contém um conjunto-chave de indicadores para cada área do negócio. A definição dos indicadores é o aspeto mais importante a ter em conta no processo de construção de um dashboard. É importante uma boa definição das perguntas às quais o dashboard deve dar resposta, e depois levar a cabo a criação de ferramentas eficazes que permitam a obtenção dessa resposta. Existem atualmente no mercado várias ferramentas de construção de dashboards, mas o Excel, sempre disponível, pode ser muito eficaz neste processo.

No predictive analytics as ferramentas usuais são métodos de previsão causais ou de séries temporais. Através de modelos de previsão é possível planear e programar a atividade e as necessidades de recursos no futuro. Para além disso, os modelos preditivos permitem dar resposta a uma série de questões importantes e podem ser um excelente apoio no processo de tomada de decisão. Por exemplo, num banco podemos prever, face a certas características de um cliente, o risco de incumprimento de crédito do mesmo, ou na saúde, podemos prever o risco de morte de um paciente que vai ser sujeito a uma dada cirurgia, face ao seu estado de

saúde antes da cirurgia.

O prescriptive analytics envolve ferramentas um pouco mais avançadas, pois nesse caso o objetivo é criar modelos matemáticos que funcionem como um guia no processo de tomada de decisão. Ferramentas cruciais são modelos de otimização, em que podemos decidir sobre um plano de produção que maximize o lucro, ou um plano de transportes ou de afectação de recursos que minimize os custos. A simulação, que consiste numa perspectiva experimentalista de resolução de problemas, pode ser útil para tomar decisões relativas a investimentos (análise

### As ferramentas do Business Analytics facilitam o processo de tomada de decisão

de todos os cenários possíveis para as variáveis e consequente obtenção de uma distribuição do VAL – valor atualizado líquido –, em vez de um valor único), ou relativas ao dimensionamento de um serviço (onde os fenómenos de espera podem ser analisados mediante vários cenários possíveis).

Muitas outras ferramentas e métodos estão disponíveis no analytics. O importante é as empresas começarem a internalizar essas competências. Num estudo recente da Alteryx (The business grammar report) a 500 gestores de empresas da França, Reino Unido, Holanda, Dinamarca e Alemanha, conclui-se que 94% dos respondentes considera que o BA é importante para o seu processo de tomada de decisão, contudo os mesmos reportam 40% de decisões que, precisando de suporte analítico, não o têm.

*O SLab é um centro de competências da Católica Porto Business School que desenvolve projetos e investigação em conjunto com as empresas em diversas áreas da Gestão de Serviços. A Previsão da Procura e Otimização é uma das áreas de atuação do SLab.*

PARCEIROS SLAB




