

## Professor, o que é “biai”?



GLÁUCIO BRANDÃO

Graças aos estudantes, nunca ficarei desempregado, pois sempre terei o que aprender e repassar. Também, graças a eles, ainda terei muito fôlego para escrever para a Nossa Ciência!

Certo vez, há alguns anos atrás - em sala de aula claro - uma estudante saiu com essa:

- Professor, o que é biai?

A vontade de responder “Saúde!” foi meu primeiro instinto! Mas aí ela continuou:

- Falam que é nova tendência na área de negócios!

Aí a coisa pegou! O que era esse conceito do qual eu nunca tinha ouvido falar? Disse que consultaria meu oráculo (da mitologia, “divindade a quem se consulta”, hoje conhecida por *Google*), e que na aula seguinte viria com uma resposta condizente a um docente pego no contrapé. Hoje em dia, não fico tão chateado quando não sei dar uma resposta à queima roupa, pois cunhei esse mantra como desculpa neurológica e, claro “saída pela direita”: *Professor também é estudante!*

Passado o sufoco, vamos ao que aprendi de “biai” na época e estou desenvolvendo o conceito para mim mesmo, desde então.



## Business Intelligence

Uma consulta à grande *divindade digital* pelo termo “biai”, retornou-me a seguinte resposta: “*Você quis dizer BI?*”. Eu pensei... acho que era isso mesmo! Corrigi a pergunta e refiz a pesquisa. Apareceu uma miríade de miríade de respostas explicando o que era *Business Intelligence*. Fiquei impressionado! Não com o BI, mas perguntando-me: Como é que o Google sabia que eu não sabia escrever BI? Bom, ele deve ter o próprio BI.

Voltando ao conceito e recorrendo à melhor enciclopédia do mundo, a Wikipedia me devolveu um texto que entendi mais ou menos assim: fazer *Business Intelligence* consiste em utilizar dados, organizá-los, analisá-los, monitorá-los e agir para tomar melhores decisões verificando se as ações realizadas e os investimentos feitos estão trazendo [resultados desejados](#). Ou seja, é fazer com que os efeitos respondam às causas criadas. É uma lei de feedback. É a forma como deveríamos agir na vida profissional, fazendo esforço e medindo concomitantemente o retorno a fim de corrigir a rota à medida que ela se desvia muito do pretendido. É usar a inteligência nos negócios. Simples assim.

## Geração de Valor

“Informação é a única coisa que uma organização cria que nenhum competidor pode replicar”, escreve Mark Hurd e Lars Nyberg em seu livro *The Value Factor: How Global Leaders Use Information for Growth and Competitive Advantage* (não achei a versão em português). Ou seja, sua organização, sua startup, você são eventos únicos. O conceito de BI vai na linha de utilizar toda informação que você cria para potencializar suas ações e gerar valores únicos. Você ainda não é replicável pois, mesmo que tenha um clone, seu *mindset*, a forma como você associa seu valores e conceitos, sempre será único.

No quesito startup, a geração de valor é sua principal missão e razão de existência. Entender o significado disso pode ser a diferença entre a sustentabilidade e a falência, pois é seu conjunto de atividades único que cria diferenciação.

Assim, a geração de valor tem de satisfazer aos três principais *stakeholders*: Empregado, Cliente e Parceiros. Inclua nesse último investidores (de tempo e dinheiro), fornecedores, sócios, consultores etc. Há quem defenda que todos podem ser vistos como cliente.

Para o *stakeholder empregado*, valor significa reconhecer seu esforço, considerá-lo parte da administração e prever oportunidades de crescimento. Essa galera é que realmente representa o *frontend* da empresa; são quem recebem e monitoram os dados dos clientes. São o batalhão de frente.

O *stakeholder parceiro* vê valor como algo tangível, rentável, ou intangível, quando você desenvolve ações para estes que desejam outro tipo de ganho, como agregação à marca, valor pessoal, espiritual etc., o que Michael Porter chama de “Valor Social”.

Já o último, o mais explícito, o *stakeholder cliente*, enxerga valor no serviço bem executado, no produto de qualidade e na disponibilidade de encontrar estes dois itens. Este, dos três, é o *stakeholder* mais sensível, volátil e imprevisível.

### Tomada de decisão efetiva

Na festa de confraternização de final de ano de 2002, quando ainda trabalhava desenvolvendo produtos para a [Tmed](#), hoje empresa, mas naquela época startup, a qual ainda guia minhas ações empreendedoras latentes, ouvi um discurso-estória rápido e objetivo de um de seus CEOs, o comandante economista Amando Guerra, o qual ainda utilizo para falar sobre decisão. Foi mais ou menos assim: “Certa vez, cinco sapinhos estavam em cima de um tronco, descendo rio abaixo, e se aproximando rapidamente de uma cachoeira. E aí, vendo o fim próximo, um deles decidiu saltar para um banco de areia que se aproximava rapidamente, na tentativa de evitar o óbvio”. Fim da história, mas não da lição. O mestre Amando perguntou: “Quantos sapinhos sobreviveram a este ocorrido?”. A plateia, inclusive eu, quase que em uníssono, respondemos: “Um sapinho, claro”. E aí Amando nos brindou com um “tapa” em nossa ingenuidade: “Nenhum, pois este sapinho decidiu mas não pulou!”.

A geração de valor pelo uso da BI será resultado apenas de **decisões efetivas**. Klaus Schwab, um dos *chairman* do Fórum Econômico Mundial disse certa vez: “Estamos saindo de um mundo no qual os grandes engoliam os pequenos para um mundo em que os rápidos comem os lentos.” Estamos vivendo em um mundo no qual Jeremy Rifkin, autor de *Sociedade de Custo Marginal Zero*, fala que o importante será o acesso, não a posse. Airbnb, Uber, Netflix, Original, Nubank e até a startup de nosso compadre Valdecir, a Hoodid, que tem um sistema de cartório virtual, nos trazem esse mundo futuro para hoje. Assim, juntando virtualidade com velocidade temos a ubiquidade, na qual vencerá aquele que souber garimpar a maior quantidade de informação e tomar decisões efetivas de forma quase instantânea. Não dá para ficar pensando em decidir. Pensar vem antes. Decisão é ação. O tronco está se movendo rápido. A cachoeira é alta! O banco de areia está logo à frente. Quais informações você ainda precisa?



Decida efetivamente!

## Informação correta

As tomadas de decisão efetiva estão ancoradas em *Informações corretas*. Nem toda informação interessa. Assim, deve-se promover em uma startup o ambiente propício para isso, pautado na tríade formada por *tecnologia flexível*, *processos ágeis* e, principalmente, *empregados responsivos*. Somente CEOs alimentados por informações válidas poderão ficar em situação de “crista da onda” (proativa), ao invés de “apagar incêndio” (reativa). As características para essa segunda condição exigem esforços sobre humanos e exclusivamente de sobrevivência. Ter uma tecnologia baseada apenas em Excel, desktop e DOS (acho que era esse o nome daquele sistema operacional?), processos pautados em atas de reunião e empregados desestimulados com os olhos colados no bater das 18h, são a fórmula perfeita para a geração de dados que não interessam (algumas vezes propositais). Assim, quando a Adepol procurou a inPACTA para ajudá-la na criação de um mapa de decisão sobre a violência na campanha **Eu Decido a Segurança do RN**, utilizamos a mineração de dados para prover resultados além do Excel, como pode ser visto no artigo de [Garimpendo Problemas](#). Existem várias plataformas online, algumas “0800”, que fornecem BI. Cito algumas: [Power BI](#), [QLIK](#), e a de software livre que utilizamos no projeto com a Adepol, [WEKA](#).

O tempo de hoje exige conversão rápida de informação em decisão. Você é o responsável por promover essa ambiência em seu grupo de trabalho, em sua startup, para gerir seus negócios ou criar novos.

## A Cadeia de Valor de BI

A “**Geração de valor** resultante da **Tomada de Decisão Efetiva** baseada em **Informação Correta**” é o que Gregory Steffine, consultor internacional de BI chama de “BI Value Chain”.

Estamos na era do cliente, em que o poder está em um arrastar de dedos. Hoje, a tecnologia é o ente mais precíval que existe. As ideias, as coisas mais efêmeras e “roubáveis”. As pessoas nunca estiveram tão fortemente ligadas a uma superficialidade quase inócua. Nesse mundo, sobreviverão os negócios em que seus responsáveis consigam gerir bem seus pares, coletar as informações no tempo certo, filtrar aquilo que interessa e entregar valor na medida certa de modo a manter os *stakeholders* engajados. Não dá mais para nenhum negócio viver sem BI. E olhe que não falei de inovação em todo o texto (rsrsrs)... Até agora.

**Decisão efetiva e tempo** são suas prioridades. A **ação** é a consequência do inevitável.

Seja o sapinho que diz: “Pulem agora”!