

Por Alex Jerônimo da Silva, Beatriz de Souza Bernardino e Juliana Tavares Calzavara (\*)

Em um mundo empresarial cada vez mais dinâmico e competitivo, a informação deixou de ser apenas um suporte e passou a ser um dos principais pilares da tomada de decisão. No centro desse processo, a Inteligência de Negócios – também conhecida como Business Intelligence (BI) – ganha papel de destaque ao transformar dados brutos em análises relevantes. Além de conhecimentos únicos que impulsionam estratégias e proporcionam vantagens competitivas, podendo, inclusive, mudar a direção do negócio.

A tecnologia tem acelerado esse movimento. Com o avanço da inteligência artificial (IA) e do machine learning, a sociedade contemporânea gera e consome uma quantidade de informações sem precedentes. Essa dinâmica exige das empresas não apenas a capacidade de armazená-las, mas, principalmente, de analisá-las de forma crítica, segura e eficaz.

Num cenário em que os dados crescem em volume e complexidade, dominar a arte de coletar, tratar, interpretar e comunicar informações relevantes tornou-se um diferencial essencial. Os desafios são muitos: garantir qualidade, tempestividade, segurança da informação e fomentar uma cultura voltada à decisão baseada em dados. Isso é fundamental para o sucesso organizacional.

### **BI: mais que suporte, um motor estratégico**

A inteligência de negócios atua como catalisadora de decisões eficazes. Seu escopo abrange desde a coleta e o preparo dos dados – estruturados ou não – até sua análise técnica e entrega em formatos variados, como dashboards, relatórios analíticos, análises estatísticas e preditivas. O objetivo? Apoiar decisões, monitorar ações, mitigar riscos, identificar oportunidades e promover crescimento sustentável.

Mas para que isso ocorra de forma efetiva, o trabalho técnico precisa caminhar lado a lado com a empatia e o entendimento das pessoas. Entregar uma análise assertiva exige compreender as necessidades de diferentes públicos dentro da empresa. Muitas vezes, os solicitantes nem conseguem expressar com clareza o que desejam. Cabe à equipe de BI provocar o pensamento certo, desafiar premissas e explorar junto ao cliente o verdadeiro problema por trás da solicitação.

Informação de qualidade fora do tempo ideal perde seu valor. Imagine um executivo indo a uma reunião estratégica sem os dados necessários em mãos – mesmo que esses dados cheguem horas depois com uma excelente apresentação, sua utilidade já estará comprometida. A boa informação é a que chega na hora certa. Inclusive, a demora na entrega pode perpetuar diretrizes equivocadas ou inibir ações promissoras.

A tempestividade é, portanto, um valor fundamental na área de inteligência de negócios que realmente impacta a organização. Um bom relatório não é aquele que apresenta apenas números positivos e impactantes, mas, sim, que contribui efetivamente nos resultados da empresa. Informações irrelevantes custam caro – tanto financeiramente quanto em tempo e foco desperdiçados. Uma área de BI eficiente deve acompanhar de perto a evolução estratégica da companhia. O dado relevante de ontem pode não ter mais utilidade hoje.

Saber desapegar de relatórios obsoletos é sinal de maturidade analítica. Do mesmo modo, mesmo que uma informação seja correta e útil, a empresa pode não estar pronta para absorvê-la – o que exige sensibilidade e timing da equipe. A qualidade técnica dos dados também é essencial. Em tempos de decisões rápidas e alto impacto, qualquer falha metodológica pode minar a confiança e desqualificar análises relevantes. Por isso, é fundamental garantir a transparência dos métodos e alinhar expectativas com todas as áreas envolvidas.

Outro ponto crucial é a conexão entre os dados. Ainda que existam boas ferramentas e bases estruturadas, se a análise não for capaz de contar a história completa do cliente ou do produto, por

exemplo, haverá subutilização. Unidades isoladas até podem gerar valor, mas é na integração das operações que o verdadeiro potencial dos dados se revela. Ter dados não é suficiente. É preciso conhecer o negócio. Sem entendimento do contexto, mesmo a maior base de dados pode virar um amontoado de números sem propósito.

O profissional de BI precisa ser quase um contador de histórias, capaz de traduzir realidades complexas e extrair sentido e relevância das informações. Os dados não falam sozinhos. É o olhar crítico e especializado que os transformam em conhecimento. Além disso, entender as premissas por trás das análises é imprescindível. Um mesmo indicador pode gerar conclusões diferentes conforme os filtros aplicados. Cabe à equipe de BI garantir que a pergunta certa esteja sendo respondida e que todos os envolvidos compreendam as nuances dos resultados.

Adaptar a comunicação ao público também é uma competência cada vez mais valorizada. Uma análise útil para a área de sinistros de uma seguradora, por exemplo, pode precisar de ajustes para fazer sentido à área de precificação. Termos técnicos, visualizações e até a linguagem utilizada precisam ser adaptados para que os dados gerem impacto em diferentes setores.

### **Eficiência, automação e versatilidade**

À medida que a área de inteligência de negócios se consolida nas organizações, aumenta também a sua demanda, mas nem sempre os recursos acompanham esse crescimento. Por isso, a adoção de ferramentas automáticas que substituam planilhas e integrem bases de dados de forma inteligente é fundamental.

As melhores soluções são aquelas que reduzem o esforço operacional, liberando a equipe para focar em análises mais estratégicas. A automação deve ser aplicada no momento certo, quando a base de dados já atingiu um nível de maturidade confiável, evitando, assim, decisões precipitadas baseadas em dados ainda instáveis. Além disso, a versatilidade é uma marca registrada dos profissionais de BI. Essa área pode estar inserida em diferentes departamentos – de áreas técnicas ao marketing – e exige curiosidade, adaptabilidade e multidisciplinaridade dos seus integrantes.

Em síntese, a inteligência de negócios, mais do que uma função técnica, é uma ponte entre o dado e a ação, entre o número e a estratégia, entre a informação e a vantagem competitiva.

(\*) **Alex Jerônimo da Silva** é especialista de Governança de Negócios; **Beatriz de Souza Bernardino** é analista de Inteligência de Negócios; e **Juliana Tavares Calzavara** é gerente de Inteligência e Governança de Negócios do IRB(Re).

**Fonte:** IRB(Re), em 02.07.2025