

ESCOPO PARA DESENVOLVIMENTO DE DASHBOARDS DAS CONSULTORIAS REALIZADAS NO ÂMBITO DO SEBRAE-PB

GUSTAVO ALVES DA COSTA¹ 

ALÉSSIO TONY C. DE ALMEIDA² 

RESUMO

As organizações estão sempre buscando continuamente melhoria dos processos e procedimentos, visando uma melhor produtividade, redução de desperdícios, tomada de decisões mais eficazes e eficientes, e pensando no aperfeiçoamento das estratégias institucionais. Em um período em que é vantagem possuir informação, as ferramentas de Big Data surgem oportunamente para as organizações, no intuito de auxiliar as análises internas e externas, otimizando o tempo e reduzindo custos, sendo parte da Indústria 4.0. Este trabalho visa apresentar um escopo para o desenvolvimento de dashboards que apresente resultados coerentes e atualizados, no âmbito das realizações de consultorias do SEBRAE Paraíba. Uma lógica para se criar dashboards com clareza no objetivo e participação no desenvolvimento dos painéis. Apoiando dessa forma toda equipe de desenvolvimento para que se alcance resultados satisfatórios. Este trabalho é uma importante ferramenta para a instituição como um todo, principalmente para aperfeiçoamento das estratégias utilizadas no planejamento das ações de consultoria, através dos gestores das agências regionais distribuídas pelo estado da Paraíba.

Palavras-Chave: Big Data; Dashboards; Indústria 4.0; desenvolvimento; informação; organizações.

SCOPE FOR DEVELOPING DASHBOARDS FOR CONSULTANCIES CARRIED OUT WITHIN THE SCOPE OF SEBRAE-PB

ABSTRACT

Organizations are always seeking continuous improvement of processes and procedures, aiming at better productivity, waste reduction, more effective and efficient decision-making, and thinking about the improvement of institutional strategies. In a period when it is an advantage to have information, Big Data tools appear opportunely for organizations, in order to help internal and external analyses, optimizing time and reducing costs, being part of Industry 4.0. This document aims to present a scope for the development of dashboards that present coherent and updated results, within the scope of SEBRAE Paraíba's consultancies. A logic to create dashboards with clarity in the objective and participation in the development of the dashboards. In this way, supporting the entire development team to achieve satisfactory results. This work is an important tool for the institution as a whole, mainly for improving the strategies used in the planning of consultancy actions, through the managers of the regional agencies distributed throughout the state of Paraíba.

Keywords: Big Data; Dashboards; Industry 4.0; development; information; organizations.

¹ Especialista em Gestão de Dados no Cenário Big Data | Servidor SEBRAE-PB | E-mail: gustavoalves@pb.sebrae.com.br

² Doutor em Economia Aplicada | UFPB | E-mail: alessio@lema.ufpb.br

1 INTRODUÇÃO

O SEBRAE possui 11 agências regionais distribuídas pelo Estado da Paraíba e o8 PAS – Ponto de Atendimento SEBRAE (o PAS é uma parceria realizada entre SEBRAE e prefeitura, onde funcionários da prefeitura são capacitados pelo SEBRAE e realizam atendimento à população do município, com ações em conjunto com o SEBRAE para atender os clientes e desenvolver o empreendedorismo no município) também distribuídos pela Paraíba. Toda essa estrutura gerando diversas ações de atendimento ao cliente e um grande volume de dados armazenados. Há diversos gestores realizando ações de consultorias em áreas distintas, distribuídos nas agências do SEBRAE-PB, porém não temos dashboards específicos para análise das consultorias do sistema FLUIG (Sistema desenvolvido por empresa contratada) que nos oriente qual consultoria está sendo mais demandada ou quais áreas estão sendo mais trabalhadas através das ações de determinada região e que podem ser trabalhadas em outra região, gerando assim uma ligação entre agências e que torne a realização da consultoria cada vez mais eficaz e eficiente. Além de termos consultorias que não estão sendo realizadas, mas que ainda permanecem no nosso portfólio de soluções para os clientes, desatualizadas e que não devem mais estar no nosso radar de soluções, principalmente pelo fato de estarem desatualizadas.

Estamos vivendo a era das transformações rápidas, do avanço tecnológico, e a chegada da quarta revolução industrial, conhecida também como Indústria 4.0. Este termo “Indústria 4.0” foi criado na Alemanha, durante uma convenção em Hannover, no ano de 2011, descrevendo como a transformação da indústria iria revolucionar a organização global das cadeias de valores. Criando as chamadas “fábricas inteligentes” a quarta revolução industrial cria um mundo onde sistemas físicos e virtuais de manufatura cooperam entre si de maneira flexível, permitindo novos modelos de processo e a customização de produtos (SCHWAB, 2016).

Na Indústria 4.0, dentre várias áreas, destaca-se o Big Data, como sendo uma ferramenta extremamente importante para o tratamento de um expressivo volume de dados em tempo reduzido, dando suporte para que os gestores fundamentem suas decisões baseados em números, tornando sua decisão mais eficaz e eficiente, e reduzindo o risco de uma decisão errada por parte do gestor, sendo dessa forma uma poderosa ferramenta na tomada de decisões estratégicas mais assertivas.

O conceito de Big Data está relacionado à capacidade de filtrar e de extrair

informações relevantes de uma massiva quantidade de dados para auxiliar o processo de tomada de decisão, artifício que ficou conhecido como data-driven. Trata-se de uma das competências mais estimadas pelo mercado atualmente. O conceito de Big Data não surgiu especificamente como instrumento educacional, mas já se mostra uma vantagem estratégica para qualquer organização que deseja crescer e prosperar ao inseri-la na aprendizagem (CASALINHO, 2015).

Numa abordagem organizacional, o Big Data permite que novos modelos de negócio sejam criados, baseado no expressivo valor do armazenamento das informações e suas análises. As organizações buscam cada vez mais realizar suas tomadas de decisões, com a utilização de análises preditivas, evitando assim o desperdício e reduzindo custos com a realização de ações ineficazes e ineficientes (TAURION, 2013).

Neste contexto, o SEBRAE Paraíba está buscando cada vez mais utilizar melhor os dados para aperfeiçoar a tomada de decisões de forma mais eficaz e com menor risco de insucesso possível. Utilizamos softwares que nos permite desenvolver diversos painéis (dashboard) que norteiam seus gestores para estrategicamente desenvolver ações específicas para o público externo e interno. A instituição possui diversas áreas de atendimento que possuem painéis distintos, facilitando assim o entendimento de problemáticas que poderiam gerar ações inconsistentes e que resultassem negativamente ou que não houvesse transformação no público atendido.

Diante das necessidades do SEBRAE Paraíba em diariamente se reinventar e focar em resultados mais satisfatórios, este documento visa orientar os atores envolvidos no desenvolvimento de dashboards, na criação de painéis que apresentem resultados acerca das consultorias realizadas através das agências regionais distribuídas pelo Estado da Paraíba, sendo mais eficaz e eficiente nas decisões estratégicas.

2 OBJETIVO GERAL E ESPECÍFICO

2.1 Objetivo Geral

Desenvolver um escopo para auxiliar os atores envolvidos no desenvolvimento de dashboards do SEBRAE-PB, buscando explicar sobre as necessidades dos gestores, gerentes e diretores, para a construção de painéis focados nas consultorias realizadas

através do sistema Sistema de contratação de consultorias/instrutorias/pagamentos³ (FLUIG) para análise dos interessados.

2.2 Objetivo Específico

- a) Conhecer a problemática que originou o tema deste documento.
- b) Tornar válido o tema a ser abordado, sua necessidade e importância para a instituição como um todo.
- c) Descrever o funcionamento das contratações de consultorias no SEBRAE-PB.

3 VALIDAÇÃO DA PERTINÊNCIA DO PROJETO

Durante o período de desenvolvimento do tema escolhido para realização do trabalho de conclusão de curso, busquei realizar a validação com diversos atores do SEBRAE-PB, com a finalidade de obter o máximo da visão dos gestores, em relação ao trabalho que estava para ser desenvolvido. Obtive, com unanimidade, respostas positivas acerca da importância do trabalho para a instituição como um todo. Como a consulta tinha sido inicialmente realizada de forma informal, posteriormente foi aplicado um questionário para tal finalidade. Desta forma, o Quadro 1 apresenta as informações referentes a validação da pertinência do projeto no âmbito do SEBRAE-PB, aplicada a um total de 18 gestores da organização. No Anexo I, encontram-se com mais detalhes o instrumento usado para coleta de dados.

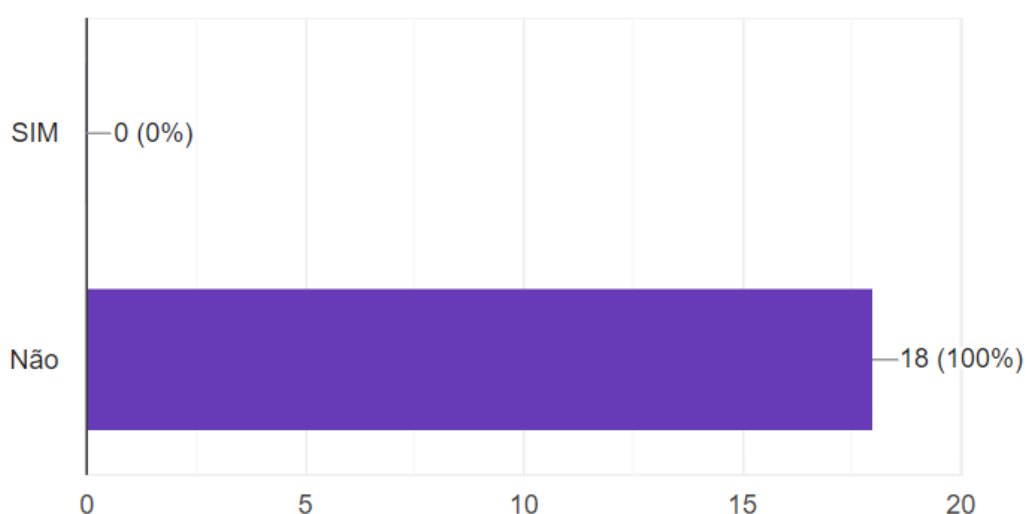
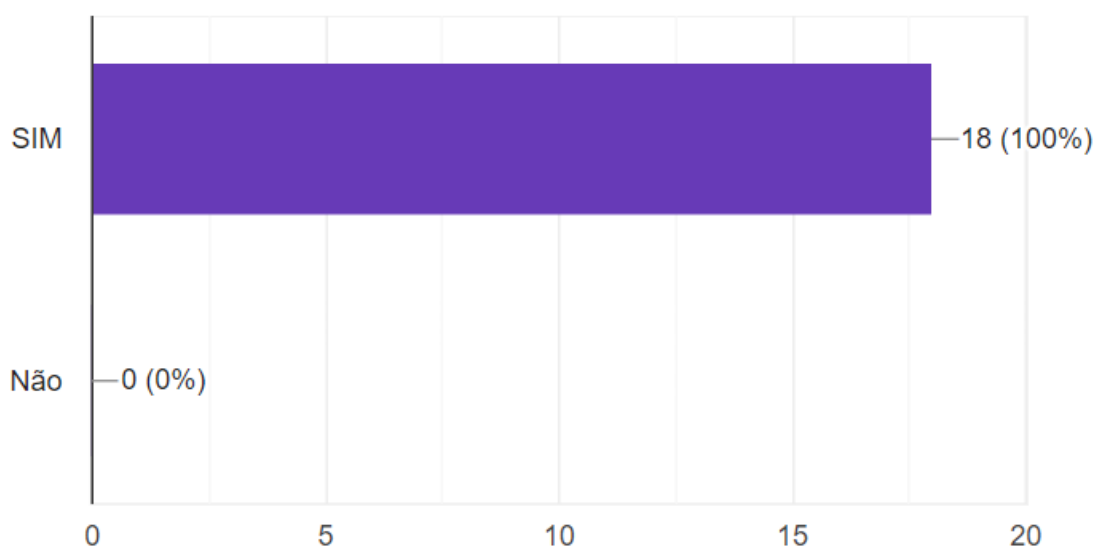
O Quadro 1 apresenta dois painéis, um com informações sobre a disponibilidade de uma ferramenta conforme a discutida no presente documento e um segundo relacionado a relevância da ferramenta para fins de planejamento e ações de agências regionais do SEBRAE.

³ Sistema utilizado pelo SEBRAE, mas desenvolvido por empresa contratada.

Quadro 1 – Resultados da pesquisa para validação da pertinência do projeto no âmbito do SEBRAE-PB

a) Existência de dashboard para análise das consultorias demandadas através do sistema Fluig no SEBRAE

b) Frequência de respostas relativas a importância do dashboard de consultorias do sistema Fluig para planejamento das ações das agências regionais no SEBRAE



Fonte: Elaboração própria (2022)

Como podemos observar, 100% dos atores do SEBRAE-PB que participaram da pesquisa, avaliaram positivamente a ideia para construção do dashboard. Foram 18 questionários respondidos por gestores de todas agências regionais distribuídas no estado da Paraíba, vale salientar que possuímos 11 agências regionais, busquei ampliar a pesquisa para ter o máximo de representatividade, sem perder o foco, pois temos agências com apenas um gestor, assim como temos outras com mais de um gestor.

4 DESCRIÇÃO

Com grande quantidade de dados armazenados, o SEBRAE-PB pode utilizá-los de forma mais estratégica para obtermos resultados mais eficientes e eficazes junto ao público interno e externo. Os dados que serão analisados, têm origem nas contratações de consultoria realizadas pelas agências distribuídas pela Paraíba. As agências solicitam as consultorias de acordo com a demanda do cliente, que podem estar em qualquer região do estado da Paraíba, e os dados ficam inseridos na base de dados do sistema Fluig (Sistema de contratação de consultorias/instrutorias/pagamentos), armazenados em um servidor, situado na Sede de João Pessoa. O sistema Fluig está inserido nas atribuições da UGAL – Unidade de Gestão Administrativa e Logística, também situada na Sede de João Pessoa.

Durante o processo de solicitação de consultorias, realizada pelos gestores de projetos, localizados nas agências regionais da Paraíba, os dados então são gerados e alimentam a base do sistema Fluig. O armazenamento dos dados é de responsabilidade da UTIC - Unidade de Getsão de Tecnologia da Informação e Comunicação, armazenados no servidor. Não há distribuição de dados. Não há eliminação de dados. Neste processo de alimentação do sistema Fluig, não há dados sensíveis que exijam tratamento específico.

O SEBRAE utiliza o SQL SERVER como Sistema Gerenciador de Banco de Dados para as aplicações na base de dados. Neste processo de gerenciamento de dados, para se ter acesso aos Bancos de Dados, se faz necessário uma solicitação à UTIC, podemos acessar, através do gerenciador de dados do SQL Center que é o SGL Manegement, o servidor físico que o SEBRAE Sede (João Pessoa) tem acesso, alocado no datacenter da empresa contratada. No que se refere à alimentação de dados, temos o sistema Fluig, o sistema Lean SEBRAE e o sistema RM Corpore. O sistema Fluig alimenta o banco de dados com as informações da contratação de consultoria como um todo, ou seja, dados

da consultoria, dados do cliente, dados da origem do pagamento, entre outros. O LEAN SEBRAE também é um sistema que utiliza o banco de dados do Fluig para realizar contratações de consultorias. Já o sistema RM Corpore, é um sistema que dá suporte ao sistema Fluig e ao Lean para consulta referente à dados financeiros. Uma grande quantidade de dados é gerada nesses processos de contratação de consultoria, podemos citar como Metadados: dados dos clientes; área da consultoria; sub área da consultoria; justificativa da contratação; dados do projeto e dados financeiros;

Durante o processo de consultas realizadas nas solicitações ao banco de dados do Fluig, podemos destacar algumas consultas para nossa necessidade no desenvolvimento do dashboard:

- Consultar data da consultoria, assim identifico a realização das consultorias por período;
- Consultar Agência de realização, identifica a agência que realizou a consultoria;
- Consultar dados dos clientes, como endereço por exemplo, dessa forma conseguiremos regionalizar as demandas dos dashboards;
- Consultar área e subárea das consultorias, para analisarmos as que estão mais sendo trabalhadas;
- Consultar tema das consultorias, dessa forma analisamos quais consultorias estão sendo mais demandadas.
- Consultar gestor, identificando qual gestor solicitou a consultoria, caso queira se aprofundar nas dúvidas quanto a realização.

No que se refere ao Plano de Gestão de Dados, vale destacar que os dados que comporão o dashboard, são inseridos através dos gestores de projetos do SEBRAE-PB, armazenados na base de dados do sistema Fluig e retirados dessa base para o desenvolvimento do dashboard. Não há dados sensíveis que necessitem tratamento. Os usuários que terão acesso aos dados que serão analisados, serão os gestores colaboradores do SEBRAE-PB. Após a análise dos dados e desenvolvimento do dashboard, estarão disponíveis os dashboards criados no sistema SIME, através do Qlik Sense, sistema hoje usado para apresentação de dashboards de diversos dados estratégicos da instituição para que os colaboradores possam desenvolver estratégias de ações para alcançar os objetivos do projeto.

5 CONSULTORIA SGF X CONSULTORIA SEBRAETEC

A consultoria é um serviço do SEBRAE oferecido ao empreendedor, empresário, com o propósito de levantar as necessidades de sua empresa, identificar soluções e recomendar ações de melhoria através do trabalho realizado. Com essas informações, o consultor do SEBRAE desenvolve e implanta um projeto a fim de aprimorar suas práticas de gestão, otimizar recursos e auxiliar na tomada de decisões. Através de uma visão sistêmica e do pensar estratégico, é possível buscar crescimento e mais sucesso para sua empresa.

O programa de consultorias define um novo padrão de resultados para a empresa atendida, com benefícios que o SEBRAE pode oferecer:

- Credibilidade.
- Confidencialidade.
- Garantia de entrega.
- Monitoramento constante.
- Auxílio na análise dos resultados.

O atendimento inicia com um diagnóstico realizado pela equipe de atendimento do Sebrae. Durante a realização da consultoria, que prevê visitas presenciais periódicas, serão gerados relatórios pelo consultor, com informações validadas pelo empresário.

O atendimento será monitorado pelo Sebrae através de contatos telefônicos ou visitas ao empresário. Será realizada visita de acompanhamento para esclarecimentos finais. Porém, é de responsabilidade do cliente o fornecimento das informações necessárias, cumprimento das agendas e atividade acordada para evolução do trabalho de consultoria.

Dentre as ações de consultoria que o SEBRAE disponibiliza para atendimento ao cliente, podemos atendê-lo através da ação de consultorias de gestão, utilizando a base de consultores credenciados pelo sistema SGF – Sistema de Gestão de Fornecedores, que utiliza sistemas para lançamento dessas consultorias, como o sistema FLUIG e o Sistema LEAN (que utiliza a base de atendimento do sistema Fluig) e a ação SebraeTec, utilizado para consultorias de inovação.

O Sistema de Gestão de Fornecedores - SGF é um cadastro de empresas

prestadoras de serviços de consultoria e/ou instrutoria, aprovadas em processo de credenciamento, regido pelos princípios básicos da legalidade, igualdade, impessoalidade e moralidade.

As empresas credenciadas poderão ser contratadas para prestar serviços ao Sebrae Paraíba, quando houver demanda, respeitados os critérios presentes no Edital de credenciamento.

O credenciamento não estabelece obrigação do Sebrae Paraíba de efetuar qualquer contratação, constituindo apenas cadastro de empresas prestadoras de serviços de consultoria e/ou instrutoria aptas a atenderem às demandas, quando houver.

As consultorias que iremos analisar neste trabalho para o escopo do dashboard, são as que demandam profissionais especializados da base de credenciados do SGF, são consultorias de gestão, utilizam principalmente as áreas relacionadas com os temas:

- Plano de negócio
- Estratégia
- Pessoas
- Finanças
- Marketing e Vendas

Por outro lado, temos as consultorias demandas através do sistema SebraeTec, que é um produto do Sebrae que disponibiliza serviços tecnológicos para sua empresa. O Sebraetec conecta os pequenos negócios a uma ampla rede de prestadoras de serviços tecnológicos que atendem em todo território brasileiro.

Os serviços oferecidos no Sebraetec promovem a melhoria de processos, produtos e serviços ou a introdução de inovações nas empresas e mercados. Com essa proposta, o Sebraetec busca fortalecer a capacidade competitiva dos pequenos negócios brasileiros, estimulando a transferência de tecnologia entre instituições e empresas, para que elas possam superar limitações e barreiras tecnológicas e estar incluídas em processos de inovação e tecnologia.

Dentre os serviços contemplados, o Sebraetec disponibiliza principalmente: consultoria tecnológica, serviços metrológicos, avaliação de conformidade (certificação) e prototipagem.

6 EXEMPLO DE CONSULTORIA

Nesta seção, apresento uma consultoria realizada através do SEBRAE/PB, para implantação de processos de gestão, realizada na empresa AAA (nome fictício para resguardar a empresa), do segmento de serviços. O objetivo deste estudo de caso, é apresentar a quantidade de informações que podemos extrair em uma consultoria realizada, com isso, podemos aperfeiçoar cada vez mais nossos painéis para apresentar resultados mais refinados aos atores da organização, reduzindo riscos de insucesso durante o planejamento estratégico realizado pelos gestores.

Em momento de pandemia no Brasil, o ramo de seguros vive momentos distintos. Por um lado, a recessão econômica diminui a disponibilidade financeira para a captação de novos segurados. Na outra face da moeda, tem-se uma percepção de que o senso de fragilidade para momentos de vulnerabilidade tende a aumentar nos consumidores pessoa física e jurídica. Neste contexto, o empresário Alberto (nome fictício), da cidade de Guarabira, decidiu acionar o SEBRAE Paraíba para solicitar apoio e orientação para ajustar sua operação para uma nova realidade de captação e relacionamento com os segurados e potenciais clientes. Como podemos ver abaixo, alguns pontos citados recentemente por Carlos (nome fictício), ex-presidente da empresa AAA (nome fictício), alertaram o empresário paraibano a ajustar sua empresa:

- 1- As seguradoras precisarão cuidar da pré-venda. Hoje não fazem nada, o cliente é do corretor de seguros.
- 2- Durante a vigência os clientes ligam mais para corretores buscando consultorias diversas do que para seguradoras.
- 3- Colocar qualquer pessoa para vender seguros elevará as despesas da seguradora e afetará muito a qualidade das vendas e as perdas com venda errada, sinistros sem cobertura, ações judiciais, desvios de prêmios etc.
- 4- corretores investem muito em geração de leads. Esse custo é encapsulado e as seguradoras terão que absorver e ainda investir muito, mas muito mais, em Marketing (parte das despesas comerciais embute o esforço dos corretores em “falar” dos produtos, serviços). Neste sentido, a empresa AAA busca o apoio do SEBRAE especificamente para ajudar a redesenhar o seu modelo de negócio atual com maior foco na construção de um relacionamento e captura de novos clientes para a carteira. A empresa quer aproveitar os conhecimentos, ativos, colaboradores e a carteira de cliente construída ao longo dos anos para integrar a nova dinâmica do mercado. Espera-se que a consultoria ajude a empresa a ser mais adaptável, principalmente precisa se preparar para atender os clientes e seus novos hábitos de

consumo no pós-crise. Este projeto consiste no entendimento da operação atual e redesenho do modelo de operação atual buscando inovar com o uso de conceitos e recursos utilizados no mundo digital, algo considerado inovador no cenário da empresa AAA. O empresário e sua equipe atuam no setor há 20 anos e procuram atingir um grau de maturidade de gestão que identificam a necessidade de reanalisar o mercado para redesenhar a sua empresa constantemente. O processo de gestão da inovação aqui proposta tem a intenção de orientar o desenvolvimento e modelagem deste novo negócio.

Como resultado, espera-se que se pense em alguma inovação na oferta de serviços na área de corretagem de seguros, pensando também o grande impacto da interação com o mundo digital, de forma que otimize e racionalize o funcionamento da empresa, principalmente na criação de canais e estratégias de relacionamento com clientes usando a internet.

6.1 Etapa 01: Descoberta De Problemas (Estou Preparado Para Inovar?)

O objetivo dessa fase foi fazer com que o time refletisse sobre suas práticas de inovação e os resultados alcançados até o momento. Adicionalmente, foram discutidos os principais problemas de seus clientes ou potenciais clientes que podem ser oportunidades para inovar. Identificamos que a empresa atualmente possui um bom nível de maturidade em termos de plataforma, por ser filiada a YYY na Paraíba, mas está num nível bem inicial em termos de experiência do cliente e configuração dos seus produtos e serviços, principalmente na forma com que entrega valor ao mercado.

6.2 Etapa 02: Validação Do Problema (Em Que Inovar?)

Durante essa fase, foram realizados estudos e encontros no sentido de avaliar e validar qual é a oportunidade de inovação que poderia trazer maiores resultados para a empresa. Para tal foi realizado uma análise de dados para se caracterizar os personas principais da empresa que podem ser atendidos pela solução, com identificação de características demográficas e comportamentais. Foram realizados contatos com gestores e clientes Atuais e potenciais, em campo, para mapear seus principais problemas e necessidades e obtendo informações para o desenho da melhor solução para atender o cliente, chegando ao final desta etapa com o problema a ser atendido

devidamente priorizado.

De imediato, identificou-se que realmente os resultados da empresa vêm sendo desidratados, na contramão do que acontece no mercado de seguros no Brasil, principalmente com o advento da pandemia que aumenta a demanda por seguros de vida e outras modalidades.

Além de haver uma queda no prêmio líquido (volume de vendas de seguros), houve também uma queda na qualidade das vendas, indicando que se vendeu produtos com menor margem para a empresa. Mas afinal, algumas perguntas e reflexões tomaram parte do processo de consultoria nesta etapa:

- 1) O que está acontecendo com o cliente da empresa?
- 2) Quem é esse cliente?
- 3) Quais as suas necessidades e expectativas?

Experimento 1: Cliente Oculto

Foi realizado um cliente oculto para aquisição de um seguro de vida para um dos nossos consultores, como forma de entender a abordagem da empresa.

Nesta etapa foi desenvolvido um processo combinado de estratégias de validação dos problemas juntos aos clientes usando análise de dados, entrevistas e cliente oculto. Como resultado, entendeu-se com maior profundidade o mercado da empresa, quem era o cliente típico e suas necessidades. Assim, pode-se afirmar com maior propriedade que o processo de inovação para a corretora deve ser promissora caso seja baseada na combinação de duas dimensões de inovação a seguir:

Inovação na oferta: Entender o cliente, suas necessidades para se orientar um mix de soluções de seguros mais customizada de forma a elevar o ticket médio.

Inovação de Experiência: Ampliar as estratégias de relacionamento com cliente, físicas e digitais, de forma que se fidelize o cliente com o conceito de cuidado e atendimento de alto nível.

Neste sentido, na etapa seguinte vai ser realizado um aprofundamento nas propostas de valor dos personas típicos para se pensar em uma solução inovadora para a empresa.

6.3 Etapa 03: Proposta De Valor (Qual É A Solução?)

Uma vez identificado o foco da inovação, o próximo passo foi estruturar uma solução inovadora que atenda ao que o cliente está tentando fazer e não consegue, cuja oportunidade foi identificada na fase anterior. Basicamente, foi identificado dois tipos de inovação que poderiam ser combinadas de forma a alterar a situação atual da empresa.

- 1) Inovação na oferta: Entender o cliente, suas necessidades para se orientar um mix de soluções de seguros mais customizada de forma a elevar o ticket médio.
- 2) Inovação de Experiência: Ampliar as estratégias de relacionamento com cliente, físicas e digitais, de forma que se fidelize o cliente com o conceito de cuidado e atendimento de alto nível.

6.4 Etapa 04: Modelagem Do Negócio (Qual É O Modelo De Negócios?)

O objetivo dessa fase foi desenvolver um modelo de negócios que seja replicável e sustentável para a solução inovadora que foi desenvolvida na fase anterior

Foram desenvolvidos encontros com o empresário e a equipe para definição do modelo de negócios validado nas etapas anteriores. Esta atividade envolveu a preparação do workshop, realização e feedback para conhecimento da metodologia, aplicação e finalização da primeira versão. Como resultado da elaboração do modelo de negócio, foi entregue um plano com as atividades macros para o desenvolvimento da solução elaborada.

Resultados Esperados:

O processo de gestão da inovação envolveu o proprietário e os colaboradores da empresa. Apesar da mudança de gestão durante o processo, a empresa ficou apta a realizar sozinha todo o processo de gestão da inovação, orientada pela estratégia elaborada junto com a Empresa Prestadora de Serviços. Como resultado, a empresa entendeu e passou a utilizar resultados quantitativos e qualitativos que possam ser facilmente percebidos pelos empresários. Assim, o empresário ficou ciente do que vai alcançar e, ao final, ter indicadores e ferramentas que demonstrem claramente a

evolução da empresa a partir das ações desenvolvidas no contexto da consultoria.

De maneira geral, pode-se definir sete principais tipos de resultados alcançados pela empresa:

- Redução de custos - Reduzir ou eliminar desperdícios na operação e na gestão do negócio
- Melhoria de Processo - Otimizar os processos de venda e de relacionamento com o cliente
- Inovação em Modelo de Negócios – Implantar novas formas de gerar e entregar valor aos clientes e de capturar valor para a empresa, sendo o foco a ampliação do ticket médio a partir da identificação dos personas mapeados.
- Estratégias de Mercado - Novas estratégias para acessar os mercados atuais ou novos mercados foram traçadas, com ênfase em ampliação das pessoas jurídicas que eram adquirentes exclusivos de seguros de carro.
- Novos Mercados – Foi identificado como potencial mercado novos segmentos de clientes para os quais a empresa pode oferecer as soluções atuais ou novas soluções. Dentre estes, entendeu-se que os mercados de Seguro de vida resgatável, Previdência, Previdência Educacional, Seguro Saúde, Seguro de vida, Seguro de automóvel e Seguro Viagem são os mercados mais relevantes.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na reunião de encerramento foi apresentado o modelo de negócio resultante com proposta de ação para a equipe de sócios com as sugestões dos consultores a serem implantadas. Algumas considerações relevantes foram direcionadas em termos de tecnologia e gestão de processos para a contratação de serviços e soluções com o apoio do SEBRAE.

Assim, o proprietário da empresa poderá dar continuidade ao projeto com equipe própria ou com o apoio de outros fornecedores. Após concluída todas as atividades, será realizada uma apresentação do resultado final do trabalho de modelagem para os empreendedores. Com orientações de trabalho e sugestões para a implantação do novo negócio.

Considero o desenvolvimento deste escopo para a construção de dashboard para análise das consultorias realizadas no âmbito do SEBRAE-PB, como sendo altamente importante para o projeto como um todo. Não apenas pelo fato de que são diversas

agências do SEBRAE distribuídas pelo Estado da Paraíba, com diversos gestores de projetos e atores que realizam constantemente solicitações de consultorias, através do sistema Fluig. Com o desenvolvimento do dashboard para análise das consultorias realizadas, contribuirá demais para que o gestor tenha acesso às ações que estão sendo realizadas pelas demais agências e que estejam com resultados satisfatórios para os clientes, com isso, os gestores poderão realizar um planejamento mais eficiente e eficaz para com os clientes do SEBRAE-PB como um todo. Mas principalmente pelo fato da minha participação neste projeto com a equipe de desenvolvimento do SEBRAE-PB, visto que me possibilitará apresentar a ideia para a equipe com clareza e objetividade para que possamos desenvolver uma solução de extrema importância para a instituição e seus colaboradores.

REFERÊNCIAS

CASALINHO, G. D. O. O impacto do uso do Big Data na inteligência competitiva e na percepção do produto pelo cliente: desenvolvimento de proposições de pesquisa. **Estudo & Debate**, v. 22, n. 2, p. 154-170, 2015.

SCHWAB, Klaus. **The fourth industrial revolution**. Geneva: World Economic Forum, 2016.

SEBRAE. **SEBRAETEC: inovar seu negócio pode ser fácil**. disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/sebraetec-inovar-no-seu-negocio-pode-ser-facil,c38a5415e6433410VgnVCM1000003b74010aRCRD#:~:text=O%20Sebraetec%20%C3%A9%20um%20produto,atendem%20em%20todo%20territ%C3%B3rio%20brasileiro>. Acesso em: 03 de set. 2022.

SEBRAE. **Sistema de Gestão Estratégica**. disponível em: <https://www.sigeor.sebrae.com.br/gestao1/frmAnexarDocumentos.aspx?PID=NjM3OTc1NTczNDQ2NDMxMjQ4>. Acesso em: 03 de set. 2022.

TAURION, Cezar. **Big Data**. Rio de Janeiro: Brasport, 2013.

9. ANEXO I

Pesquisa interna para validação de projeto de conclusão da pós-graduação.

Desenvolver um projeto de dashboard para análise por parte do gestor, gerente ou atores interessados, das consultorias demandadas através do sistema Fluig, sendo possível analisar por área, período e/ou região de atuação. Através das diversas possibilidades com as análises do dashboard, podemos destacar que será possível padronizar as atividades realizadas para o desenvolvimento de determinado setor no estado da Paraíba, possibilitar também a realização de análises dos temas que estão sendo trabalhados em regiões distintas, bem como a possibilidade em analisar a implementação de consultorias de inovação durante a pandemia por exemplo ou qualquer área específica neste ou em qualquer período.

O dashboard já existe no SEBRAE? *

SIM

Não

Na sua opinião, o desenvolvimento do projeto de dashboard auxiliará os atores interessados e ao SEBRAE como um todo, no planejamento das ações das agências regionais? *

SIM

Não

Enviar

Limpar formulário

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Google Formulários