

**MANUAL DE INSTRUÇÕES PARA LIDAR COM A NOVA REALIDADE E
PLANEJAR DE ACORDO**



Com o ambiente econômico em constante mudança, riscos políticos evidentes e um cenário social transformado completamente pela pandemia, o planejamento para 2022 continuará sem precedentes, mesmo em comparação com 2020 ou 2021.

Planejar para 2022 e além, significa levar em consideração novas variáveis inexistentes nos anos anteriores, assumindo a volatilidade dos mercados como um elemento constante.

Isso significa adicionar complexidade ao processo de construção de previsões precisas e de tomada de decisão de curto/meio ou longo período.

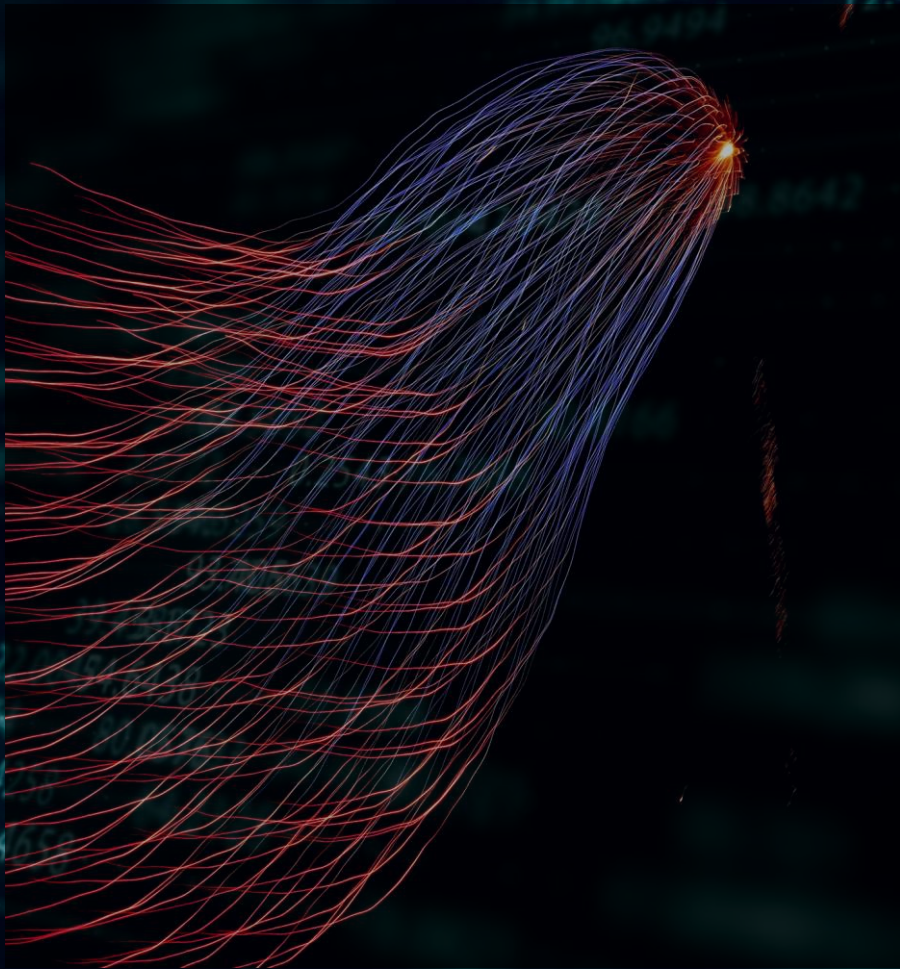
Embora algumas empresas gostem de pensar que tudo vai voltar ao normal pré-pandêmico, no pós-COVID o cenário provavelmente nunca mais será o mesmo.

Seguindo em frente, a identificação e o monitoramento dos riscos não será mais prerrogativa única dos mercados financeiros, mas recurso fundamental para qualquer agente atuante na economia real.

COMO REDUZIR A COMPLEXIDADE? 5 REQUISITOS BÁSICOS



1. DADOS



Os dados servem como combustível para qualquer modelo preditivo.

As empresas precisam ter acesso direto aos dados externos/alternativos para construir modelos preditivos sensíveis à realidade de mercado, captando as variações de cenários.

Isso se traduz na necessidade de acessar séries de dados globais, como dados relacionados aos mercados financeiros, macroeconomia, logística, clima, política, comportamento do consumidor e muito mais.

Sem dados suficientes para fornecer uma visão global, ou regional que seja, correlações importantes podem ser facilmente perdidas prejudicando o poder preditivo dos modelos.

Dito isso, o acesso pontual aos dados externos certos não é suficiente. As empresas devem ter a capacidade de coletar, integrar e analisá-los em tempo real.

Conforme os mercados e o comportamento do consumidor mudam, os modelos preditivos precisam de dados mais atualizados para fornecer informações com o maior nível de precisão. Por isso as empresas precisam ter um processo automatizado que possa sistematicamente integrar novos dados à medida que são disponíveis, incluindo a análise de dados e de mercados ao processo decisório das companhias.

2. INTEGRAÇÃO



Hoje muitas empresas mantem os próprios dados internos e dados externos separados, perdendo a oportunidade de tornar os dados externos, de uma simples referência, em um poderoso instrumento de previsão e de construção de cenários.

Por exemplo, se a demanda por um produto é principalmente uma função das vendas de um produto complementar oferecido por um fornecedor diferente, seria um erro usar apenas o volume de investimentos em publicidade ou outros fatores internos para modelar receitas, uma vez que nenhuma quantidade de publicidade compensaria uma queda inesperada nas vendas de produtos do outro fornecedor. Demais, o mercado deste fornecedor pode ser particularmente sensível à determinado setor industrial, cuja dinâmica, no mesmo sentido, depende de uma série de outros fatores de ordem macroeconômica.

Organizações que utilizam exclusivamente dados internos, muitas vezes o fazem porque as correlações anteriores podem parecer preditivas em um ambiente de estabilidade. Mas esta não é necessariamente a verdade em tempos de crise ou mesmo com a evolução dos mercados.

Para isso acontecer, as empresas precisam ser equipadas de tecnologia e ferramentas para relacionar milhares de dados externos aos dados históricos internos.

Não se trata apenas de ter a plataforma de tecnologia certa, mas sobretudo de ter a capacidade e a experiência de coordenar o processo de integração de acordo com os objetivos empresariais.

3. ANÁLISE



Uma vez estruturados os dados, identificadas as correlações mais relevantes, entendidas 2as características estruturais do mercado e identificadas as forças motrizes e as tendências do setor, os resultados devem ser revisados e validados de forma transversal.

No caso as empresas devem combinar o conhecimento do setor industrial em questão com a experiência em análise econômica para validar:

- Relevância das correlações de dados para o negócio em específico
- Poder preditivo efetivo das variáveis identificadas
- Cenários potenciais plausíveis

De fato, é possível que algumas das correlações que vêm à tona no processo de análise seja coincidente ou irrelevante para empresa. **Todas as correlações devem ser revisadas por especialistas com conhecimento significativo da indústria e experiência econômica** para determinar quais correlações são relevantes e precisam ser examinadas versus o que deve ser desconsiderado.

Uma vez que as correlações relevantes são identificadas, estas revelarão os principais preditores que serão a base dos modelos de previsão.

4. MODELOS PREDITIVOS



O planejamento estratégico envolve a construção de modelos preditivos que projetam com segurança as tendências de mercado e o impacto nos negócios.

Isso pode ser feito por meio de modelagem econométrica, que aproveita os dados externos que foram identificados como fatores preditivos de negócios para prever com precisão o impacto de próximas mudanças de mercado. Demais, as técnicas de machine learning são poderosas ferramentas no processo de modelagem que quando casadas com abordagens mais tradicionais produzem um mundo novo de possibilidades.

A experiência demonstra que a acurácia do modelo não é o único objetivo a ser atingido.

No caso, um robusto modelo de previsão permitirá, além da acurácia, um nível adequado de transparência sobre os fatores que determinam o resultado e a capacidade de antecipar mudanças repentinas nos trends de mercado em favor da tomada de decisão.

Mais do que conhecer simplesmente uma previsão numérica, interessa conhecer os caminhos que nos levam a estes números, os riscos à este processo e, em particular, os cenários alternativos.

5. IMPLEMENTAÇÃO E USO



Previsão inteligente significa não apenas construir previsões, mas ser capaz de interpretar continuamente os resultados para que eles possam ser usados na hora da tomada de decisão.

Os insights sobre tendências de mercado atuais ou futuras só são úteis se acompanhados de resultados acionáveis capaz de impulsionar o crescimento dos negócios.

Os tomadores de decisão ainda precisam usar sua experiência, conhecimento e julgamento para avaliar os resultados analíticos, mas com análises preditivas, eles têm o poder de aumentar substancialmente a qualidade de suas decisões.

Para tal, a abordagem mais oportuna é implementar modelos e soluções de previsão diretamente com o conjunto de tecnologias existentes na empresa.

A Integração adequada com o processo interno da empresa é uma etapa fundamental para garantir que previsões continuamente atualizadas possam chegar aos tomadores de decisão o mais rápido possível.

AGORA QUE OS 5 REQUISITOS BÁSICOS ESTÃO CLAROS, O QUE FAZER?

**ENTRE EM CONTATO COM O TIME DA MT2 PARA ENTENDER COMO
TORNAR A TEORIA EM PRÁTICA.**

<https://mt2data.com/>