A **Cobra Blue Inc.** com sede em Campinas-SP, é uma das maiores empresas

do Brasil no segmento de venda de eletrônicos direto ao consumidor. A empresa

possui diversas lojas em todo estado de São Paulo, além de Rio de Janeiro, Minas

Gerais, Pernambuco, Bahia, Goiás e Santa Catarina. Em seu sétimo ano de

operação, a empresa tem conseguido manter boas margens de lucro, com um

crescimento anual de facturamento na ordem de 6,7%. O CEO decidiu que é hora de

expandir as operações e precisa compreender melhor o cenário atual da empresa.

Depois de extensa pesquisa, o CEO e o board de diretores decidiram que uma

solução de Business Intelligence, com métricas e KPIs referentes ao negócio da

empresa seriam úteis para compreender erros/acertos na gestão até aqui e ajudar

na definição da estratégia de crescimento para os próximos anos. Foi criado então

o projeto ***BLUEUP***, com o objetivo de fornecer uma solução de Business Intelligence

corporativa. A área de TI da companhia já possui licenças do Power BI para geração

de relatórios. As licenças nunca haviam sido usadas e os diretores determinaram

que o software fosse usado, como forma de reduzir custo, uma vez que o pacote já

havia sido pago. Entretanto a empresa não possui experiência em análise de dados

e contrataram você para oferecer a consultoria necessária na construção da

solução. Você será responsável pela criação do Data Warehouse, das interfaces ETL

e da construção do projeto de análise de dados no Power BI. A administração e

suporte de primeiro nível será de responsabilidade da equipe de TI da empresa.

Em sua primeira reunião, diversos diretores explicaram em linhas gerais

como funciona a operação da empresa e registraram isso em ata. Abaixo o

resultado desta reunião.

A **Cobra Blue Inc**. é uma empresa que vende eletrônicos, especialmente

equipamentos de informática em geral. A empresa trabalha com margens

agressivas e, embora o investimento em Marketing seja pequeno, ele é constante.

São diversas lojas em todo Brasil e aproximadamente 750 funcionários.

Cada loja possui um estoque de diversos produtos eletrônicos, tais como

desktops, notebooks, tablets e smartphones, que são os principais produtos da

empresa, mas diversos outros produtos são vendidos, como TVs, sistemas de som,

periféricos, entre outros. São aproximadamente 250 produtos, distribuídos em 15

categorias. Um armazém situado em Barueri-SP, mantém os produtos que chegam

via importação ou de fábricas em São Paulo e Minas Gerais, onde eles são

catalogados, recebem um selo RFID e então são despachados para as lojas em todo

Brasil. Cada produto possui um código SKU único, além de detalhes que são

armazenados no sistema de cadastro de produtos, tais como nome do produto,

marca, dimensões e outras especificações técnicas.

Sempre que uma venda é registrada em um ponto de venda, uma das 23

lojas em todo Brasil, os vendedores são orientados a criar um cadastro sobre o

cliente e solicitar uma autorização para o cliente receber futuras promoções e

campanhas de Marketing. Nome, telefone, endereço e e-mail são obrigatórios no

cadastro, mas outras informações podem ser solicitadas, principalmente no caso

de vendas a prazo, como emprego atual, renda, tempo de residência e número de

filhos.

A empresa possui também um cadastro de cada loja, que hoje está em

planilha Excel. Lá estão o nome de cada loja (uma espécie de apelido que ajuda a

identificar cada loja), o endereço, a região, cidade e estado. Cada loja tem um

código. Essa planilha atualiza periodicamente o sistema de vendas da empresa, já

que cada venda registrada é associada a uma loja. Todas as lojas vendem todos os

produtos, mas as lojas mantêm estoques diferentes, como forma de reduzir custos

com logística, ou seja, não despachar muitos produtos para as lojas que possuem

um volume menor de vendas, o que poderia requerer possível movimentação

posterior dos produtos para lojas com volume maior. Cada loja possui um CEP

cadastrado cuidadosamente, pois a empresa implementa frequentemente

algoritmos de otimização de logística usando análise em grafos. Eles compararam

um novo sistema recentemente, depois que ouviram dizer que o sistema, que é

baseado em Inteligência Artificial, poderia reduzir em até 25% os custos de

combustível otimizando as rotas dos caminhões de entrega!

Em cada loja, os funcionários atendem os clientes no showroom, onde os

produtos são expostos e também no telefone. Cada loja conta com alguns

vendedores, pessoal de limpeza e supervisor, trabalhando em 2 turnos. A empresa

pretende começar a vender online, mas ainda não há previsão. Todos os

funcionários são cadastrados no sistema interno da empresa, com número de

matrícula, dados pessoais e especialidade. Uma venda é sempre feita por um

vendedor, pois a empresa paga comissão pelas vendas efetuadas e a matrícula do

responsável pela venda fica atrelada a cada venda realizada.

O valor e a quantidade de cada venda estão presentes nos relatórios diários

da empresa, que são usados para diferentes decisões durante a semana. Mas esses

relatórios são manuais, criados normalmente no Excel, e frequentemente

apresentam erros. Cada diretor regional precisa saber as vendas por região, para

acompanhar o desempenho da sua loja e comparar com as demais regiões. A

empresa faz muitas vendas de produtos como um único pacote ou combo, mas que

são produtos diferentes. Por exemplo: um desktop pode ser vendido junto com um

monitor, teclado e mouse. Embora seja um pacote, os produtos possuem SKUs

diferentes, valores diferentes e contribuem de forma diferente quando um

desconto é concedido. A empresa calcula o percentual de cada produto em uma

venda de pacotes ou combos.

Os diretores acreditam que algumas categorias de produtos podem não ser

lucrativas e gostariam de confirmar esta informação com o novo sistema de BI. Essa

informação também será útil para definir as estratégias de expansão e quais novas

categorias de produtos devem ser consideradas.