**Declaração do Escopo**

*Sistema de Análise de Compras Boticário (SAC-B)*

A história de O Boticário remonta a 1977, quando Miguel Krigsner, um farmacêutico de Curitiba, no Brasil, decidiu abrir sua própria farmácia de manipulação. Ele chamou sua loja de "O Boticário", inspirado nas antigas farmácias onde os alquimistas criavam poções e remédios.

O Boticário começou como uma farmácia que produzia produtos de beleza e cuidados pessoais sob medida. A ênfase estava na qualidade dos ingredientes e na personalização dos produtos para as necessidades individuais dos clientes. Com o tempo, Miguel Krigsner expandiu o negócio e começou a oferecer uma linha mais ampla de produtos, incluindo perfumes, cosméticos e produtos para banho.

Uma das estratégias-chave que ajudou a empresa a se destacar foi a sua abordagem inovadora de venda direta. Em vez de depender apenas de lojas físicas, O Boticário adotou um modelo de revenda em que os consultores vendiam os produtos diretamente aos clientes. Isso permitiu que a marca se espalhasse rapidamente por todo o Brasil e alcançasse áreas que seriam difíceis de atingir de outra forma.

Além disso, a marca expandiu sua presença internacional, estabelecendo lojas em diversos países ao redor do mundo. A empresa também lançou várias outras marcas, como Eudora e Quem Disse, Berenice?, para atender a diferentes segmentos do mercado de beleza.

Ao longo dos anos, O Boticário conquistou um lugar de destaque na indústria de beleza, sendo reconhecida por sua qualidade, inovação e compromisso com a ética e a responsabilidade. A marca continua a evoluir e a se adaptar às tendências do mercado, mantendo seu foco em proporcionar produtos que realcem a beleza e o bem-estar das pessoas.

Com o crescimento da empresa, criou-se uma necessidade de analisar as preferências dos consumidores para a criação de novas linhas, e dessa maneira o Sistema de Análise de Compras Boticário (SAC-B) foi criado.

O Sistema de Análise de Compras Boticário (SAC-B) analisa os padrões de compra dos clientes da Boticário. Ele coleta dados das transações de compra, identifica tendências de consumo e segmenta os clientes com base em seus hábitos de compra. Com essas informações, o sistema identifica lacunas no portfólio de produtos da Boticário e gera recomendações para o desenvolvimento de novos produtos. Isso permite à empresa criar produtos mais alinhados com as preferências dos clientes, otimizar recursos de pesquisa e desenvolvimento e antecipar tendências do mercado, resultando em maior satisfação dos clientes e sucesso no lançamento de novos produtos.

**Funcionamento:**

* Coleta de Dados: O sistema integra-se aos sistemas de vendas e pontos de contato com o cliente da Boticário, coletando informações sobre cada transação de compra realizada pelos clientes. Dados como produtos adquiridos, datas de compra, valores gastos e localização são capturados e armazenados de maneira segura.
* Análise de Padrões de Compra: Utilizando técnicas de análise de dados, o sistema identifica padrões e tendências nas compras dos clientes. Ele categoriza os produtos comprados, analisa frequências de compra, identifica produtos frequentemente adquiridos em conjunto e compreende sazonalidades nas preferências dos clientes.
* Segmentação de Clientes: Com base nas análises realizadas, o sistema segmenta os clientes em grupos com características de compra semelhantes. Isso permite uma compreensão mais profunda dos diferentes perfis de clientes e de suas preferências específicas.
* Identificação de Lacunas no Portfólio: Ao analisar os produtos frequentemente adquiridos pelos clientes e identificar as categorias menos exploradas, o sistema revela as lacunas no portfólio de produtos da Boticário. Isso possibilita a criação de novos produtos que preencham essas lacunas e atendam às necessidades não atendidas dos clientes.
* Acompanhamento de Resultados: O sistema monitora o desempenho dos novos produtos lançados, comparando as previsões com as vendas reais. Isso permite ajustes contínuos nas estratégias de desenvolvimento de produtos e aprimora a precisão das análises ao longo do tempo.