

## **Petróleo Ipiranga padroniza indicadores com BI**

TI-INSIDE Terça-feira, 24 de Janeiro de 2006, 06h12

Depois de utilizar uma ferramenta de business intelligence instalada diretamente nas máquinas dos usuários, a Companhia Brasileira de Petróleo Ipiranga (CBPI) resolveu migrar para uma plataforma que operasse descentralizada, em ambiente totalmente web. "Embora estivessem satisfeitos com a autonomia oferecida, os usuários tinham dificuldades para consolidar os relatórios com o nível de detalhamento desejado", afirma Ana Lúcia Monteiro, assessora de sistemas gerenciais da CBPI.

Antes da migração para o ambiente web, os relatórios da empresa eram gerados de forma individualizada e cada área da empresa tinha a responsabilidade de criar seus próprios indicadores, disponibilizados em planilhas Excel. A idéia da empresa era acabar com a imensa variedade de conceitos e padronizar a emissão dos relatórios, consolidando as informações em uma base de dados única.

Por conta da significativa área de atuação da organização, que se estende por todo o território nacional, a uniformização dos indicadores se tornou fundamental para a elaboração dos relatórios, principalmente em função das decisões estratégicas definidas a partir destes documentos.

Para cumprir esse objetivo, a empresa optou pela solução da MicroStrategy, fornecedora de software de business intelligence. A migração teve início com as áreas contábil e financeira, e em seguida, nos departamentos de marketing e franquias. O pacote adquirido inclui os softwares MicroStrategy Intelligence Server, Desktop, Architect, SDK e o Web Analyst, e na próxima etapa serão realizados testes dos produtos MicroStrategy Narrowcast Server e Report Services.

O primeiro passo para a consolidação da nova solução web foi a criação de uma base de dados única, armazenada em um data warehouse que conta hoje com capacidade de 700 gigabytes. Em seguida, a própria plataforma auxiliou a equipe de BI a uniformizar os indicadores para a emissão dos relatórios, facilitando o trabalho dos 400 usuários, entre eles, diretores, gerentes, assessores e analistas. O trabalho de geração de relatórios ficou por conta da solução, possibilitando que os usuários se dediquem apenas às questões estratégicas.

Segundo ressalta Ana Lúcia, um dos maiores problemas enfrentados era a demora para geração das informações de acompanhamento diário das vendas e margens, além da insegurança no resultado produzido. Com um volume de venda de aproximadamente 10 bilhões de litros de combustíveis e lubrificantes por ano, a empresa necessitava de uma ferramenta que propiciasse alta capacidade de análise das informações financeiras e de vendas dos cerca de 10 mil clientes entre revendedores e consumidores.

A plataforma, segundo a executiva, permitiu também maior rapidez na obtenção de relatórios e análises estratégicas, além de uma melhora significativa na qualidade dos dados. "A tecnologia permitiu que as informações fossem disponibilizadas na primeira hora da manhã, com análises do progresso das vendas geradas de meia em meia hora", revela Ana Lúcia. Além disso, atualmente os dados inseridos nos relatórios são muito mais confiáveis, uma vez que não dependem da interpretação individual dos usuários, como acontecia anteriormente.

Outra dificuldade antes da implementação do BI é que, embora a CBPI contasse com uma solução de ERP, a tecnologia não era suficiente para as consultas necessárias. Com a plataforma MicroStrategy foi possível complementar a implantação do ERP através da geração e monitoramento dos dados gerenciais e estratégicos. Na área de marketing, por exemplo, a plataforma propiciou análises detalhadas referentes a todos os pontos de venda, com performances de lucro e investimentos em cada unidade, margem de retorno, recebimento de pedidos, prazo de pagamento e entrega de produtos, margem diária de vendas etc. Nos setores financeiros e contábeis, os relatórios gerados envolvem contas a receber, balanços patrimoniais, demonstrativos dos resultados etc.

O BI impulsionou também a criação do portal executivo da CBPI, customizando informações consolidadas para uma seleta camada de altos executivos de forma bastante amigável e acessível. O portal oferece gráficos e mapas detalhados para 30 usuários, de acordo com a região a ser analisada. Para Ana Lúcia, a plataforma tem um caminho a ser percorrido dentro da empresa. "A próxima área a contar com as facilidades do business intelligence será operações, cujo projeto deverá ser iniciado neste ano", finaliza.