



FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO VALE DO SÃO FRANCISCO
COLEGIADO DE ENGENHARIA DE COMPUTAÇÃO

Avenida Antonio Carlos Magalhães, 510 – Santo Antônio CEP: 48902-300
Juazeiro/BA, Tel/Fax: (74) 2102-7636 - Juazeiro - BA
www.univasf.edu.br/~ccomp

Formulário de matrícula de TCC II

Título do projeto de pesquisa

Esquema de dados multidimensional para análise de vendas

Nome do discente

Johnathan Alves Silva

Nome do orientador e co-orientador

Max Santana Rolemberg Farias

Resumo e palavras-chave

O processo de tomada de decisão está no núcleo das organizações e enfrentar um ambiente competitivo requer decisões rápidas e efetivas, ser efetivo é sinônimo de ser objetivo, satisfatório e fundamentado. É com este pensamento que as organizações, para alcançar vantagem competitiva, estão baseando suas decisões em informações de qualidade. Possuir informações de qualidade requer sistemas que permitam gerenciar dados, reunindo informações de múltiplas fontes e relacionando esses dados de forma a produzir insights que forneçam aos tomadores de decisão uma visão clara da organização e do ambiente em que eles estão inseridos. Neste cenário em que surge o conceito de Business Intelligence, uma classe de sistemas que permitem às empresas construir conhecimento sobre comportamento dos seus clientes e outras entidades internas ou externas com quem interagem. Com base neste contexto o presente trabalho tem o intuito de desenvolver uma solução de gestão da informação para o departamento de vendas da empresa Plantebem Agrocenter, distribuidora de insumos agrícolas da região do Vale do São Francisco.

Data Warehouse, Modelo Multidimensional, Front-End

Qualificação do problema a ser abordado

A região do Vale do São Francisco é reconhecida como a maior produtora de manga e uva do Brasil, possuindo uma área com potencial irrigado estimada em 1 milhão de hectares (FUNDAJ, 2006). Como consequência disso, formou-se um mercado de vendas de insumos agrícolas. Estas empresas fazem uso de diversos sistemas de informações para gerenciar seus negócios, desde planilhas até sistemas integrados de ERP. Gerenciar dados de diversas fontes e relacioná-los para que informações úteis sejam apresentadas aos gestores dos negócios, tem se mostrado uma tarefa que é realizada de forma manual, conseqüentemente, lenta e pouco precisa. Diante dos desafios supracitados, os departamentos de vendas encontram dificuldades em agrupar dados para análise de seus resultados, estes que são necessários para a projeção de suas metas.

Justificativa

No cenário atual, de um mundo de negócios competitivos, as organizações encontram-se sobre constantes pressões. Como consequência, responder às condições de mudança, ser inovadoras no atendimento às necessidades dos seus clientes e no modo de atuarem perante o mercado, torna-se um fator crítico de sucesso. Isto implica que as organizações sejam ágeis e que tomem regularmente rápidas decisões, sejam elas estratégicas, táticas ou operacionais. No entanto, para tomar boas decisões, necessitam de grande quantidade de dados, de informação e de conhecimento (COSTA, 2012).

Estrategicamente as organizações sentem a necessidade de olhar para instrumentos que facilitem a aquisição, o processamento e a análise de grandes quantidades de dados (dispersos pela organização), e que sirvam como uma base sólida para descobrir novo conhecimento (Olszak & Ziemba, 2007).

A necessidade de implantação de uma ferramenta que seja capaz de agrupar os dados e expor de maneira inteligível, tornou-se requisito essencial para alavancar as organizações. Promovendo a valorização de áreas como tecnologia da informação, ciência de dados, engenharia de software, considerando-as como componentes estratégicos para os negócios.

Objetivo a ser alcançado

Desenvolver um esquema de dados multidimensional capaz de apresentar informações úteis para o departamento de vendas da empresa Plantebem Agrocenter.

Metodologia a ser empregada

Objetivando atender às necessidades requeridas na execução do TCC II, as seguintes etapas serão adotadas:

1. Levantamento das informações consideradas importantes para o departamento de vendas da empresa;
 2. Projeto do esquema multidimensional de dados;
 3. Implementação de interface de *Front-End* para exposição dos dados;
 4. Validação com os usuários do sistema
 5. Escrita do TCC II;
- Apresentação do TCC II.

Referencial bibliográfico

SOMMERVILLE, I. Software Engineering. 9 ed. Boston, Massachusetts: Adisson Wesley, 2011.

FUNDAJ - Fundação Joaquim Nabuco. Vontade política é a verdadeira seca do Nordeste. Extraído de [<http://www.fundaj.gov.br/docs/tropico/desat/joao1305.html>], acesso em [15 de agosto de 2006].

OLSZAK, C. M., & ZIEMBA, E. Business Intelligence Systems in the Holistic Infrastructure Development Supporting Decision-Making in Organizations. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 2006.

COSTA, SERGIO ANTONIO RAMOS. Sistema de Business Intelligence como suporte à Gestão Estratégica, 2012.

Mohamad, Elia Suziana binti, & Mohamed, Ibrahim bin. MyBI: A Business Intelligence Application

Development Framework for Malaysian Public Sector. Publicado em: *Statistics in Science, Business, and Engineering (ICSSBE)*, International Conference. 2012.

Cronograma de atividades

ETAPA	TCC II				
	NOV	DEZ	JAN	FEV	MAR
1.	X				
2.		X	X	X	
3.		X	X	X	
4.				X	X
5.					X
6.					X

Necessidades e disponibilidade de recursos e infraestrutura para o desenvolvimento deste projeto

Utilização de laboratório de pesquisas para desenvolvimento do projeto, internet e datashow para apresentação

Max Santana Rolemberg Farias
Orientador(a)

Johnathan Alves Silva
Aluno(a)

Juazeiro-BA, 08/12/2017.