



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
DEPARTAMENTO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO
Sistemas de Apoio à Decisão

Estudo de caso ZenatuCaps

Considere o seguinte cenário:

A empresa Zenatu Caps cujo objetivo é vender produtos encapsulados, decidiu adicionar um novo serviço para aumentar a comodidade de seus clientes. A organização criou um mecanismo de assinatura para que não seja necessário o cliente entrar no site para realizar uma mesma compra todo mês. Com isso, a empresa vende seu produto encapsulado por meio de 3 categorias, sendo eles: o conjunto de 5 potes de encapsulados, 3 potes de encapsulados e 1 pote de encapsulado. Com base na categoria que o cliente comprar, ele pode realizar a assinatura referente a categoria de pote que comprou. A assinatura pode ser:

- A) 1 pote;
- B) 3 potes;
- C) 5 potes;

Essas assinaturas são realizadas de forma automática e mensalmente, enquanto não houver cancelamento por parte do cliente.

Após o levantamento de requisitos com a gerência da empresa, foram identificados os seguintes indicadores para que seja possível ter uma melhor visão do negócio:

- A) Quais localidades possuem maior concentração de clientes?
- B) Qual total de vendas por mês, trimestre, semestre e ano?
- C) Quantos produtos irão vencer dentro de 2 meses?
- D) Quantos produtos vendidos estavam a um mês antes da data de validade?
- E) Quantos clientes continuaram a assinatura depois do primeiro mês de assinatura?
- F) Quantos clientes receberam os produtos depois da data de previsão de chegada?
- G) Qual total de assinaturas por mês, trimestre, semestre e ano?



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
DEPARTAMENTO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

Sistemas de Apoio à Decisão

H) Qual tipo de assinatura mais realizada?

I) Quantos clientes realizaram a assinatura depois do primeiro pedido?