Faculdade de Informática e Administração Paulista – “FIAP”

**CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM BANCO DE DADOS**

**Turma 2º TBDA**

**André Vieira Santos Silva**

**João Pedro dos Santos**

**Kevin Fernandes Redling**

**Maria Aparecida Mendes Loureiro**

**Ralf Silva Nascimento**

**NAC Projeto Integrado de Banco de Dados – 2º TBDA**

**São Paulo**

**2016**

**Turma 2º TBDA**

**André Vieira Santos Silva**

**João Pedro dos Santos**

**Kevin Fernandes Redling**

**Maria Aparecida Mendes Loureiro**

**Ralf Silva Nascimento**

**NAC Projeto Integrado de Banco de Dados – 2º TBDA**

Trabalho apresentado à Faculdade de Informática e Administração Paulista – FIAP, Curso Superior de Tecnologia em Banco de Dados, para NAC do 3º Semestre – Prof. Renato Jardim Parducci.

**São Paulo**

**2016**

**Sumário**

[1 Título do Trabalho e Integrantes 4](#_Toc445886175)

[2 Motivação do Projeto 5](#_Toc445886176)

[3 Objetivo da Solução 6](#_Toc445886177)

[4 Trabalho Desenvolvido até o Momento 7](#_Toc445886178)

# Título do Trabalho e Integrantes

*BI* aplicado a análise de consumidores de café.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **SELECT** | | |
| **RM** | **Nome do Integrante** | **E-mail** |
| 73920 | André Vieira Santos Silva | [andrevieirass@gmail.com](mailto:andrevieirass@gmail.com) |
| 75312 | João Pedro dos Santos | [jpsdba@gmail.com](mailto:jpsdba@gmail.com) |
| 73671 | Kevin Fernandes Redling | redlingkevin@yahoo.com.br |
| 74305 | Maria Aparecida Mendes Loureiro | [cida\_loureiro@bol.com.br](mailto:cida_loureiro@bol.com.br) |
| 74296 | Ralf Silva Nascimento | [ralf-silva@msn.com](mailto:ralf-silva@msn.com) |

# Motivação do Projeto

O mercado de café engloba vários perfis de consumidores e aspectos únicos que levam a dados consistentes para manipulação e análise. Devido ao grande aceite do produto, fica evidente a necessidade e importância da análise dos perfis dos consumidores, épocas do ano de maior fluxo de vendas, faixa etária do público alvo, a mudança-lenta do consumidor e tendências de mercado.

# Objetivo da Solução

Criar um *Data Mart* com as dimensões necessárias capazes de responder as diferentes questões do negócio focado no departamento de vendas, baseados nos indicadores de performance – *KPIs* que orientem o cliente nas tomadas de decisões.

Construir um *BI* aplicado à análise de perfis de consumidores de café, visando prospectar novas visões e dimensões impactadas com esses dados**.**

Com o desenvolvimento do modelo dimensional do negócio, iremos proporcionar relatórios e *dashboards* que apoiam a tomada de decisões da corporação.

# Trabalho Desenvolvido até o Momento

* Anteprojeto
* Termo de Abertura
* Cronograma do Projeto
* Modelagem de Dados (Modelo Conceitual, Lógico, Físico e Dicionário de Dados)
* Mapa Estratégico
* Balanced Score Card
* Análise *SWOT*
* *Bus Matrix*
* Entregáveis das Matérias (Arquitetura, *BI*, Engenharia de Software, Sistemas e Sustentação)