

Grupo E: Cinthia Shiratori, Daniel Aguiar, Levi Macedo de Aquino, Luiz André Gosling, Marco Cesar da Silva, Rafael Castilhos, Ramon Seugling

QUESTIONÁRIO 1 - EXECUTIVOS

Entrevistados: Presidente e Diretores da Fast Fashion

Objetivo da entrevista: Obter uma compreensão global da instituição do ponto de vista estratégico.

A. OBJETIVOS INSTITUCIONAIS

1. Quais os principais objetivos da Fast Fashion?
2. Quais desses objetivos são fundamentais e a Fast Fashion não vem conseguindo alcançar? O que impede que sejam alcançados? Qual o impacto disto para a empresa?
3. **Quais indicadores você utiliza para medir os resultados da aplicação dos recursos da Fast Fashion? Com que periodicidade são apurados esses indicadores?**

Indicadores:

- Volume de produtos vendidos por período;
- Quantidade de produtos em estoque por período;
- Quantidade de produtos com defeito por período;
- Volume de trocas de peças por período;
- Receita total de produtos vendidos por período;
- Custo total de estoque de produtos;
- Custo total de distribuição de produtos.

Granularidade:

- Diária.

Periodicidade:

- Mensal

4. **Existem oportunidades para melhorar o desempenho econômico e financeiro e a qualidade do serviço prestado pela Fast Fashion que não estão sendo abordadas no momento e que poderiam ser suportadas por informações estratégicas?**

Sim, existem fatores sócio-econômicos e populacionais de cada uma das regiões atendidas pelas lojas, que poderiam ser integrados para incrementar a análise de dados e prover informações estratégicas mais regionalizadas e específicas do comportamento de compra local.

5. Quais informações você utiliza para comparar o desempenho da Fast Fashion com o de outras IES?

B. ANÁLISE DE DADOS

1. **Quais informações você necessita para fundamentar suas principais decisões? Como você obtém essas informações?**

Informações:

- Volume de vendas;
- Receita total de vendas;
- Custos de estoque;
- Regiões com maior volume de vendas;
- Custo de quebra de produtos;

- Custos com logística reversa (trocas de produtos);
Atualmente os dados são obtidos por meio de indicadores apresentados em relatórios mensais de acompanhamento de resultados.

2. Existe alguma **informação (ou relatório) que hoje não está disponível** e que é de fundamental importância para atingir os objetivos da Fast Fashion?

- Percentual de quebra de estoque que provém de produtos furtados;
- Quantidade de fluxo de clientes em loja por períodos do dia;

3. Quais **relatórios você utiliza normalmente**? Quais os dados mais relevantes desses relatórios? Para que você utiliza esses dados? Se o relatório fosse dinâmico, **que variações você gostaria de ter**?

O relatório que eu acompanho com maior frequência é o de vendas, pois contém as informações de tendências de unidades vendidas e de receita total. Atualmente o relatório é estático e provém de um sistema transacional, não permitindo grande variedade de visualizações e cruzamento de dados. Se o relatório fosse dinâmico, eu gostaria de poder fazer novos cruzamentos e poder decidir a melhor forma de visualização para cada tipo de informação.

4. Que possibilidades de análise você gostaria de ter?

5. **Quais os ganhos** (retorno financeiro, aumento de qualidade, etc) ou oportunidades de melhorias dramáticas você imagina obter com a ampliação do acesso à informação?

- Redução no custo de estoque;
- Aumento do volume de vendas com o direcionamento assertivo de promoções de produtos;
- Melhor distribuição de investimentos por ponto de venda;

6. Na sua visão, quais serão os **critérios de sucesso para este projeto** (métricas de implementação, uso do serviço, impacto no negócio e melhorias da situação atual)?

- Prover fonte única de informações para análise de promoções;
- Reduzir o tempo para análise de promoções;
- Aumentar a eficácia das promoções em 15%;
- Atingir a eficácia de 88% na previsão de demanda;
- Reduzir o custo de estoque em 20%;

QUESTIONÁRIO 2 – GERENTES

Entrevistados: Assessores, Coordenadores gerais e Coordenadores

Objetivo da entrevista: Obter uma compreensão global da área do ponto de vista estratégico.

A. RESPONSABILIDADE FUNCIONAL

1. Descreva as principais atividades da sua área e como ela se relaciona com as demais áreas da Fast Fashion.

B. OBJETIVOS INSTITUCIONAIS

1. Quais os **objetivos e as prioridades da sua área**?
2. Quais desses objetivos são fundamentais e sua área não vem conseguindo alcançar? O que impede que sejam alcançados? Qual o impacto disto na Fast Fashion?
3. Quais **indicadores você utiliza para medir os resultados da sua área**? Com que **periodicidade** são apurados esses indicadores?

C. ANÁLISE DE DADOS

1. **Que informações você necessita para fundamentar suas decisões? Como você obtém essas informações?**
2. Existe alguma **informação (ou relatório) tática ou gerencial que hoje não está disponível** e que é de fundamental importância para atingir os objetivos da sua área? Qual é a **perspectiva temporal** ideal para a análise destes dados?
3. Quais **relatórios você utiliza normalmente**? Quais os dados mais relevantes desses relatórios? Para que você utiliza esses dados? Se o relatório fosse dinâmico, **que variações** você gostaria de ter?
4. Que tipo de análise sobre demanda (**consultas específicas**) **que você faz? Quem solicita** estas consultas? **O que eles fazem com estas análises?**
5. **Quais os ganhos** (retorno financeiro, aumento de qualidade, etc) ou oportunidades de melhorias dramáticas você imagina obter com a ampliação do acesso à informação?
6. Na sua visão, quais serão os **critérios de sucesso** para este projeto (métricas de implementação, uso serviço, impacto no negócio e melhorias da situação atual)?

QUESTIONÁRIO 3 - ANALISTAS

Entrevistados: Analistas de Negócios

Objetivo da entrevista: Obter uma compreensão global do trabalho técnico onde são gerados os dados necessários para subsidiar os objetivos da instituição.

A. RESPONSABILIDADE FUNCIONAL

1. Descreva as principais atividades da sua área e como ela se relaciona com as demais áreas da Fast Fashion.

B. OBJETIVOS INSTITUCIONAIS

1. Descreva brevemente os **principais sistemas de informação** que você utiliza.

O Enterprise Resource Planning (ERP), é um sistema integrado que reúne múltiplas informações e funcionalidades que ajudam nos negócios da Fast Fashion.

O Customer Relationship Management (CRM), automatiza dados relacionados à gestão de clientes e armazena informações gerais da Fast Fashion. populacionais

O Supply Chain Management (SCM), integra dados e processos relacionados a fornecedores, estoque e volume de pedidos feitos.

2. Descreva as **demandas típicas de informações** dirigidas à sua área.

Buscar entender os processos de cada tipo de venda para identificar as opções para melhoria das vendas com o uso de TI.

Liderar e coordenar o levantamento de requisitos das vendas, esboçando e delimitando a organização que está sendo modelada.

3. Quais são os **usuários mais frequentes** das informações geradas pela sua área?

A alta e média gerência, que levam para discussão de tomada de decisões junto com os patrocinadores e fornecedores.

4. Qual o **processo usado para disseminar** a informação aos usuários? Que ferramentas são utilizadas para a disseminação?

Para disseminar as informações obtidas usamos uma técnica para auxiliar pessoas ou organizações a identificar forças, fraquezas, oportunidades, e ameaças relacionadas à competição em negócios de vendas ou planejamento de projetos. Além das ferramentas já citadas acima, também utilizamos o Análise SWOT e o Canvas.

5. Quais os **principais gargalos** que você identifica nesse processo?

Um dos principais gargalos identificados é a pequena capacitação da equipe de marketing, o qual vem influenciando bastante nossas vendas. Outro deles é a falta de uma boa segmentação de contatos, que representa um grande gargalo na nossa prospecção de vendas.

6. Existem informações não tratadas importantes para análises ou relatórios?

C. ANÁLISE DE DADOS

1. **Que informações você necessita para fundamentar suas decisões? Como você obtém essas informações?**

Informações referentes a vendas, fluxo de vendas com localidade e controle de estoque. As informações são obtidas do sistema interno da empresa, sendo armazenadas em banco de dados.

2. Existe **alguma informação (ou relatório) que hoje não está disponível** e que é de fundamental importância para atingir os objetivos da sua área? Qual é a **perspectiva temporal** ideal para a análise destes dados?

Informações externas que irão agregar valor nas análises de negócio da empresa. A perspectiva temporal é anual, pois assim será possível obter detalhes da sazonalidade e outras características da série temporal.

3. Quais **relatórios você utiliza normalmente**? Quais os dados mais relevantes desses relatórios? Para que você utiliza esses dados? Se o relatório fosse dinâmico, **que variações** você gostaria de ter?

- Volume de vendas por região e período
- Controle de estoques
- Troca de produtos entre filiais

4. **Quais os ganhos** (retorno financeiro, aumento de qualidade, etc) ou oportunidades de melhorias dramáticas você imagina obter com a ampliação do acesso à informação?

Com maior qualidade no aglomerado de dados, será possível garantir a maior confiabilidade, assim haverá retorno financeiro mais expressivo.

5. Na sua visão, quais serão os **critérios de sucesso** para este projeto (métricas de implementação, impacto no negócio e melhorias da situação atual)?

- Prover fonte única de informações para análise de promoções;
- Reduzir o tempo para análise de promoções;
- Aumentar a eficácia das promoções em 15%;
- Atingir a eficácia de 88% na previsão de demanda;
- Reduzir o custo de estoque em 20%;

QUESTIONÁRIO 4 - ANALISTAS (Informática)

Entrevistados: Analistas de Sistemas

Objetivo da entrevista: Obter uma compreensão global do trabalho técnico onde são gerenciadas as bases de dados necessárias para subsidiar os objetivos da instituição.

A. OBJETIVOS INSTITUCIONAIS

1. Descreva brevemente os principais sistemas de informação da Fast Fashion.
Banco de dados, datawarehouse, integração entre sistemas, sistema gerencial e dashboard.
2. Quem são os **usuários mais frequentes** das informações geradas pela sua área?
Gerentes administrativos, gerentes de estoque e executivos.
3. Qual o **processo usado para disseminar a informação aos usuários**? **Que ferramentas** são utilizadas para a disseminação?
Dashboard com atualizações mensais. Lembrete mensalmente via e-mail institucional.
4. Que **relatórios são gerados rotineiramente**?
Relatório de vendas, fluxo de estoque (entrada e saída) e troca de produtos entre filiais visando melhor distribuição dos produtos.
5. Quais os principais **gargalos** você identifica nesse processo?
Dados cruciais ausentes, grande fluxo de dados diariamente e instabilidade da nuvem, e de outras bases de dados.
6. Existem informações não tratadas importantes para análises ou relatórios?
Dados externos referentes a localidade, como a tendência da população, renda média mensal.

B. DISPONIBILIDADE E QUALIDADE DE DADOS

1. **Que sistemas** são usados para atender as demandas mais frequentes de informação?
Banco de dados, datawarehouse e dashboard
2. Como esses **sistemas se relacionam**? Que sistemas alimentam outros?
Banco de dados envia para datawarehouse que por sua vez envia para o dashboard
3. Qual é a **granularidade** dos sistemas?
Diária.
4. Qual a **frequência** de atualização dos dados?
Mensal.
5. **Que dados históricos estão disponíveis**?
Vendas por loja, especificando tipo de produtos e detalhes da compra. Movimentação e volumetria de estoque.
6. Qual o **tamanho** estimado das bases de dados (nº de registros)?
257.468.590 dos três anos.

7. Quais os **pontos vulneráveis dos sistemas** em relação às fontes correntes de dados?

Informações pessoais dos compradores, perda de dados durante a transformação, falta de dados de terceiros, relacionamento entre tipo do produto e período e localidade da compra.

8. **Que campos** não são populados, não requeridos e/ou validados na entrada?

Informações obtidas de terceiros, como localidade e outros detalhes da compra.

9. Há campos com **duplo significado**, dependendo do contexto?

Descrição e tipo do produto.

10. Que **tabelas de codificação** estão disponíveis? As decodificações estão embutidas nos códigos fontes dos programas?

Produto e tipo de produto. As decodificações são definidas visando padronização nos tipos dos produtos e estão embutidas no banco de dados.

11. Quais as **principais tabelas** que você dispõe? Descreva a manutenção dessas tabelas.

Produtos, vendas, tipo de produto, clientes, estoque, endereços, transporte entre filiais.

12. **Quem mantém** essas tabelas?

Equipe técnica e DBA.

13. Como é feita a **manutenção das chaves**? Elas são reatribuídas?

Não há, não são re-atribuíveis.

14. Qual a **cardinalidade** das tabelas principais?

Vendas x clientes: Um para muitos

Produto x tipo de produto: Um para muitos

Produto x venda: Um para muitos

Cliente x endereço: Muito pra muitos

Produto x estoque: Um para muitos

15. Frequência de **mudanças hierárquicas nas dimensões** chaves: como as mudanças são obtidas e registradas?

Frequência esporádica, as mudanças terão efeito de atualização de registros.