

FIAP

FIAP ONI

CHALLENGE

1º ANO

ANÁLISE E
DESENVOLVIMENTO
DE SISTEMAS



Kraft*Heinz*

Referência mundial no setor de alimentos



Detentores de três grandes marcas que ganharam destaque no mercado em que atuam, marcas essas cujos produtos criam experiências memoráveis



- **Empresa referência mundial no setor de alimentos.**
- **Mais de 200 produtos diferentes disponíveis para compra no Brasil.**
- **Funcionários dedicados em mais de 40 países.**
- **Marcas brasileiras são referências no mercado de condimentos, vegetais e atomatados, estão presentes na maioria dos lares brasileiros, tendo um alto índice de conhecimento e preferência por parte dos consumidores.**
- **Na última década doaram mais de 2 bilhões de refeições para crianças que se encontram em situação de fome.**



**Gestão
ambiental**



**Abastecimento
responsável**



**Vida Saudável e Apoio
Comunitário**

Estratégia e metas de governança socioambiental

Em apoio à nossa visão de crescer de forma sustentável, agradando mais consumidores globalmente, estamos comprometidos com práticas responsáveis e sustentáveis que se estendem a todas as facetas do nosso negócio. A estratégia ESG da Kraft Heinz prioriza as questões que mais importam para os stakeholders, com foco nas áreas de maior impacto.



Gestão ambiental

A Kraft Heinz tem o orgulho de anunciar que, em 2025, a maioria de nossa eletricidade adquirida (para todas as instalações em todo o mundo) será de fontes renováveis.

Comprometemo-nos a diminuir o uso de água em 20% nas fábricas da Kraft Heinz em áreas de alto risco e em 15% em todas as fábricas até 2025.

Comprometemo-nos a diminuir o uso de energia em 15% em todas as instalações fabris da Kraft Heinz até 2025.

Comprometemo-nos a reduzir o desperdício em 20% em todas as instalações fabris da Kraft Heinz até 2025.

Comprometemo-nos a criar uma garrafa de Ketchup Heinz totalmente circular na Europa até 2022.

Nosso objetivo é fazer embalagens 100% recicláveis, reutilizáveis ou compostáveis até 2025.



Abastecimento responsável

Comprometemo-nos a fornecer 100% dos tomates do Heinz Ketchup de maneira sustentável até 2025, de acordo com nossas Práticas de Agricultura Sustentável.

Comprometemo-nos a adquirir óleo de palma 100% sustentável e de origem rastreável, até o moinho, até 2022.

Nosso objetivo é obter 100% de ovos caipiras (“free-range eggs”) na Europa até 2020.

Nosso objetivo é adquirir ovos de galinhas 100% livres de gaiolas (“cage-free eggs”) em todo o mundo até 2025.

Comprometemo-nos a atualizar os Princípios de Orientação do Fornecedor e implementar auditorias de diligência de terceiros até 2021.



Vida Saudável e Apoio Comunitário

Comprometemo-nos a atingir 85% de conformidade com as metas globais de nutrição da Kraft Heinz até 2025.

Comprometemo-nos a reduzir o açúcar total em nossos produtos em mais de 60 milhões de libras em nosso portfólio global até 2025.

Comprometemo-nos a reduzir o sódio em 5% adicionais em nosso Barbecue e molhos para salada Kraft na América do Norte, até 2025.

Comprometemo-nos a melhorar o uso e a transparência de ingredientes mais simples até 2025.

Comprometemo-nos a fornecer 1,5 bilhão de refeições às pessoas necessitadas até 2025.

Desafio

ESG Kraft Heinz



Criar um sistema para **monitoramento da gestão ambiental** da empresa por linha de produto (utilização de recursos sustentáveis, economia de energia e água, abastecimento responsável e apoio comunitário).

Critérios de avaliação (50 Pontos):

- 1) Modelagem de dados** (Modelo Lógico do sistema de monitoramento – MER em pdf) ;
- 2) Criação do modelo físico** (Implementação do banco de dados ORACLE – Usar o acesso ao banco de dados da FIAP – entrega do script em arquivo .txt ou .sql);
- 3) Diagrama de classes** do sistema de monitoramento (em pdf);
- 4) Persistência dos dados** (Codificação das classes mapeadas no diagrama e insert na base de dados com o monitoramento das linhas de produtos em relação ao consumo de recursos.
- 5) Exemplo de três insights** Exemplos de três insights: (Analisar os dados apresentados no monitoramento para identificar oportunidades de melhoria na gestão ambiental. Ex: Qual linha de produto deve ter uma atenção especial quanto a utilização de recursos não recicláveis. (arquivo .doc)

AGENDA

1 TDS R, S e T

Datas – Atividades Remotas

09/05 – Kick-off Challenge – **20h**

24/05 – 19h – Abertura do Encontro Obrigatório com tema Global com o tema da Global Solution

02/06 – Entrega do Projeto **até 23h55 na plataforma**

Lembrando que este desafio, não tem a opção de entrega até 3 dias após a data agendada.

Caso não seja entregue, o aluno deverá fazer a substitutiva (individual) desta Challenge.

Entrega do Projeto:

O grupo precisa fazer a entrega de uma pasta com todo o projeto desenvolvido **e um vídeo pitch até 3 minutos** explicando a solução na **plataforma até dia 02/06**.

AGENDA

1º TDS R, S e T

Datas

12/06 até 14/06 – Provas substitutivas dos encontros - 1º e 2º encontro
(Solicitar na plataforma apenas para quem não realizou).

1º Encontro – Challenge Stellantis

2º Encontro – Challenge Kraft Heinz

22/06 – **Provas de Exames** (Apenas para alunos que ficarem com a média maior igual a 40 e menor igual a 59 pontos).



FIAP