**Centro Paula Souza**

**Faculdade de Tecnologia de Votorantim**

Curso de Ciência de Dados para Negócios

**Projeto Integrador I – Compreendendo o Negócio**

**InsightLab**

Nome do Discente 1

Nome do Discente 2

Nome do Discente 3

Nome do Discente 4

Nome do Discente 5

Nome do Discente 5

Versão: 1.0 – Out/2024

Sumário

**Projeto Integrador I:**

**Exploração Inicial de Dados para Compreensão do Negócio**

**Fase 1 – Definição da Empresa**

**1. Negócios e Organizações**

* 1. **Definição da Empresa**

Figura 1- Logotipo da Pet Sports  
Fonte: De autoria própria

A InsightLab é uma consultoria especializada em análise de dados, com a missão de transformar dados brutos em insights estratégicos. Fundada em 2024, no município de Votorantim-SP, a empresa está estrategicamente localizada para estar próxima de clientes potenciais e fomentar o relacionamento com outras empresas emergentes da região.

Nosso compromisso é oferecer soluções que agreguem valor aos negócios, identifiquem lacunas a serem preenchidas, alcancem novos clientes e fidelizem aqueles que já utilizam nossos serviços, melhorando seus resultados e, consequentemente, ajudando-os a atingir seus objetivos.

Diferenciamo-nos por oferecer soluções sob medida, como a criação de dashboards interativos para acompanhamento de KPIs, desenvolvimento de algoritmos de machine learning para previsão de vendas e otimização de campanhas de marketing com base em dados comportamentais.

A empresa preza pelo compromisso com o desenvolvimento sustentável e o impacto social, ajudando a transformar os negócios locais com soluções de alta tecnologia e análise de dados inteligentes.

**1.1.1 Missão, Visão e Valores**

*1.1.1.1 Missão*

Nossa missão é transformar dados em insights estratégicos que impulsionam o crescimento e a inovação das empresas. Ajudamos nossos clientes a tomarem decisões mais inteligentes e baseadas em dados, oferecendo soluções personalizadas e tecnologias avançadas para otimizar suas operações e alcançar resultados significativos.

*1.1.1.2 Visão*

Ser referência em consultoria em análise de dados, reconhecida pela excelência em soluções inovadoras e pelo impacto positivo na transformação digital das empresas, contribuindo para o sucesso sustentável dos nossos clientes e o desenvolvimento das comunidades em que atuamos.

*1.1.1.3 Valores*

**Inovação**: Estamos sempre em busca de novas tecnologias e métodos para entregar soluções criativas e eficientes.

**Compromisso com o Cliente:** Nossos clientes são a nossa prioridade, e trabalhamos para entregar resultados que superem expectativas, adaptando-nos às suas necessidades.

**Ética e Transparência:** Atuamos com integridade, transparência e respeito, garantindo a segurança e privacidade dos dados de nossos clientes.

**Excelência:** Buscamos a excelência em tudo o que fazemos, desde a qualidade das nossas soluções até o atendimento ao cliente.

**Colaboração:** Valorizamos o trabalho em equipe e acreditamos que a troca de ideias e conhecimentos constrói soluções mais fortes e inovadoras.

**Sustentabilidade:** Comprometemo-nos com práticas responsáveis que gerem impactos positivos nas empresas e nas comunidades onde estamos presentes.

**1.2 Posicionamento da Empresa e Diferencial Competitivo**

**A InsightLab, tem como principal diferencial competitivo a InsightPlace, uma plataforma de atendimento pós-venda, onde os clientes poderão ter acesso a materiais exclusivos, atendimento personalizado com o Labinho, um robô que em tempo real, com base nos dados de cada empresa em específico, fornece um atendimento online 24h, sanando dúvidas e até mesmo intermediando futuros atendimentos com os profissionais da empresa.**

**1.3 Análise do Mercado Selecionado e Perfil dos Clientes**

**1.3.1 Análise do Mercado**

A região do Campolim, em Sorocaba, é um ponto nobre com alta concentração de bares e restaurantes sofisticados. Os estabelecimentos atendem a uma clientela exigente, criando uma oportunidade para consultorias de dados que podem ajudar na otimização de operações, previsão de demanda e personalização de atendimento. O mercado é competitivo, com muitos restaurantes já utilizando tecnologias de gestão, o que exige uma oferta diferenciada em serviços, como análises preditivas e estratégias baseadas em dados. As ameaças incluem concorrência intensa e a possível saturação do setor

**1.3.2 Perfil do Cliente:**

**Bares e restaurantes de pequeno e médio porte, em grandes centros urbanos, incluindo pubs, rooftops, choperias, e ambientes temáticos, onde os proprietários que são mais adeptos à tecnologia, queiram aumentar seu ticket médio, atrair novos clientes e fidelizar os que já o frequentam.**

**1.4 Análise Swot**

**1.4.1 Pontos fortes + oportunidades externas = estratégias de crescimento**

Para alcançar nossos objetivos e consolidar nossa posição como referência no mercado em análise de dados, estamos implementando uma estratégia de crescimento que se concentram em:

1. **Expansão de Serviços em Novos Mercados:** Aproveitar a localização estratégica em Sorocaba para expandir sua base de clientes para cidades vizinhas e grandes centros urbanos, oferecendo suas soluções personalizadas de análise de dados.
2. **Parcerias com Plataformas de Tecnologia**: Fortalecer o relacionamento com empresas de tecnologia líderes no setor (como AWS, Microsoft, Google) para integrar suas soluções aos serviços oferecidos pela InsightLab, aumentando a confiança e o valor agregado aos clientes.
3. **Desenvolvimento de Soluções de IA Personalizadas**: Usar a expertise em machine learning e análise de dados comportamentais para criar soluções avançadas de automação, oferecendo produtos inovadores para empresas que desejam otimizar processos e prever tendências de mercado.
4. **Foco em Sustentabilidade e Impacto Social**: Expandir o impacto social da InsightLab, criando iniciativas de transformação digital para pequenas empresas locais e programas de responsabilidade social que utilizem dados para resolver problemas sociais e ambientais.
5. **Oferecer Treinamentos e Workshops Corporativos**: Aproveitar a carência de conhecimento técnico em análise de dados para lançar programas de capacitação e treinamento, posicionando a InsightLab como um hub de inovação e aprendizado, criando um novo fluxo de receita.
   * 1. **Pontos fortes + ameaças externas = estratégias de enfrentamento**
6. **Diversificação da Base de Clientes:** Para reduzir a vulnerabilidade a crises econômicas, a InsightLab pode diversificar sua base de clientes, incluindo empresas de diferentes setores e portes, além de expandir para outros mercados geográficos. Isso ajudará a diluir o impacto de eventuais recessões em segmentos específicos.
7. **Conformidade com Regulamentações de Privacidade:** A empresa deve investir em sistemas e processos que garantam a conformidade total com leis de proteção de dados, como a LGPD, adotando práticas robustas de governança de dados e garantindo transparência total para os clientes quanto ao uso e proteção de seus dados.
8. **Criação de Programas de Retenção de Talentos:** Para enfrentar a escassez de profissionais qualificados, a InsightLab pode desenvolver programas de retenção, oferecendo benefícios como capacitação contínua, planos de carreira bem estruturados e parcerias com universidades locais para atrair e formar novos talentos.

**1.4.3 Pontos fracos + oportunidades = estratégias de melhoria**

**1. Dependência de ferramentas externas somada a parceria com desenvolvedores de software**: Utilizar a ferramenta de terceiros a partir de uma parceria estratégica com desenvolvedores de softwares voltadas ao setor de logística, atendimento e fluxo de informações.

**2. Recursos limitados alinhado a um atendimento a rede de franquias:** Com os recursos limitados, focaremos no atendimento no atendimento a grandes redes, gerando grandes contratos compensando as limitações.

**3. Desconhecimento da análise de dados e seus valores junto da expansão do mercado gastronômico:** O crescimento do mercado de bares e restaurantes (temáticos ou não), é uma oportunidade para a empresa oferecer uma consultoria exclusiva e personalizada voltada para esse nicho.

**1.4.4 Pontos fracos + ameaças = estratégia de defesa**

**1. Recurso limitado que pode gerar impacto econômico:**  durante uma crise econômica, a empresa pode ter dificuldades em atrair novos clientes, pois os bares cortam gastos e a consultoria pode nãos ser uma prioridade. Sendo assim, uma alternativa é oferecer planos flexíveis.

**2. Concorrência indireta de software e questões regulatórias de privacidade de dados:** Além da concorrência de softwares, há a limitação de uso e coleta de dados devido a regulamentação de privacidade. Dessa forma, a empresa deve investir em capacitação aos requisitos legais conforme a LGPD, isso será um diferencial, já que os outros concorrentes, podem não estar preparados para essas exigências.

**3. Desconhecimento do mercado e concorrência de soluções automatizadas:** Muitos bares ainda não conhecem ou resistem a ideia do investimento em análise de dados, que podem trazer soluções mais acessíveis aos problemas do negócio. Apresentar práticas e análises que uma consultoria pode oferecer, resultados que podem ser atingidos e provas de valorização no mercado. Campanhas de educação podem atrair esse público que ainda desconhecem o mercado de análise de dados.

**2. Algoritmos e Estrutura de Dados**

Samuel

**3. Matemática aplicada à Ciência da Computação**

Bruno Correa

**4. Comportamento Organizacional em ambiente disruptivo**

Henrique

**Referências**

**Apêndice 1 – Organograma Empresarial**

**Douglas**