FIAP

FIAP ON

CHALLENGE

1º ANO ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS

Alimentando o que alimenta o mundo

FIAP ON | Challenge

João Pilla
Diretor Executivo de Tecnologia da Informação

De um pequeno frigorífico no interior do Brasil, a uma gigante global **em 72 anos**.

Somos uma das maiores empresas de alimentos do mundo. Estamos presentes em mais de 20 países e comercializamos nossos produtos em mais de 180 nações. Contamos com mais de **280 mil colaboradores ao redor do planeta**, sendo uma das maiores empregadoras do Brasil.

Estamos nas mesas de milhões de famílias, proporcionando momentos de felicidade através da comida. Além dos alimentos, atuamos em setores como couros, biodiesel, fertilizantes, colágeno, envoltórios para embutidos, higiene e limpeza, embalagens metálicas, transportes, soluções em gestão de resíduos, entre outros.

Para nós, alimentar o que alimenta o mundo é alimentar todo mundo com os melhores e mais gostosos produtos, de forma sustentável,

cuidando do meio ambiente, das pessoas e da empresa.

Mais de 280 mil

colaboradores ao redor do mundo

UMA DAS MAIORES EMPREGADORAS DO BRASIL:

mais de 158 mil colaboradores.

Estratégia

Plataforma global diversificada por **geografias** e **proteínas**

Bovino | Suíno | Ovino | Aves | Aquicultura | Alimentos Preparados | Couros | Plant Based | Centro de Inovação | Proteína Cultivada | Ovo

VALOR AGREGADO

Portfólio de marcas diversificado em todo o mundo

Friboi
CAMPO FORTE from JBS
VIVERA
marba
Doriana
BLACK Friboi
INCRÍVEL!
1953 Friboi
Seara
massaleve DESDE 1980
Seara Gourmet
Swift
Primo
Pilgrim's
Hans
biopower
HUON
Genu-in from JBS
Maturatta Friboi
Eder DESDE 1923
RIGAMONTI Qualità dal 1913
ZEMPACK

LÍDER global em alimentos

LIDERANÇA

Bovino

Maior produtora de bovinos

Canadá | USA | Brasil | Austrália

Frango

Maior produtora de frango

USA | México | Brasil | Europa

Suíno

2ª maior produtora de suínos

USA | Brasil | Austrália | Europa

NOVAS AVENIDAS DE CRESCIMENTO

Aquicultura

2ª maior produtora de salmão da Austrália

Alimentos preparados

- **2º lugar** no mercado de alimentos preparados no Brasil
- **1º lugar** no mercado de alimentos preparados no **Reino Unido**
- **1º lugar** no mercado de alimentos preparados na **Austrália e Nova Zelândia**

Plant-based e proteínas alternativas

- **Maior produtora brasileira** de plant-based
- **3ª maior produtora europeia** de plant-based
- **Biotecnologia:** Proprietária majoritária da BioTech Foods, na Espanha. E construindo o **maior centro de P&D em biotecnologia do Brasil.**

JBS NO BRASIL

158 mil colaboradores

+ de 130 fábricas e **31 Centros de Distribuição**

- Educação de alta qualidade
- Conhecimento do Negócio

Filosofia Lifelong Learning

Educação Prática

Escolas de Ensino Fundamental, Médio; e Faculdade

Além de...

- **Jovem Aprendiz**
- Formação **continuada**
- Apoio às **escolas públicas**
- Escola da **família**

Impacto

1.258
jovens estudando

600
alunos formados

2.697
colaboradores alunos

95%
dos formados de 2024 **estão trabalhando com carteira assinada no Grupo.**

85%
dos formados nos últimos três anos (2022 a 2024) **estão trabalhando com carteira assinada no Grupo.**

Nossa **Missão**

Sermos os **melhores naquilo que nos propusermos a fazer,** com foco absoluto em nossas atividades, garantindo os melhores produtos e serviços aos clientes, solidez aos fornecedores, rentabilidade aos acionistas e a oportunidade de um futuro melhor a todos os nossos colaboradores.

Nossos **Valores**

- Determinação
- Simplicidade
- Disponibilidade
- Humildade
- Franqueza
- Disciplina
- Atitude de Dono

CulturaJBS

Nosso alicerce, nossa força.

Nossas **Crenças**

Produto/ serviço de **qualidade**	Foco no **detalhe**	Mão **na massa**	As coisas só são conquistadas **com muito trabalho**	**Pessoa** certa no **lugar** certo	**Paixão** pelo que faz
Atitude é mais importante que **conhecimento**	**Líder** é quem tem que conquistar seus liderados	Liderar pelo **exemplo**	Foco no **resultado**	Trabalhar com **gente melhor que a gente**	**Acreditar** faz a diferença

Swift

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL

André Machado
Gerente Executivo Comercial

Sobre a Swift

A Swift possui atualmente **mais de 600 pontos de venda** nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Goiás e Distrito Federal. O consumidor tem a opção de comprar da forma que achar melhor, seja nas lojas físicas, dentro dos principais supermercados, nas lojas móveis, pelo WhatsApp, telefone, aplicativo ou site.

Oferecemos **mais de 500 produtos das mais diversas categorias**, como carne bovina para o dia a dia, cortes especiais para churrasco, pescados com selos de sustentabilidade, suínos, ovinos, aves, pratos prontos, snacks, acompanhamentos, vegetais, sobremesas e temperos para churrasco, entre outros.

Toda a cadeia produtiva é **rigorosamente controlada**, assegurando a padronização e a **excelência nos produtos oferecidos**. O processo inovador de **ultracongelamento** garante maciez, sabor e nutrição da verdadeira carne fresca.

VISÃO

Transformar a forma como as pessoas compram e consomem proteína

Swift | Wild Fork

Swift O sabor dos novos horizontes

Em 10 anos construímos um modelo de negócios com uma experiência única de consumo e uma marca reconhecida em diferentes cidades e estados.

Preparo da base para crescimento

2012-13	2014	2015	2016	2017	2018
10 lojas	28 lojas	33 lojas	51 lojas	85 lojas	99 lojas 19 LNV

Montagem do time

Nova identidade de marca e remodel das lojas (novo "look & feel")

Lançamento de loja online

2019	2020	2021	2022	2023	2024
104 lojas 91 LNV	129 lojas 173 LNV	192 lojas 324 LNV	241 lojas 375 LNV	251 lojas 285 LNV	234 lojas 290 LNV

Lançamento de loja online

Ida para o Centro Oeste

Ida para o RJ

Dados atualizados de março 2025

Swift | Wild Fork

Wild Fork
Canadá
(58 lojas)

Wild Fork
EUA

Wild Fork
México
(33 lojas)

Swift
Brasil
(524 lojas)

Total de lojas

615

SWIFT PELO MUNDO

Dados atualizados de março 2025

Swift | Wild Fork

SP, RJ, GO e DF

+ 3.500 funcionários

234 LF + 290 LNV

SWIFT NO BRASIL

*Dados atualizados de março/2025.

Swift | Wild Fork

Diferenciais

ORIGEM

O cuidado da Swift começa na origem, com a **melhor seleção genética** e com o **bem-estar do animal,** garantindo um alto padrão de qualidade e uma carne segura, fresca de verdade, macia e suculenta.

ULTRACONGELAMENTO

Nossa exclusiva tecnologia de ultracongelamento na origem é a maneira mais eficiente de preservar as características naturais da carne. É como se parássemos o tempo, para que você ao abrir a embalagem tenha em mãos a verdadeira carne fresca.

IQF

Os produtos IQF **(Individual Quick Frozen)** congelados individualmente, vão do freezer direto para a panela, sem precisar descongelar. É inovação alinhada à praticidade e à sustentabilidade. Dá para retirar do freezer somente o que for consumir, sem desperdício.

Nosso sortimento

São mais de
500 produtos em
diversas categorias:

A Swift tem a maior seleção de proteínas do mercado de alta qualidade e com preços acessíveis. Produtos inovadores e com embalagens renovadas com o padrão global, reforçando a identidade de marca.

Swift | Wild Fork

Canais de atendimento

Tem uma Swift pra todo mundo.
São 7 canais diferentes com especialistas para tirar todas as dúvidas, dar dicas de produtos, preparo e muito mais.

CANAIS DE ATENDIMENTO

Lojas físicas

Atendimento personalizado e especialistas prontos para ajudar.

CANAIS DE ATENDIMENTO

Varejistas parceiros

Uma compra completa em um só lugar.

Swift | Wild Fork

CANAIS DE ATENDIMENTO

Canais online

SITE

APP

WHATSAPP

TELEVENDAS

MARKETPLACE
Rappi, Ifood, Uber, GPA

Comodidade e benefícios exclusivos.

- **Entrega Agendada:** o cliente escolhe a data que irá receber o pedido.
- **Entrega Expressa:** recebe em até 2 dias úteis.
- **Retirada na loja:** sem custo

CAMPANHA PUBLICITÁRIA

Dá um Swift

Campanha publicitária veiculada em diversos momentos durante o ano, em que o mote principal é evidenciar a **variedade de sortimento** e **praticidade** que a Swift oferece aos seus clientes.

EVENTOS DE DEGUSTAÇÃO

Swift Degusta Truck

Food Truck desenvolvido para dar vida às **ações de degustação** nas lojas Swift. Os eventos são **gratuitos** e ocorrem durante todo o período anual.

Respeito ao Planeta e
Apoio às Comunidades
Swift
RESPEITO
AO PLANETA
Sustentabilidade Swift.
A receita para um futuro melhor.
Swift | Wild Fork

Mídias sociais e Canais Digitais

Ranking geral de seguidores

Base total:
1.782.000

Dados atualizados de março 2025

Swift | Wild Fork

NPS e CNPS são nossas estrelas guia

82 %

CNPS Swift
Ano 2022

91 %

NPS Swift
Setembro 2022

Swift | Wild Fork

DESAFIOS Swift

A equipe escolhe o desafio

Renato Baldussi De Lazzari
Diretor Digital

Swift

DESAFIO 1

Desafio 1

Swift Reduzindo Atritos na Jornada O2O

Objetivo: *Melhorar a experiência do usuário no e-commerce da Swift, reduzindo* ***fricções na jornada*** *online para offline e* ***aumentando conversão e ticket médio****.*

A Swift busca oferecer uma experiência fluida e conveniente para seus clientes. No entanto, desafios como tempo de navegação, dificuldades no checkout, dúvidas sobre produtos e processos de retirada podem impactar a conversão e o valor médio das compras. Seu desafio é identificar e eliminar esses atritos!

Desafio 1

Swift Reduzindo Atritos na Jornada O2O

Objetivo: *Melhorar a experiência do usuário no e-commerce da Swift, reduzindo* ***fricções na jornada*** *online para offline e* ***aumentando conversão e ticket médio****.*

Critérios de Sucesso

Experiência mais fluida

- Aumento da conversão: Estratégias que incentivem os clientes a finalizarem a compra.
- Maior ticket médio: Soluções que estimulem compras adicionais ou de maior valor.
- Viabilidade e inovação: Ideias criativas, mas aplicáveis ao contexto real da Swift.

Desafio 1

Swift Reduzindo Atritos na Jornada O2O

Prontos para transformar o *e-commerce* da Swift? Mãos à obra!

Swift

DESAFIO 2

Desafio 2

Gamificação para Engajar e Impulsionar Resultados

Objetivo: *Criar uma solução baseada em gamificação para motivar os colaboradores das lojas Swift, promovendo:*

- ✓ **Crescimento de carreira**
- ✓ **Aumento do ticket médio**
- ✓ **Maior efetividade em *cross-sell***
- ✓ **Melhoria na experiência do cliente (NPS)**
- ✓ **Identificação e personalização para clientes**

Desafio 2

Gamificação para Engajar e Impulsionar Resultados

Objetivo: *Criar uma solução baseada em gamificação para motivar os colaboradores das lojas Swift.*

Os colaboradores das lojas Swift desempenham um papel fundamental na experiência do cliente e nos resultados de vendas. No entanto, engajar e incentivar esses profissionais de forma consistente pode ser um desafio. A gamificação, quando bem aplicada, pode transformar rotinas em jornadas mais dinâmicas e motivadoras, impulsionando desempenho e satisfação.

Desafie-se a transformar o ambiente de loja da Swift!

Desafio 2

Gamificação para Engajar e Impulsionar Resultados

Objetivo: *Criar uma solução baseada em gamificação para motivar os colaboradores das lojas Swift.*

Critérios de Sucesso

- **Engajamento dos colaboradores**: A solução deve incentivar a participação ativa e contínua.
- **Impacto nos KPIs**: A ideia precisa contribuir para crescimento profissional, aumento de vendas e aumento do ticket médio.
- **Facilidade de implementação**: A proposta deve ser viável dentro do contexto operacional das lojas.
- **Criatividade e inovação**: Estratégias diferenciadas que despertem motivação genuína.

FIAP

Desafio 1

Swift Reduzindo Atritos na Jornada O2O

SPRINT 1 – (1º SEMESTRE)

Etapa 1: Negócio

📌 **Diagnóstico**: Identificação dos principais pontos de atrito na jornada O2O.
📌 **Solução proposta**: Explicação da ideia e como ela melhora a experiência do usuário.
📌 **Impacto esperado**: Como a solução aumentar conversão e ticket médio.

Etapa 2: O modelo Lógico de dados (MER)

Etapa 3: Protótipo (Demonstração visual da solução)

A ferramenta designada para essa tarefa é o FIGMA, sendo sua utilização obrigatória.
A quantidade de páginas, fica a critério de cada equipe.

Desafio 2

Gamificação para Engajar e Impulsionar Resultados

SPRINT 1 – (1º SEMESTRE)

Etapa 1: Negócio

📌 **Diagnóstico:** Quais desafios atuais a gamificação pode resolver?

📌 **Mecânica da gamificação:** Como o sistema funcionará? Exemplos: pontuação, rankings, desafios, recompensas.

📌 **Impacto esperado:** Como a solução impulsiona carreira, vendas e experiência do cliente.

Etapa 2: O modelo Lógico de dados (MER)

Etapa 3: Protótipo : Demonstração visual da solução

A ferramenta designada para essa tarefa é o FIGMA, sendo sua utilização obrigatória.
A quantidade de páginas, fica a critério de cada equipe.

AGENDA

1 TDS A, B, C, D, E e F

10/04 – Kick-off **Challenge Swift** – **19h00**

23/05 – **Entrega do Sprint 1 – VALOR 10 Pontos**

Entrega:

Uma pasta com uma apresentação contendo:

- **Nome completo e RM dos integrantes da equipe**.
- Etapa 1
- Etapa 2
- Etapa 3

- Arquivo PDF

Importante: ***Por se tratar de uma challenge, não será possível fazer a entrega posterior com o prazo de três dias valendo 70% da nota.***

Desafio 1

AGENDA

1 TDS A, B, C, D, E e F

10/04 – Kick-off **Challenge Swift** – **19h00**

23/05 – **Entrega do Sprint 1**

DESAFIO 1
Etapa 1: Negócio 📌 ***Diagnóstico:*** *Identificação dos principais pontos de atrito na jornada O2O.* 📌 ***Solução proposta:*** *Explicação da ideia e como ela melhora a experiência do usuário.* 📌 ***Impacto esperado:*** *Como a solução aumenta conversão e ticket médio.* **Etapa 2: O modelo Lógico de dados (MER)** **Etapa 3: Protótipo (Demonstração visual da solução)** *A ferramenta designada para essa tarefa é o FIGMA, sendo sua utilização obrigatória.* *A quantidade de páginas, fica a critério de cada equipe.*

Desafio 2

AGENDA

1 TDS A, B, C, D, E e F

10/04 – Kick-off **Challenge Swift** – **19h00**

23/05 – **Entrega do Sprint 1**

DESAFIO 2
Etapa 1: Negócio 📌 ***Diagnóstico:*** *Quais desafios atuais a gamificação pode resolver?* 📌 ***Mecânica da gamificação:*** *Como o sistema funcionará? Exemplos: pontuação, rankings, desafios, recompensas.* 📌 ***Impacto esperado:*** *Como a solução impulsiona carreira, vendas e experiência do cliente.* **Etapa 2: O modelo Lógico de dados (MER)** **Etapa 3: Protótipo : Demonstração visual da solução**

FORMAÇÃO DE EQUIPES

1 TDS A, B, C, D, E e F

Formação de Equipes:

- **As equipes só podem ser formadas por alunos da mesma turma, verifique se todos** os alunos estão na mesma turma (**exemplo 1TDSA**), antes de iniciar a Challenge.
- A **entrega na plataforma** deve ser feita apenas por **um integrante da equipe.**
- No momento da **entrega será formado a equipe** na plataforma.
- **Challenge não tem os três dias de entrega com atraso**, fique atento a data de entrega.
- No **Microsoft Teams você encontra o passo-a-passo** para formar a equipe na entrega da atividade.
- **LIMITE 5 ALUNOS POR EQUIPE.**

FORMAÇÃO DE EQUIPES

1 TDS A, B, C, D, E e F

Formação de Equipes:

Disponível no Microsoft Teams

Swift
FIAP

Desafio
ETAPA 2

SPRINT 2 – (2º SEMESTRE)

Critérios de avaliação (20 Pontos):

- Desenvolvimento do **front-end** da aplicação web da solução.
- **Utilize** HTML, CSS, Bootstrap e Javascript.
- Com foco na experiência do usuário, com um design responsivo.
- Conclusão do desenvolvimento e preparação da **apresentação da solução.**

FIAP NEXT
5K
NEXT
2023
3K
FIAP
2023

PREMIAÇÃO

1º LUGAR
R$ 5.000,00
SHAPE E CAMISETA

2º LUGAR
R$ 3.000,00
SHAPE E CAMISETA

3º LUGAR
R$ 2.000,00
SHAPE E CAMISETA

FIAP