

**Centro Paula Souza**

**Faculdade de Tecnologia de Votorantim**

**Curso de Ciência de Dados para Negócios**

**Projeto Integrador I – Compreendendo o Negócio**

**InsightLab**

Allan Queiroz

Bruno Correa

Henrique Lima

Samuel Paes

FATEC VOTORANTIM

## Sumário

<b>1. Negócios e Organizações.....</b>	<b>01</b>
1.1 Definição da Empresa.....	01
1.1.1 Missão, Visão e Valores.....	02
1.1.1.2 Visão.....	02
1.1.1.3 Valores.....	02
1.2 Organograma.....	02
1.3 Posicionamento da Empresa e Diferencial Competitivo.....	03
1.4 Análise do Mercado Selecionado e Perfil dos Clientes.....	03
1.4.1 Análise do Mercado.....	03
1.4.2 Perfil do Cliente.....	03
1.4.3 Principais Concorrentes.....	04
1.5 Análise Swot.....	05
1.5.1 Pontos fortes + oportunidades externas = estratégias de crescimento.....	05
1.5.2 Pontos fortes + ameaças externas = estratégias de enfrentamento.....	06
1.5.3 Pontos fracos + oportunidades = estratégias de melhoria.....	07
1.5.4 Pontos fracos + ameaças = estratégia de defesa.....	08
<b>2. Algoritmos e Estrutura de Dados.....</b>	<b>09</b>
<b>3. Matemática aplicada à Ciência da Computação.....</b>	<b>10</b>
<b>4. Comportamento Organizacional em ambiente disruptivo.....</b>	<b>11</b>
4.1 Pilares da Cultura.....	11
4.2 Objetivos “qualitativos” da cultura organizacional.....	11
4.3 Estratégias utilizadas para fortalecer os pilares da cultura.....	11
<b>5. Análise de dados com Pandas.....</b>	<b>12</b>
<b>6. Considerações Finais.....</b>	<b>16</b>
Referências.....	17
Apêndice 1 – Organograma Empresarial.....	18
Link GitHub.....	18

## **Projeto Integrador I:**

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

#### **Fase 1 – Definição da Empresa**

### **1. Negócios e Organizações**

#### **1.1 Definição da Empresa**



*Figura 1- Logotipo da InsightLab  
Fonte: De autoria própria*

A InsightLab Consultoria foi criada em 2024, por um grupo de quatro estudantes apaixonados por dados e pela arte de transformar informações em soluções práticas. Cada um trouxe consigo uma bagagem única: experiências acadêmicas em análise de dados, tecnologia e uma curiosidade em comum pelo universo de bares e restaurantes.

O ponto de partida foi uma observação simples: muitos estabelecimentos enfrentam desafios no entendimento e uso de dados para otimizar operações e impulsionar o crescimento. Inspirados por essa necessidade, o grupo decidiu combinar habilidades para ajudar negócios a prosperar em um mercado competitivo.

A motivação da equipe é criar impacto real, tornando a análise de dados acessível e eficaz. Com uma abordagem inovadora e personalizada, a InsightLab visa oferecer insights práticos e estratégias que realmente façam diferença para seus clientes, ajudando-os a oferecer experiências ainda melhores para seus consumidores.

Assim, a InsightLab Consultoria começou sua jornada, com a missão de transformar dados em insights estratégicos e fortalecer o setor de bares e restaurantes.

### 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 de bares e restaurantes. 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 especializada em bares e restaurantes, 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 Organograma



Figura 2 – Organograma da InsightLab

### **1.3 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 (treinamentos para funcionários, estratégias de marketing, drinks e pratos em alta no mercado, planejamentos para demandas de feriados e dias de alto fluxo, etc.), 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), o qual fornece o plano de atendimento continuado estratégico (onde o cliente tem direito a alguns meses de consultoria, após uma experiência com nossos serviços).

### **1.4 Análise do Mercado Selecionado e Perfil dos Clientes**

#### **1.4.1 Análise do Mercado**







No Brasil, estima-se que existam mais de 1 milhão de negócios, ao considerar bares, restaurantes, lanchonetes, etc., formais e informais, dos quais 93,4% são micro e pequenos negócios e 60% concentram-se na região sudeste do país. Esse setor movimenta em torno de R\$ 170 bilhões por ano, com expansão anual em torno 12%. De acordo com estudo feito pelo IFB (Instituto Foodservice Brasil), 37% da população brasileira fez suas refeições fora de casa ou comprou alimentos prontos para levar.

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.

#### **1.4.2 Perfil do Cliente:**

Bares e restaurantes de pequeno e médio porte, incluindo cafeterias e confeitarias, estabelecimentos de delivery, food Trucks e quiosques, onde os proprietários que são mais adeptos à tecnologia, queiram aumentar seu ticket médio, atrair novos clientes e fidelizar os que já o frequentam.

### 1.4.3 Principais Concorrentes:

Concorrentes	Análise de Vendas e Lucro	Precificação Estratégica	Gestão de Estoque	Perfil e Comportamento dos Clientes	Relatórios e Dashboards Personalizados	Especializada em Bares e Restaurantes	Plataforma de atendimento online
	✓	✓	✗	✗	✓	✗	✗
	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗
	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗
	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗
	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✗
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

## 1.5 Análise Swot

### 1.5.1 Pontos fortes + oportunidades externas = estratégias de crescimento

PONTOS FORTES	OPORTUNIDADES	ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO	OBJETIVO
<b>Capacitação para os clientes</b>	Segundo a EBC (Empresa Brasil de Comunicação) em 2024 houve um aumento do número de bares e restaurantes com prejuízos.	Desenvolver pontos estratégicos para captação de clientes, tanto fisicamente quando virtualmente, garantindo um bom trabalho de gestão de tráfego, e marketing digital.	Gerar destaque aos nossos clientes, fazendo com que eles consigam se destacar no mercado, aumentando entre 9% a 15% sua receita até o terceiro mês.
<b>Expertise em I.A.</b>	Uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) revelou que 28% dos bares e restaurantes brasileiros já utilizaram IA em algum momento. Esse número demonstra um crescente interesse no uso desse tipo de tecnologia para otimizar operações, aprimorar a experiência do cliente e impulsionar o crescimento do negócio.	Criação de I.A's para atendimentos personalizados, com robôs que se baseiam em dados reais das empresas, dando suporte total ao cliente, e intermediando futuros atendimentos com nossos profissionais.	Aprimorar as I.A's generativas, afim de conseguirmos atender pelo menos 45% da nossa demanda com a utilização de nossos robôs.
<b>Especialização em bares e restaurantes</b>	De acordo com a Abrasel (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes), até o fim de 2024, a projeção é de que o setor fature cerca de R\$ 428 bilhões, um crescimento 3,3% em relação ao ano passado.	Aproveitar a localização estratégica em Sorocaba e expandir sua base de clientes para cidades vizinhas e grandes centros urbanos, oferecendo soluções personalizadas.	Fechar contratos com 5 clientes até o final de 2024, e buscar uma crescente de 60% até junho de 2025.



### 1.5.2 Pontos fortes + ameaças externas = estratégias de enfrentamento

PONTOS FORTES	AMEAÇAS	ESTRATÉGIA DE ENFRENTAMENTO	OBJETIVO
<b>Capacitação para os clientes</b>	Vendas de bares e restaurantes caem 4% em setembro/24, aponta Abrasel.	Estudo de território, não somente físico, mas também virtual, e networkings, com sistemas de clube fidelidade, garantindo estar à frente da concorrência.	Aumentar a capacidade de atendimento de nossos clientes em pelo menos 15% ao ano, para que possam crescer progressivamente, e no máximo 25%, para evitar uma alta demanda na qual não conseguiríamos suprir.
<b>Expertise em I.A.</b>	Segundo Fecomercio-SP, regulação apressada da IA pode prejudicar desenvolvimento tecnológico e gerar custos ao país.	Desenvolver uma forte equipe judiciária para enfrentar essas adversidades, estando sempre dentro dos parâmetros regulatórios para evitar multas, ou ações que possam prejudicar a InsightLab.	Garantir que 100% dos nossos funcionários participem de palestras e treinamentos que tratam de assuntos sobre a LGPD.
<b>Especialização em bares e restaurantes</b>	Aumento da demanda por soluções de análise de dados, novas startups e empresas já estabelecidas podem entrar no mercado, tornando a competição acirrada.	Fidelizar clientes, sempre apresentando inovações em métodos e ferramentas, evidenciando que uma empresa especializada no ramo sempre será a melhor opção.	Garantir que nossos clientes melhorem suas receitas em pelo menos 35% ao ano.



### 1.5.3 Pontos fracos + oportunidades = estratégias de melhoria

PONTOS FRACOS	OPORTUNIDADES	ESTRATÉGIA DE MELHORIA	OBJETIVO
<b>Pequeno networking de prestadores de serviços</b>	Segundo o levantamento da ACATE, o setor de tecnologia no Brasil faturou R\$ 754,9 bilhões em 2023, com um crescimento de 5,2% em relação ao ano anterior, e valor anual 23% maior se comparado a 2020.	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.	Manter fortes parcerias com pelo menos 3 fornecedores de produtos ou serviços, de cada setor da empresa.
<b>Recursos limitados</b>	Grandes franquias que dependem de uma análise minuciosa de dados para alavancar vendas, fidelizar clientes, melhorar processos logísticos e manter-se forte no mercado.	Com os recursos limitados para o atendimento a grandes redes com grandes contratos, faremos um atendimento progressivo, para evitar um choque na qualidade do serviço prestado.	Fidelizar no mínimo 50% dos clientes em um período em média de 3 anos.
<b>Expertise em apenas um segmento do comércio</b>	Empresas de outros segmentos crescendo. No modelo de atacarejo, por exemplo, segmento que combina o atacado e o varejo, tem ganhado força, mesmo em crises econômicas, segundo o CEO do Grupo Coutinho.	Adaptar-se rapidamente às novas circunstâncias para encontrar nichos de mercado inexplorados. Inovações em produtos e serviços podem se destacar.	Garantir a expertise em bares e restaurantes, em 80% da nossa demanda, e nos 20% restantes, criar departamentos para atendimentos de empresas de outros segmentos, para diminuir impactos econômicos em caso de crise.

#### 1.5.4 Pontos fracos + ameaças = estratégia de defesa

PONTOS FRACOS	AMEAÇAS	ESTRATÉGIA DE DEFESA	OBJETIVO
<b>Pequeno networking de prestadores de serviços</b>	Muitos prestadores de serviços, por motivos diversos, podem não cumprir com a entrega ofertada, prejudicando assim, o trabalho da InsightLab.	Manter uma boa relação com prestadores de serviços, é uma opção indispensável, além de ter sempre uma empresa no “plano B”, garantindo que a logística nunca seja prejudicada.	Estabelecer e manter parcerias sólidas com no mínimo 3 fornecedores de produtos ou serviços em cada setor da empresa.
<b>Recursos limitados</b>	O tamanho do mercado de análise de dados de alto desempenho é estimado em US\$ 97,19 bilhões em 2024, e deverá atingir US\$ 280,69 bilhões até 2029, aponta Mordor Intelligence	Ofertar vantagens de longo prazo em atendimentos continuados, com estratégias de desenvolvimento Beta, fazendo com que nossos clientes tenham uma relação mais forte com nossa empresa.	Ser referência na área de análise de dados em Sorocaba e região até o final de 2029.
<b>Expertise em apenas um segmento do comércio</b>	Crises econômicas, desastres naturais, pandemias, entre outros fatores podem afetar nosso setor. De acordo com a ONU, o crescimento econômico global deve desacelerar de uma estimativa de 2,7% em 2023 para 2,4% em 2024.	Oferecer planos flexíveis, parcelamentos e financiamentos em pacotes, e desenvolver um setor que esteja preparado para trabalhar com clientes de outros ramos, empresas que em determinadas crises, obtém vantagens por serviços de altas demandas.	Manter os clientes, dando a eles a oportunidade de ver nossa empresa com mais valor. Agregar cerca de 20% da nossa capacidade de atendimento em empresas de diferentes setores até 2027.

## 2. Algoritmos e Estrutura de Dados

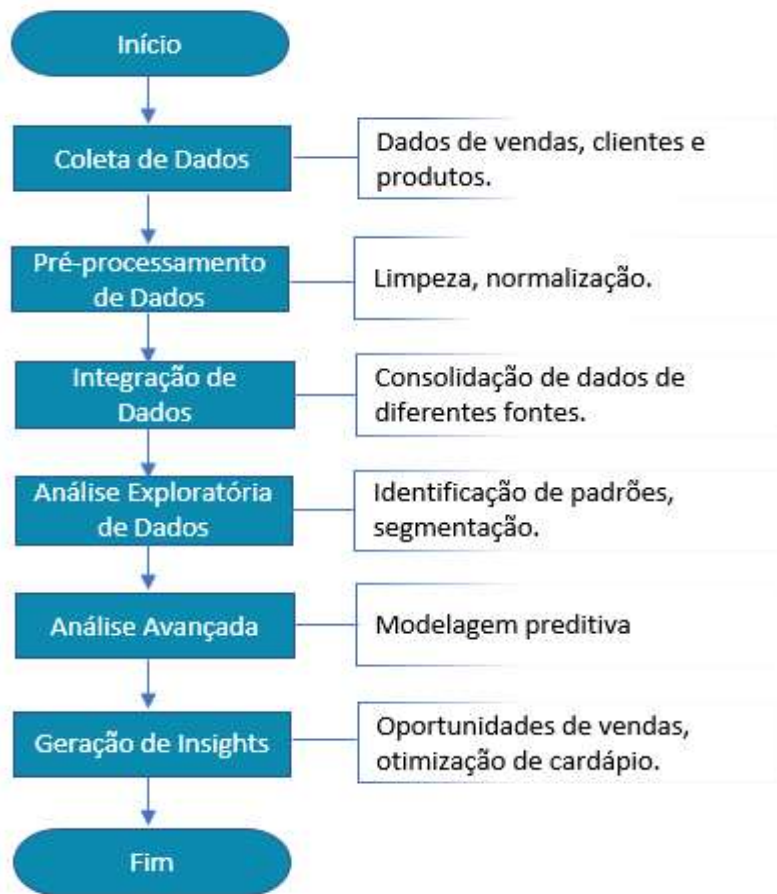


Figura 3 - Fluxograma do processo de análise de dados  
Fonte: De autoria própria

**Coleta de dados:** A coleta de dados é a primeira etapa fundamental, onde são reunidas informações relevantes de diferentes fontes que ajudam a entender o comportamento dos clientes e o desempenho do restaurante.

**Pré-processamento de Dados:** Após coletar os dados, o pré-processamento é essencial para garantir que os dados estejam limpos, consistentes e prontos para análise. Esse processo envolve limpeza e normalização dos dados.

**Integração de Dados:** Essa etapa envolve consolidar dados de diferentes fontes em um formato único e acessível para análise. Muitas vezes, os dados vêm de sistemas distintos (como o POS, CRM, e plataformas de feedback), e é preciso integrá-los para obter uma visão completa.

**Análise Exploratória de Dados:** A análise exploratória de dados (AED) é o processo de explorar os dados em busca de padrões, tendências e insights iniciais, sem um objetivo

específico definido. É aqui que os analistas começam a fazer perguntas sobre os dados e a entender melhor o comportamento dos mesmos.

**Análise Avançada:** A análise avançada vai além da análise exploratória e envolve o uso de técnicas mais complexas para obter previsões e modelos preditivos que possam fornecer insights mais profundos e ajudar nas decisões estratégicas.

**Geração de Insights:** Com base na análise dos dados, o próximo passo é gerar insights acionáveis, ou seja, informações práticas que podem ser usadas para melhorar a estratégia de negócios do restaurante.

Exemplos de Insights:

**Oportunidades de Vendas:** Identificar produtos que têm potencial de venda maior se promovidos adequadamente (exemplo: promover pratos com alta margem de lucro, mas baixo volume de vendas).

**Otimização de Cardápio:** Analisar quais itens do cardápio são mais ou menos rentáveis. Pode ser recomendada a remoção de itens pouco populares ou a reformulação de itens que não trazem boa margem de lucro.

**Melhoria no Atendimento ao Cliente:** Analisar os feedbacks para identificar padrões e sugerir melhorias no atendimento ou na experiência do cliente, como treinamento de equipe ou mudanças no ambiente do restaurante.

**Promoções e Preços:** Identificar quais tipos de promoções ou estratégias de preços têm maior impacto nas vendas, como descontos em dias específicos da semana ou preços diferenciados para combos.

### 3. Matemática aplicada à Ciência da Computação

#### 3.1 Teoria dos Conjuntos

A teoria dos conjuntos pode ajudar a organizar e segmentar os dados dos clientes e operações de bares e restaurantes.

**União:**

- Combinar as preferências de clientes em duas faixas etárias (18-30 anos e 31-50 anos) para entender comportamentos gerais.
- Aplicação prática: Identificar pratos ou bebidas que atendem a todos os segmentos

**Interseção:**

- Determinar quais pratos estão presentes tanto no cardápio mais pedido quanto no mais rentável.

- Priorizar a compra e o estoque dos ingredientes, garantindo disponibilidade e reduzindo desperdícios.

**Conjuntos Complementares:**

- Identificar clientes que frequentam o restaurante apenas em dias de promoção, mas não nos dias regulares.
- Aplicação prática: Planejar estratégias para fidelizar esses clientes.

## **4. Comportamento Organizacional em ambiente disruptivo**

### **4.1 Pilares da Cultura**

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

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

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

### **4.2 Objetivos “qualitativos” da cultura organizacional**

**Inovação:** Criar um ambiente de trabalho estimulando os colaboradores a sempre buscarem inovações.

**Ética:** Estimular o comportamento ético dos colaboradores no conjunto de suas atribuições e relações interpessoais no trabalho.

**Compromisso:** Desenvolver uma cultura organizacional voltada para o engajamento da equipe com foco em resultado do cliente

### **4.3 Estratégias utilizadas para fortalecer os pilares da cultura**

**Inovação:** Incentivar a criatividade e pensamento crítico, abrindo espaço para novas ideias, promovendo sessões de brainstorming semestrais, e recompensando com prêmios e metas de renovação.

**Ética:** Criar e revisar anualmente um código de ética para orientar práticas internas e externas, consolidando o compromisso com integridade e inovação responsável.

**Compromisso:** Promover feedback quinzenal, feedbacks 360 anuais, reconhecer méritos com recompensas monetárias e folgas pré-definidas.

## 5. Análise de dados com Pandas

Análise de dados com Pandas envolve o uso de uma biblioteca Python poderosa para manipulação, limpeza, exploração e visualização de dados estruturados de forma eficiente e intuitiva:

```
# Convertendo a coluna 'Data' para o formato de data
df['Data'] = pd.to_datetime(df['Data'])

# Agrupar os dados por ano e mês e somar o total de vendas
vendas_por_mes = df.groupby(df['Data'].dt.to_period('M')).agg(
    total_vendas=('Total do Pedido', 'sum')
)

# Formatar o índice para exibir como 'jan/24', 'fev/24', etc.
vendas_por_mes.index = vendas_por_mes.index.strftime('%b/%y')

# Gerar o gráfico de linha com marcadores
plt.figure(figsize=(8, 4))
plt.plot(
    vendas_por_mes.index,
    vendas_por_mes['total_vendas'],
    color='#43C3D4',
    marker='o'
)
plt.title('Faturamento por Mês')
plt.xlabel('Mês')
plt.ylabel('Total de Vendas (R$)')
plt.grid(True, which='both', axis='y', linestyle='--', color='gray', alpha=0.2)

# Exibir todos os meses no eixo X
plt.xticks(ticks=range(len(vendas_por_mes.index)), labels=vendas_por_mes.index, rotation=45)
plt.tight_layout() # Ajusta automaticamente o layout
plt.show()
```

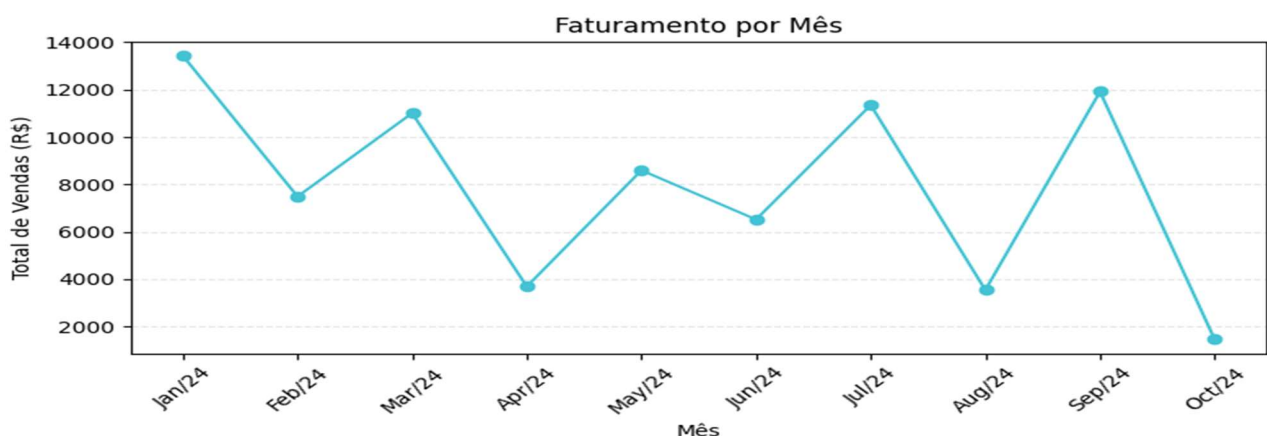


Figura 4 – Faturamento por Mês



```
# 3.Vendas Totais por Categoria de Produto
# Desempenho por Categoria de Produto
vendas_por_categoria = df.groupby('Categoria')['Total do Pedido'].sum()

# Ordenar as vendas por categoria em ordem decrescente
vendas_por_categoria = vendas_por_categoria.sort_values(ascending=False)

plt.figure(figsize=(10, 6))
vendas_por_categoria.plot(kind='bar', color='#43C3D4')
plt.title('Vendas Totais por Categoria de Produto de jan a out/2024')
plt.xlabel('Categoria')
plt.ylabel('Total de Vendas')
plt.xticks(rotation=45)
plt.grid(True, which='both', axis='y', linestyle='--', color='gray', alpha=0.2)
plt.show()
```

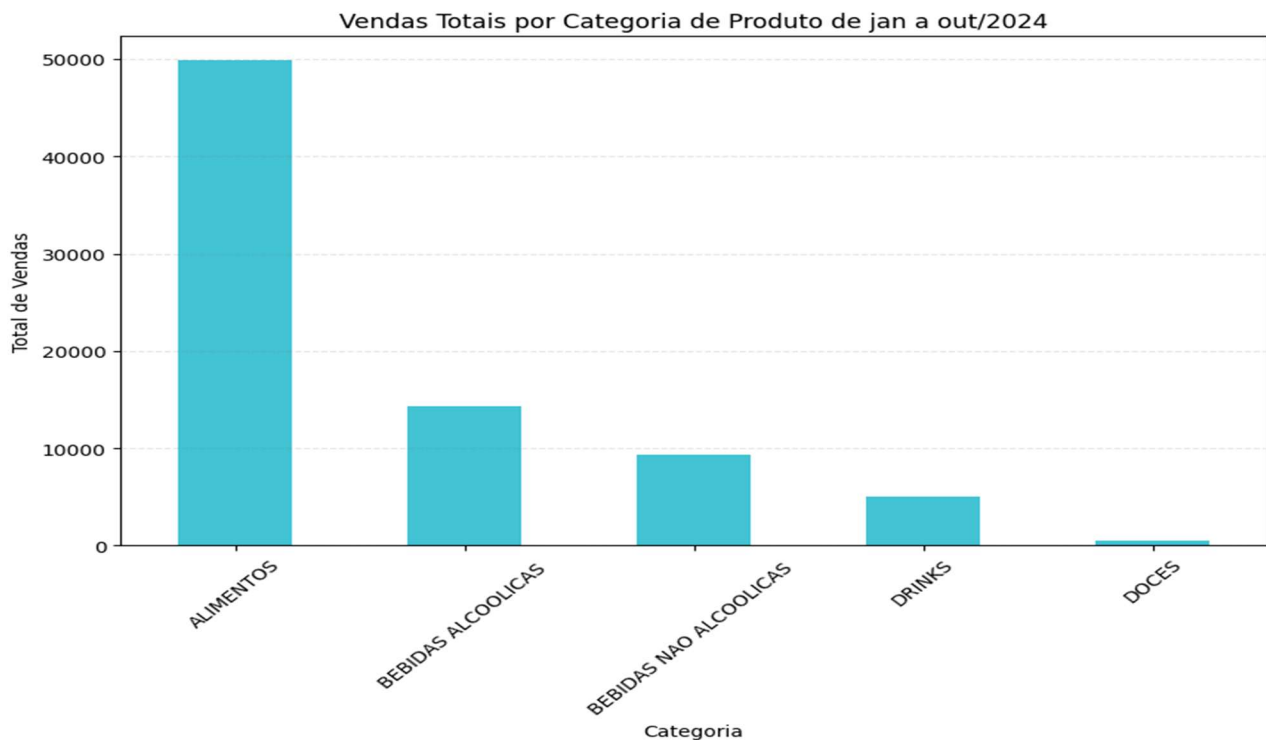


Figura 5 – Vendas totais por categoria de produto



```
# 6. Composição da Forma de Pagamento

formas_pagamento = df['Forma de Pagamento'].value_counts()

plt.figure(figsize=(8, 4))
formas_pagamento.plot(kind='pie', autopct='%1.1f%%', colors=['#1893B7', '#43C3D4', '#95DDE7'])
plt.title('Composição da Forma de Pagamento')
plt.ylabel('')
plt.show()
```

Composição da Forma de Pagamento

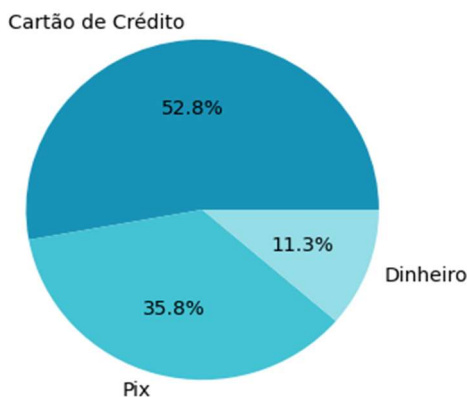


Figura 6 – Composição da forma de pagamento

```
# 6. Tipo de Consumo
tipo_consumo = df['Tipo'].value_counts()

# Configuração do gráfico de rosca
plt.figure(figsize=(8, 4))
plt.pie(
    tipo_consumo,
    labels=tipo_consumo.index,
    autopct='%1.1f%%',
    colors=['#1893B7', '#F7D101', '#95DDE7'],
    wedgeprops={'width': 0.4}, # Define a largura da rosca
    textprops={'fontsize': 14}
)
plt.title('Tipo de Consumo')
plt.show()
```

Tipo de Consumo

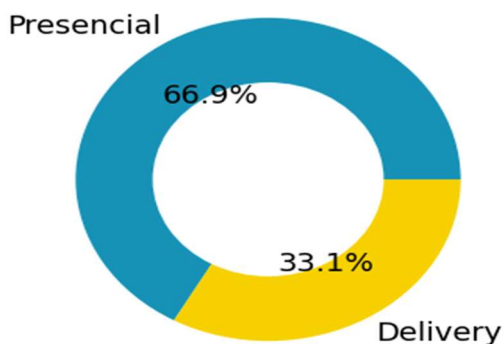


Figura 7 – Tipo de consumo

```
# Agrupar o faturamento por Bairro e Tipo (Presencial e Delivery)
faturamento_por_bairro_tipo = df.groupby(['Bairro', 'Tipo'])['Total do Pedido'].sum().unstack(fill_value=0)

# Ordenar os bairros pelo faturamento total (somando presencial e delivery)
faturamento_por_bairro_tipo['Total'] = faturamento_por_bairro_tipo.sum(axis=1)
faturamento_por_bairro_tipo = faturamento_por_bairro_tipo.sort_values(by='Total', ascending=True).drop(columns='Total')

# Criar o gráfico de barras empilhadas
plt.figure(figsize=(12, 8))
faturamento_por_bairro_tipo.plot(
    kind='barh',
    stacked=True,
    color=['#F7D101', '#1893B7'],
    figsize=(12, 8)
)

# Configurações do gráfico
plt.title('Faturamento por Bairro (Presencial e Delivery) - Jan a Out/2024', fontsize=16)
plt.xlabel('Faturamento Total (R$)', fontsize=12)
plt.ylabel('Bairro', fontsize=10)
plt.legend(title='Tipo de Consumo', loc='lower right', fontsize=10)
plt.grid(True, which='both', axis='x', linestyle='--', color='gray', alpha=0.2)
plt.tight_layout() # Ajustar layout para evitar cortes
plt.show()
```

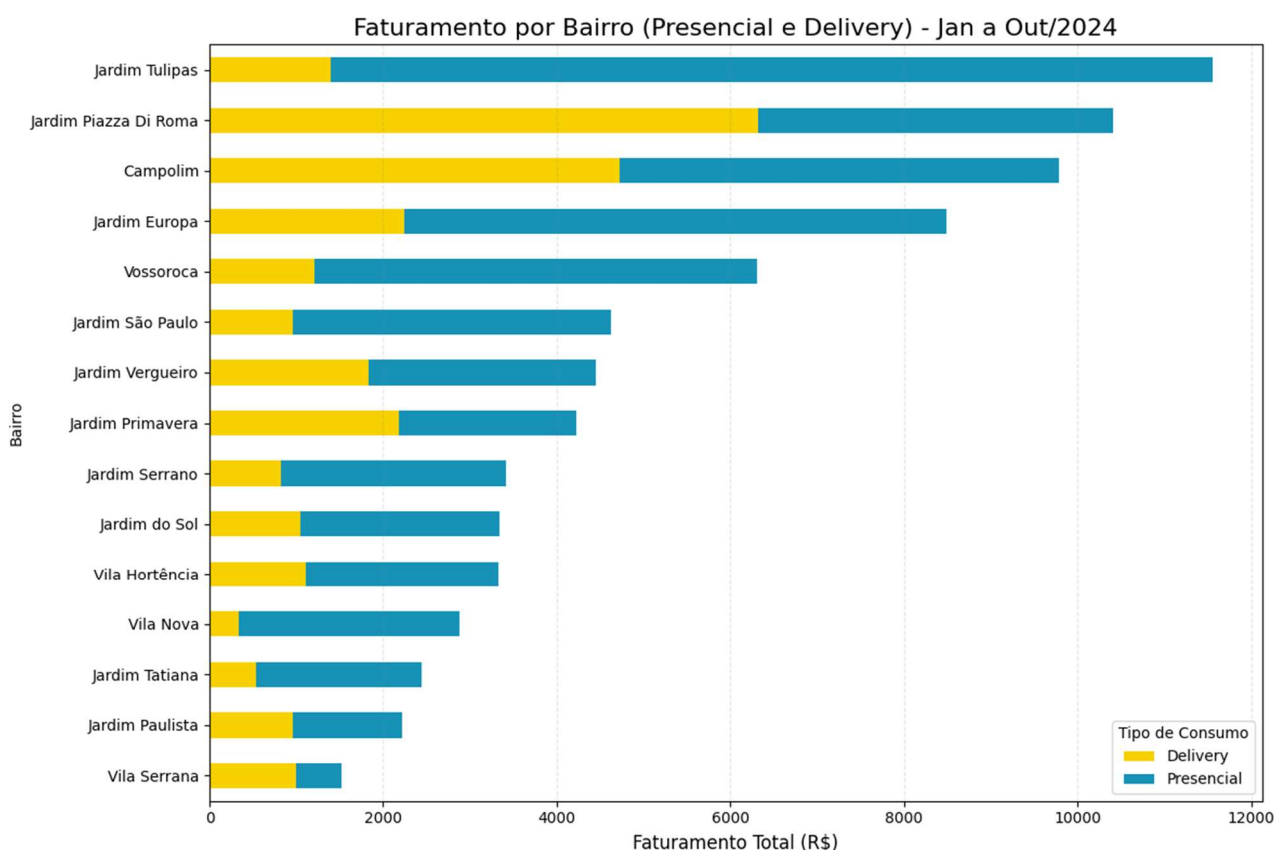


Figura 8 – Faturamento por bairro

## **6. Considerações Finais**

### **6.1 Lições Aprendidas**

**Comunicação é fundamental:** Manter uma comunicação clara e aberta é essencial. Reuniões regulares ajudam a alinhar expectativas, resolver problemas e garantir que todos estejam na mesma página.

**Definir Papéis e Responsabilidades:** Cada membro do grupo deve ter funções bem definidas, baseadas em suas habilidades e interesses. Isso evita conflitos e garante que todos saibam como contribuir de forma eficaz.

**Confiança e Respeito Mútuos:** Trabalhar em grupo exige confiança nas decisões e no trabalho dos outros. Respeitar as opiniões e ideias, mesmo quando diferentes, é crucial para um ambiente colaborativo.

**Celebrar Pequenas Conquistas:** Reconhecer e celebrar as vitórias, por menores que sejam, mantém a motivação e reforça o senso de equipe.

## Referências

ABRASEL. **Setor de bares e restaurantes fatura mais de R\$ 100 bilhões no primeiro trimestre**. 2023. Associação Brasileira de Bares e Restaurantes. Disponível em: <https://abrasel.com.br/noticias/noticias/setor-fatura-mais-de-100-bilhoes/>. Acesso em: 21 set. 2024.

BUYCO. **Mercado de restaurantes: tendências e desafios.** Disponível em: <https://buyco.com.br/mercado-de-restaurantes/>. Acesso em: out. 2024.

GRAND VIEW RESEARCH. **Big Data Market Size, Share & Trends Analysis Report By Component (Software, Hardware), By Deployment, By Application, By End-use, By Region, And Segment Forecasts, 2020 – 2027.** Disponível em: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/big-data-industry>. Acesso em: 28 set. 2024.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento Estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. 33. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

MORDOR INTELLIGENCE. **High Performance Data Analytics Market - Industry Report.** Disponível em: <https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/high-performance-data-analytics-market>. Acesso em: 10 out. 2024.

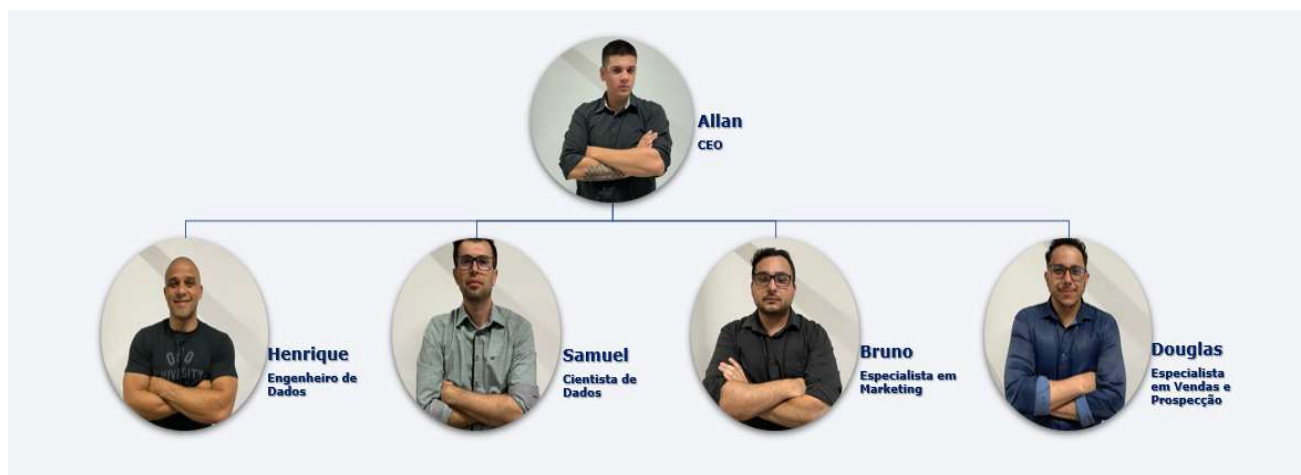
ALURA. **Storytelling com dados: o que é, como fazer e exemplos.** Disponível em: [https://www.alura.com.br/artigos/storytelling-com-dados#:~:text=Em%20resumo%2C%20data%20storytelling%20%28ou%20storytelling%20com%20dados%29,transforma%20informa%C3%A7%C3%B5es%20complexas%20em%20insights%20claros%20e%20a%C3%A7%C3%A3o%20mais%20eficaz%20e%20transparente%20para%20todos%20os%20n%C3%BAveis%20da%20organiza%C3%A7%C3%A3o.&utm\\_source=alura&utm\\_medium=artigo&utm\\_campaign=storytelling-com-dados](https://www.alura.com.br/artigos/storytelling-com-dados#:~:text=Em%20resumo%2C%20data%20storytelling%20%28ou%20storytelling%20com%20dados%29,transforma%20informa%C3%A7%C3%B5es%20complexas%20em%20insights%20claros%20e%20a%C3%A7%C3%A3o%20mais%20eficaz%20e%20transparente%20para%20todos%20os%20n%C3%BAveis%20da%20organiza%C3%A7%C3%A3o.&utm_source=alura&utm_medium=artigo&utm_campaign=storytelling-com-dados). Acesso em: 12 out. 2024.

FORBES. **Revolução: consultorias puxam agenda de transformação no mercado.** Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/12/revolucao-consultorias-puxam-agenda-de-transformacao-no-mercado/>. Acesso em: 12 out. 2024.

PIPEDRIVE. **O que é pipeline de vendas?** Pipedrive Blog, 2024. Disponível em: <https://www.pipedrive.com/pt/blog/pipeline-de-vendas>. Acesso em: 12 out. 2024.

PWC. **Orientação por dados: Grandes decisões na era da inteligência, 2017.** Disponível em: <https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:US:a5776a2e-36a2-46f5-be41-7a0a99db42c6>. Acesso em: 12 out. 2024.

## Apêndice 1 – Organograma Empresarial



**Link GitHub:**

<https://github.com/grupofatecpi/ProjetoIntegrador/tree/main/documentacaoFinal>