**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

Douglas Americo

Henrique Lima

Samuel Paes

Versão: 1.0 – Out/2024

Sumário

**1. Negócios e Organizações....................................................................................................01**

* 1. Definição da Empresa.............................................................................................................02

1.1.1 Missão, Visão e Valores.........................................................................................................02

1.1.1.2 Visão.................................................................................................................................02

1.1.1.3 Valores..............................................................................................................................02

**1.2 Posicionamento da Empresa e Diferencial Competitivo..............................................................02**

**1.3 Análise do Mercado Selecionado e Perfil dos Clientes................................................................03**

**1.3.1 Análise do Mercado...............................................................................................................03**

**1.3.2 Perfil do Cliente.....................................................................................................................03**

1.4 Análise Swot............................................................................................................................04

1.4.1 Pontos fortes + oportunidades externas = estratégias de crescimento......................................04

1.4.2 Pontos fortes + ameaças externas = estratégias de enfrentamento...........................................05

1.4.3 Pontos fracos + oportunidades = estratégias de melhoria........................................................06

1.4.4 Pontos fracos + ameaças = estratégia de defesa......................................................................07

**2. Algoritmos e Estrutura de Dados..........................................................................................**

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

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

Referências..................................................................................................................................09

Apêndice 1 – Organograma Empresarial..........................................................................................10

Link GitHub...................................................................................................................................10

**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 - Logotipo da InsightLab  
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 (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).**

**1.3 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**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PONTOS FORTES** | **OPORTUNIDADES** | **ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO** | **OBJETIVO** |
| **Capacitação para os clientes** | 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. |
| **Vasto conhecimento em I.A.** | 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. |
| **Especialização em bares e restaurantes** | 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. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PONTOS FORTES** | **AMEAÇAS** | **ESTRATÉGIA DE ENFRENTAMENTO** | **OBJETIVO** |
| **Capacitação para os clientes** | Vendas de bares e restaurantes caem 4% em setembro, aponta levantamento. | 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 conseguiriam suprir. |
| **Vasto conhecimento em I.A.** | Segundo pesquisas, 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. | Evitar problemas judiciais, que podem acarretar em grandes prejuízos, ou até mesmo falência da empresa. |
| **Especialização em bares e restaurantes** | 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 em meio a tantas empresas e startups surgindo, consigamos um lugar estável no mercado, fidelizando clientes por pelo menos um ano. |

**1.4.2 Pontos fortes + ameaças externas = estratégias de enfrentamento**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PONTOS FRACOS** | **OPORTUNIDADES** | **ESTRATÉGIA DE MELHORIA** | **OBJETIVO** |
| **Pequeno networking de prestadores de serviços** | Alto índice de crescimento do mercado tecnológico, e uma forte oferta de novos softwares que oferecem melhoria de desempenho em diversos setores. | 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. | Garantir a qualidade do serviço prestado pela InsightLab, mantendo fortes parcerias com pelo menos 3 fornecedores de produtos ou serviços, de cada setor da empresa. |
| **Recursos limitados** | 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. | Ganhar cada vez mais espaço em redes e franquias, garantindo a transparência no atendimento e serviço prestado, tornando no mínimo 50% dos clientes, recorrentes em um período de 3 anos em média. |
| **Expertise em apenas uma linhagem do comércio** | 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. | 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 60% da nossa demanda, e nos 40% restantes, criar departamentos para atendimentos de empresas de outros segmentos, para diminuir impactos econômicos em caso de crise. |

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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PONTOS FRACOS** | **AMEAÇAS** | **ESTRATÉGIA DE DEFESA** | **OBJETIVO** |
| **Pequeno networking de prestadores de serviços** | 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. | Nunca deixar um cliente prejudicado, mesmo que isso acarrete em algum prejuízo temporário, pois é mais viável perder em uma venda, do que o cliente. |
| **Recursos limitados** | 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, gerando fortes concorrentes com tecnologias e ferramentas mais avançadas. | 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. | Acompanhar o crescimento do mercado, e estar entre uma das maiores referências do ramo até 2029. |
| **Expertise em apenas uma linhagem do comércio** | 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 que já consomem nossos serviços, dando a eles a oportunidade de ver nossa empresa com mais valor. E agregar cerca de 40% da nossa capacidade de atendimento em empresas de diferentes setores até 2027, garantindo a estabilidade e evitando a sujeição de apenas um mercado. |

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

**2. Algoritmos e Estrutura de Dados**

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

**4. Comportamento Organizacional em ambiente disruptivo**

**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.

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.

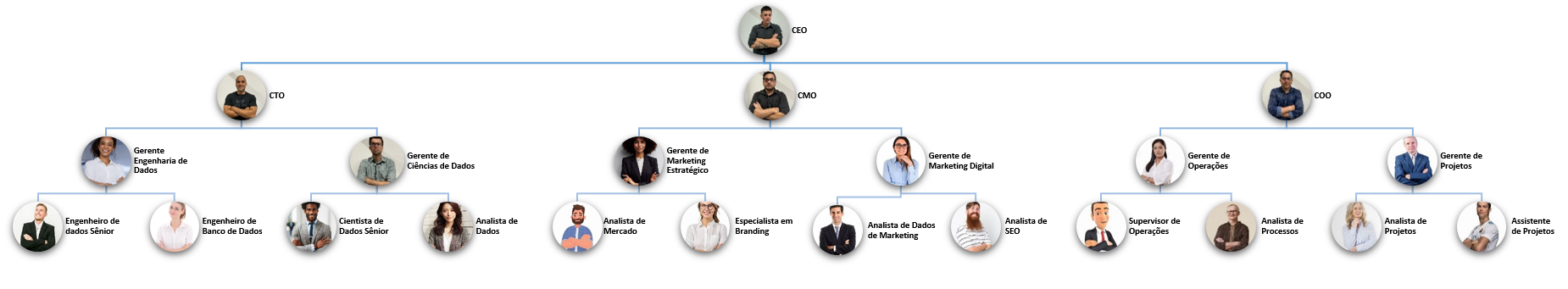
MORDOR INTELLIGENCE. **High Performance Data Analytics Market - Industry Report**. Disponível em: <https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/high-performance-data-analytics-market>. Acesso em: 10 out. 2024.

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%20acion%C3%A1veis>. 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/documentacao**](https://github.com/grupofatecpi/ProjetoIntegrador/tree/main/documentacao)