

FIAP - Faculdade de Informática e Administração Paulista

Pietro Dias Affonso - 550814

Heloísa Santos de Sousa - 550256

Lucas Tambellini Geraldes - 99264

Guilherme Augusto Miranda Saldanha Ignacio - 98776

Leonardo Bueno Paludetto - 551776

Estatística para soluções em TI

Prof.: Ismael de Araújo Silva

Sprint 1

São Paulo - SP
2024

1. Qual o problema da Natura que será resolvido com a sua solução (desenvolva a análise de cenário do problema e procure dados que sustentem a relevância do problema para o contexto da empresa e suas relações com consumidores, clientes, governo, meio ambiente, sociedade - aponte as fontes de informação em caso de pesquisas)

A falta de engajamento e motivação por parte das consultoras nas vendas. Onde muitas delas acabam ficando inativas e encerram a jornada no meio, desperdiçando várias oportunidades.

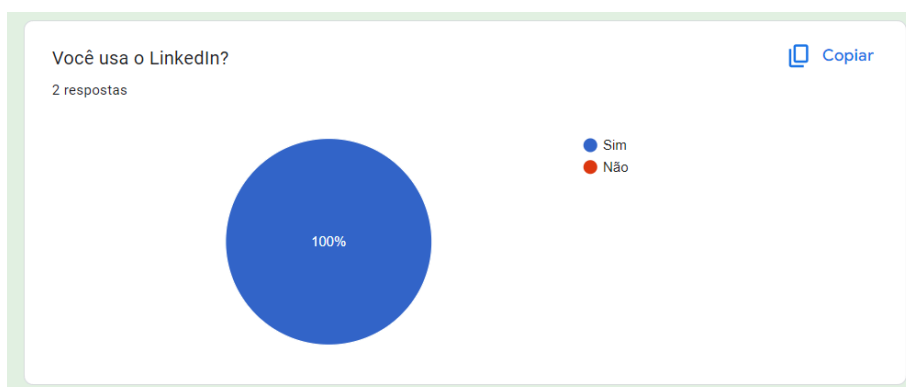
- Natura e digitalização do espaço:

Os fortes investimentos da companhia em digitalização do negócio e nas plataformas de educação financeira, abarcados na pesquisa dentro do pilar Conhecimento, trouxeram resultados positivos: cresceram 7% e 24%, respectivamente, reforçando a importância das iniciativas da marca para o desenvolvimento e capacitação de sua rede.

Matéria encontrada em:

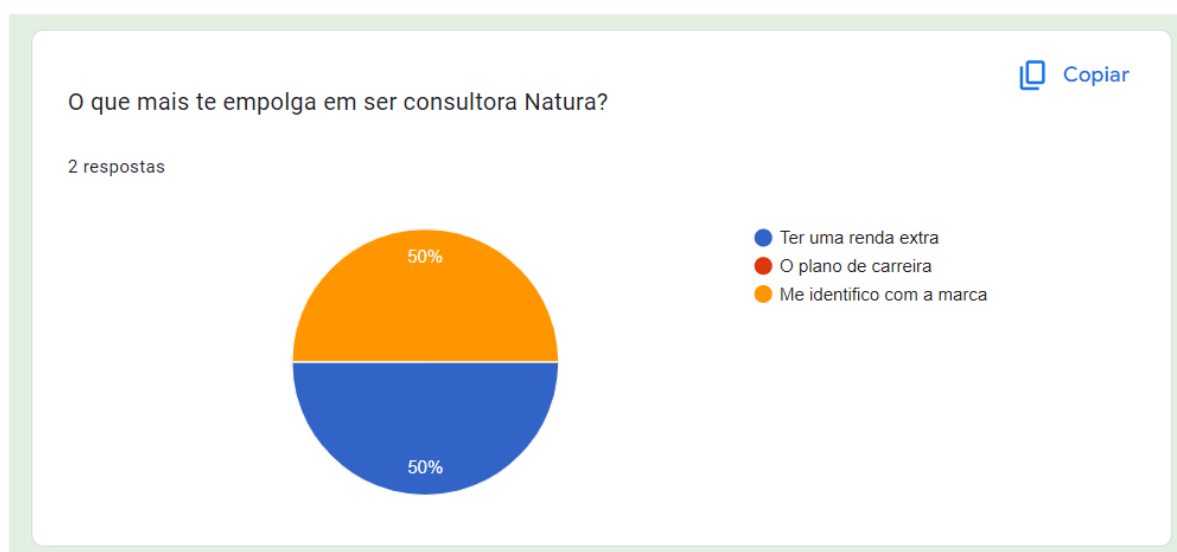
<https://neomundo.org.br/2023/05/18/idh-das-consultoras-de-beleza-natura-sobe-e-atinge-melhor-marca-ja-registrada/#:~:text=De%20acordo%20com%20dados%20do,s%C3%A3o%20pessoas%20negras%2C%20segundo%20autodeclara%C3%A7%C3%A3o>

- Consultoras Natura e a relação com mídias sociais para trabalho



De acordo com a pesquisa realizada pela equipe, foi observado que as consultoras já estão ativas no LinkedIn. No entanto, ao questionarmos sobre o tipo de conteúdo que compartilham nessas plataformas, percebemos que se trata principalmente de assuntos relacionados a outras esferas de suas vidas profissionais. O mesmo padrão se repete no Instagram, onde nenhuma das consultoras indicou possuir um perfil profissional voltado especificamente para sua carreira na Natura.

- Relação com a Natura



Todas as consultoras entrevistadas afirmaram ter uma afinidade com a marca, seja pela oportunidade de renda extra ou pela identificação com os valores da empresa. No entanto, uma pesquisa na internet revelou que muitas delas se sentem isoladas em sua jornada. Elas enfrentam dificuldades em encontrar um meio simples e direto de se comunicar com outras consultoras que não sejam necessariamente suas líderes. Muitas relatam inseguranças em aspectos comerciais e algumas até se endividaram por não conseguirem recusar vendas a crédito. Essas consultoras poderiam se beneficiar enormemente ao encontrar um espaço onde pudessem compartilhar experiências diárias e aprender com outras consultoras mais experientes.

- Venda direta e tecnologia

Um dos princípios fundamentais da Natura é a venda direta, porém, com a crescente digitalização do mundo, essa abordagem pode estar perdendo um pouco de sua força. Apesar dos encontros regulares entre as consultoras, ainda há uma lacuna significativa em termos de espaços de interação. Isso tem levado as consultoras a se sentirem menos conectadas com a marca. Além disso, o comportamento da sociedade mudou consideravelmente, com muitos clientes optando por compras online, muitas vezes sem saber que podem utilizar os códigos das consultoras. Uma ferramenta de engajamento tecnológico poderia reduzir a barreira entre o mundo físico e o digital, promovendo uma integração mais eficaz entre ambos.

2. Qual a solução idealizada (descrição geral das funções que ela entrega e tecnologia que integra - procure inovar)

A criação de uma rede social dentro do próprio aplicativo, visando o compartilhamento e criação de novas formas de engajamento e eficiência nas vendas das consultoras. A falta de engajamento e motivação por parte das consultoras de vendas será resolvido pelo desenvolvimento dessa rede social e com isso terá uma rede de revenda especializada e melhor preparada, uma rede interna de funcionários melhor integrada e desenvolvida.

Funcionalidades do programa:

- Conectar consultoras: Aba para se conectar/seguir outras consultoras
- Mensagens diretas (DM);
- Feed principal com uso de tags para descobrir conteúdos (Conteúdos populares e "seguindo");
- Sistema de gamificação: Pontuação e medalhas são concedidas a cada curso concluído ou venda realizada;
- Novidades da Natura: Destaques das revistas, lançamentos de cursos e mais;
- Posts: Seção dedicada à criação de posts das consultoras "Business Influencers".

3. Qual o público-alvo (que vai usar/consumir a sua solução), no caso, quem será beneficiado pelas melhorias da sua solução

O público alvo da solução apresentada são as consultoras, onde terão mais ferramentas para utilizarem ao seu favor. Assim, melhorando sua experiência e sua satisfação como consultora, com isso ela conseguirá aumentar suas vendas, subindo seus ganhos e consequentemente os ganhos da Natura.

Além das consultoras, a extensão do aplicativo também beneficiará a própria Natura. Uma vez que, as consultoras ficarão mais engajadas e motivadas, o que resultará em mais vendas e maior permanência das consultoras no programa.

4. Avaliação da existência de produtos/soluções similares/concorrentes

Por ser uma integração dentro do aplicativo existente, não há competição direta nesse aspecto. A proposta assemelha-se à rede social LinkedIn, onde profissionais colaboram por meio de postagens, comentários, visando aprendizado mútuo. O diferencial desta solução em relação aos concorrentes é que o programa é exclusivamente dedicado às consultoras, uma vez que estará dentro do próprio aplicativo da Natura.

Descrição de como a disciplina de Engenharia de software será aplicada no desenvolvimento da sua solução.

A Engenharia de Software vai desempenhar um papel crucial no desenvolvimento do projeto. Os conhecimentos adquiridos em sala de aula serão fundamentais para garantir que o projeto seja organizado, eficiente e bem estruturado. Técnicas como levantamento de requisitos, design thinking e git já foram aplicadas desde a concepção da ideia e continuarão a ser utilizadas para auxiliar no desenvolvimento contínuo do projeto.

O Design Thinking pode auxiliar em:

- Empatia com as Consultoras:**

Entender as necessidades e desafios das consultoras da Natura e Avon ao interagir e colaborar umas com as outras. Realizando entrevistas, observações e imersões para capturar insights sobre como a rede social pode melhorar sua experiência e eficácia no trabalho.

- **Definição do problema:**

Identificar os pontos de dor e oportunidades para as consultoras ao se comunicarem e colaborarem. Refinar o objetivo da rede social integrada: melhorar a colaboração, o compartilhamento de conhecimento e o suporte entre as consultoras.

- **Ideação e prototipagem:**

Brainstorming de ideias para recursos e funcionalidades da rede social. Desenvolver protótipos de baixa e alta fidelidade para testar e validar as soluções propostas com as consultoras.

- **Testes e feedbacks:**

Realizar testes de usabilidade e feedback com as consultoras para refinar as soluções propostas. Garantir que a interface e a experiência do usuário sejam intuitivas e adequadas ao contexto das consultoras.

O Levantamento de requisitos auxilia em:

- **Identificação do problema**

Identificar todas as partes interessadas envolvidas, incluindo as consultoras, a equipe de desenvolvimento do aplicativo e os representantes da Natura e Avon.

- **Documentação dos requisitos:**

Análise e documentação dos requisitos em detalhes, incluindo as funcionalidades desejadas, restrições de sistema, requisitos de segurança e integração com o aplicativo existente.

- **Validação e finalização:**

Revisar os requisitos com as partes interessadas para garantir que todas as necessidades sejam capturadas e compreendidas corretamente. Realizar revisões e ajustes conforme necessário para garantir a aceitação e o alinhamento com os objetivos do projeto.