

FIAP

FIAP ONI

# CHALLENGE

1º ANO

ANÁLISE E  
DESENVOLVIMENTO  
DE SISTEMAS



**Kraft***Heinz*

# Referência mundial no setor de alimentos



**Detentores de três grandes marcas que ganharam destaque no mercado em que atuam, marcas cujos produtos criam experiências memoráveis.**



- **Empresa referência mundial no setor de alimentos.**
- **Mais de 200 produtos diferentes disponíveis para compra no Brasil.**
- **Funcionários dedicados em mais de 40 países.**
- **Marcas brasileiras são referências no mercado de condimentos, vegetais e atomatados, estão presentes na maioria dos lares brasileiros, tendo um alto índice de conhecimento e preferência por parte dos consumidores.**
- **Na última década doaram mais de 2 bilhões de refeições para crianças que se encontram em situação de fome.**



**Gestão  
ambiental**



**Abastecimento  
responsável**



**Vida Saudável e Apoio  
Comunitário**

## **Estratégia e metas de governança socioambiental**

Em apoio à nossa visão de crescer de forma sustentável agradando mais consumidores globalmente, estamos comprometidos com práticas responsáveis e sustentáveis que se estendem a todas as facetas do nosso negócio. A estratégia ESG da Kraft Heinz prioriza as questões que mais importam para os *stakeholders*, com foco nas áreas de maior impacto.



## **Gestão ambiental**

**A Kraft Heinz tem o orgulho de anunciar que, em 2025, a maioria de nossa eletricidade adquirida (para todas as instalações em todo o mundo) será de fontes renováveis.**

**Comprometemo-nos a diminuir o uso de água em 20% nas fábricas da Kraft Heinz em áreas de alto risco e em 15% em todas as fábricas até 2025.**

**Comprometemo-nos a diminuir o uso de energia em 15% em todas as instalações fabris da Kraft Heinz até 2025.**

**Comprometemo-nos a reduzir o desperdício em 20% em todas as instalações fabris da Kraft Heinz até 2025.**

**Comprometemo-nos a criar uma garrafa de Ketchup Heinz totalmente circular na Europa até 2022.**

**Nosso objetivo é fazer embalagens 100% recicláveis, reutilizáveis ou compostáveis até 2025.**



## **Abastecimento responsável**

**Comprometemo-nos a fornecer 100% dos tomates do Heinz Ketchup de maneira sustentável até 2025, de acordo com nossas Práticas de Agricultura Sustentável.**

**Comprometemo-nos a adquirir óleo de palma 100% sustentável e de origem rastreável até o moinho até 2022.**

**Nosso objetivo é obter 100% de ovos caipiras (“free-range eggs”) na Europa até 2020.**

**Nosso objetivo é adquirir ovos de galinhas 100% livres de gaiolas (“cage-free eggs”) em todo o mundo até 2025.**

**Comprometemo-nos a atualizar os Princípios de Orientação do Fornecedor e implementar auditorias de diligência de terceiros até 2021.**





## **Vida Saudável e Apoio Comunitário**

**Comprometemo-nos a atingir 85% de conformidade com as metas globais de nutrição da Kraft Heinz até 2025.**

**Comprometemo-nos a reduzir o açúcar total em nossos produtos em mais de 60 milhões de libras em nosso portfólio global até 2025.**

**Comprometemo-nos a reduzir o sódio em 5% adicionais em nosso Barbecue e molhos para salada Kraft na América do Norte até 2025.**

**Comprometemo-nos a melhorar o uso e a transparência de ingredientes mais simples até 2025.**

**Comprometemo-nos a fornecer 1,5 bilhão de refeições às pessoas necessitadas até 2025.**

# Desafio

ESG Kraft Heinz



Criar um sistema para **monitoramento da gestão ambiental** da empresa por linha de produto (utilização de recursos sustentáveis, economia de energia e água, abastecimento responsável e apoio comunitário).

## Critérios de avaliação (50 Pontos):

- 1) **Modelagem de dados** (Modelo Lógico do sistema de monitoramento – MER em pdf).
- 2) **Criação do modelo físico** (Implementação do banco de dados ORACLE – Usar o acesso ao banco de dados da FIAP – entrega do script em arquivo .txt ou .sql ).
- 3) **Diagrama de classes** do sistema de monitoramento (em pdf).
- 4) **Persistência dos dados** (Codificação das classes mapeadas no diagrama e insert na base de dados com o monitoramento das linhas de produtos em relação ao consumo de recursos).
- 5) **Exemplo de três insights** (Analisar os dados apresentados no monitoramento para identificar oportunidades de melhoria na gestão ambiental. Exemplo: Qual linha de produto deve ter uma atenção especial quanto a utilização de recursos não recicláveis?).

# AGENDA

## 1 TDS R, S e T

### Datas – Atividades Remotas

**09/05** – Kick-off Challenge – **20h**.

**24/05 – 19h** – Abertura do Encontro Obrigatório com tema Global.

**02/06** – Entrega do Projeto **até 23h55 na plataforma**.

**Lembrando que este desafio não tem a opção de entrega até 3 dias após a data agendada.**

**Caso não seja entregue, o aluno deverá fazer a substitutiva (individual) deste Challenge.**

#### Entrega do Projeto:

O grupo precisa fazer a entrega de uma pasta com todo o projeto desenvolvido **e um vídeo pitch até 3 minutos** explicando a solução na **plataforma até dia 02/06**.

# AGENDA

## 1TDS R, S e T

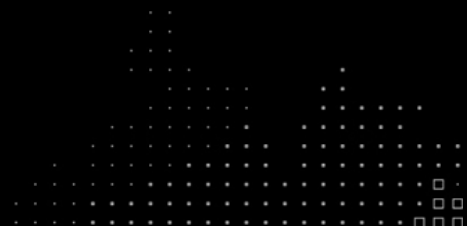
### Datas

**12/06 até 14/06** – Provas substitutivas dos encontros - 1º e 2º encontro (solicitar na plataforma apenas para quem não realizou).

**1º Encontro** – Challenge BRQ.

**2º Encontro** – Challenge Kraft Heinz.

**22/06 – Provas de Exames** (Apenas para alunos que ficarem com a média maior igual a 40 e menor igual a 59 pontos).



FIAP