

SSC622 – Sistemas de Informação
Profa. Simone do Rocio Senger de Souza

Nome da empresa: Monitopper

Camila Stenico dos Santos 8530952

Murilo Bernard Theodoro 8532130

Nathalia Dias dos Santos 9266581

1. Breve descrição da (sua) empresa

A (Moni)Topper nasceu em São Carlos com o objetivo de auxiliar empresas no desenvolvimento de sistemas e novos produtos digitais. Apoiamos sua empresa a entender quais são as principais forças que estão moldando a indústria e o ambiente competitivo no qual ela está inserida; e traçamos uma estratégia digital que aponta transformações necessárias interna e externamente. A Monitopper apoia seus clientes na implantação de todas as iniciativas referentes ao seu processo de transformação digital. Tais iniciativas implicam repensar a estratégia da companhia, a inserção de novas propostas de valor e as mudanças organizacionais necessárias para isso.

2. Cenário do problema

a) Descrição do problema encontrado no desafio

b) Modelagem do Processo de Negócio atual (“as is”)

c) Explicação do Modelo

- a) O problema encontrado no desafio começa na gestão dos dados da empresa. Falta gestão do conhecimento, já que não temos acesso a números e históricos da empresa.

Também não há dados sobre os clientes, derivado da falta de um canal de comunicação, causando incerteza na tomada de decisão a médio e longo prazo sobre o produto oferecido.

Também há uma deficiência em trabalhar com os dados de pedidos existentes, causando problemas na logística com os fornecedores, sendo que a NutriSabor não tem conseguido estimar os produtos a serem comprados nem se há a necessidade de buscar novos fornecedores.

Por último, a empresa não tem conhecimento de mercado para estudar uma possível expansão de seus produtos.

- b) Arquivo *as is.bpmn*. Feito com <https://demo.bpmn.io/new>

- c) Nossa modelagem aborda os 4 principais processos da NutriSabor: Produção de alimentos para serem revendidos, atendimento e entrega de encomendas, compra de novos alimentos dos produtores e o envio da previsão de próximas compras para os produtores.

Colocamos os 4 processos em um arquivo só para facilitar a visualização. Não há muitos detalhes sobre qualquer um dos processos, ficando dependente de mais contato para que os processos sejam melhor modelados.

3. Análise das forças de Porter e alinhamento de TI

a) Descrição de como a empresa usa as forças de Porter para obter vantagem competitiva. No desafio, a empresa está com problemas em relação às forças e precisa da TI para auxiliá-la. Aponte quais das forças estão ameaçadas e como a empresa usa ou pretende usar a TI para alinhar com sua estratégia competitiva (as estratégias são: liderança em custos, foco em nichos de mercado, diferenciação do produto e intimidade com o cliente e/ou fornecedor)

Enquanto no quesito produto substituto a NutriSabor se destaca ao apresentar a comida congelada com uma técnica italiana, substituindo a comida congelada caseira que perde o sabor por uma opção comprada mais saudável do que o encontrado anteriormente, ela tem problemas quanto a fornecedores, que podem não acompanhar a demanda a curto prazo; com a concorrência, estabelecida através de aplicativos de delivery já popularizados e que levam concorrentes tradicionais a um maior público; e tem problemas com os clientes, já que não possuem nenhum canal de comunicação, podendo perder clientes já estabelecidos por não receberem feedback e não conseguirem atingir clientes novos por falta de divulgação e estudo de nicho do mercado.

Quanto a estratégias, é destacado em cada ponto:

- **Liderança em custos:** A empresa identificou que o que aumenta o custo dos alimentos orgânicos está no distribuidor, não no produtor. Por isso, um sistema de apoio que ajude a estimar produtos a serem comprados e facilite a negociação e a comunicação com os fornecedores, pode ajudar a empresa a reduzir custos de produção e vender seus produtos a um preço competitivo no mercado.
- **Foco em nichos de mercado** derivado de ter intimidade, é preciso obter dados e aplicar BI para entender o mercado e suas necessidades. Uma análise mais detalhada e boa apresentação dos dados obtidos com as vendas efetuadas pela empresa, pode ajudar a NutriSabor a identificar em quais nichos de mercado deve focar sua estratégia.
- **Diferenciação do produto:** Com a criação de um app, a empresa pode obter mais dados de seus clientes para entender estratégias de compra e suas necessidades mais a fundo. O aplicativo também pode ser uma ferramenta que possibilita aos clientes, a escolha de um cardápio mais personalizado que atenda a restrições de suas dietas.

- **Intimidade com o cliente e/ou fornecedor** ponto mais crítico. é preciso criar os sistemas, como ERP, apostar nos aplicativos de entrega já consolidados, e obter dados de clientes a partir daí. A partir dos pedidos, é possível mensurar o público alvo, receber feedback. Um sistema colaborativo pode proporcionar contato direto com os clientes e os fornecedores da empresa. Através de chats, pode ser possível fazer comunicações ágeis e diretas. Além disso, um sistema que permita a realização de encomendas pelos clientes e monitoramento de tais encomendas pela empresa, facilitaria os pedidos de alimentos orgânicos aos fornecedores.

4. Descrição da solução

a) Aspectos técnicos da proposta

A Monitopper propõe o desenvolvimento de aplicações sob medida para solucionar os problemas identificados na análise da operação da NutriSabor. Combinando novas aplicações a recursos já oferecidos no mercado oferecemos uma solução que alinha a TI às estratégias competitivas da NutriSabor.

Para o sistema de apoio a delivery será usado o iFood. Através da sua API os pedidos poderão ser integrados a um CRM, fornecendo dados cadastrais de cliente, método de pagamento, itens do pedido, endereço de entrega e feedback dos produtos. Além dos dados obtidos pela API do iFood, o CRM também deve permitir a inserção de dados dos pedidos das lojas parceiras e das vendas realizadas no estabelecimento.

Além disso, como forma de trabalhar uma solução para o problema de fornecimento de alimentos orgânicos, será feito um cadastro de fornecedores e será disponibilizada uma *dashboard*, voltada para *Business Intelligence*, de tal forma a ser um Sistema de Apoio Gerencial (SIG), fornecendo as análises de consumo/mês, previsões de consumo, *insights* sobre fornecedores (para saber se é necessário buscar novas parcerias ou não), relações de consumo e análise de CRM estejam disponíveis em formato de relatórios. Esses relatórios ajudarão na realização dos pedidos de suprimentos aos fornecedores cadastrados e o planejamento dos créditos de semente.

As duas pontas da solução são parte de um fluxo de informações único, contínuo e consistente sob uma API de acesso a um banco de dados único. O acesso ao banco pode ser expandido adicionando-se novos *endpoints*, facilitando a adição de novos sistemas de informação sob demanda.

b) Escopo da solução proposta e viabilidade técnica

A solução deve permitir que os fornecedores sejam cadastrados com informações de contato, produtos que fornece, controle do crédito para a compra de sementes, indicadores de qualidade e histórico de compras. Também deve permitir o cadastro de clientes, registro de histórico de pedidos de cada um e a possibilidade de enviarem feedback sobre os produtos que compraram. Um sistema de apoio permite a realização de pedidos, armazenamento das informações destes pedidos (data,

ingredientes etc) e o gerenciamento do forma que serão entregues: no estabelecimento, em lojas parceiras ou pelo delivery.

c) Modelagem do Processo de Negócio melhorado (“to be”)

Arquivo *to be.bpmn*. Feito com <https://demo.bpmn.io/new>

5. Parâmetros da solução

a) Custo de aquisição

Nós estimamos um custo de R\$40.000 (quarenta mil reais) para nossa equipe de desenvolvimento implementar o sistema. A nutrisabor tem total de liberdade para procurar outras empresas de desenvolvimento para cotar seus serviços, nossa proposta de solução estará disponível e nós oferecemos suporte à empresa que for implementar o sistema como parte do custo da consultoria.

b) Tempo de implantação

Usando um modelo de desenvolvimento de software evolutivo com metodologia Scrum, é possível fazer a implantação do sistema por partes através de múltiplos módulos. Com isso, é possível paralelizar o tempo usado com treinamento dos funcionários com o tempo de desenvolvimento. Contando também um tempo para levantamento de requisitos e testes, estimamos um período de 3 a 4 meses.

c) Pessoal/Treinamento

Como o software é feito sob demanda, um treinamento se fará necessário para que os usuários possam usar corretamente o software. Dito isso, como o sistema será entregue em partes, o treinamento será dedicado a cada módulo e o tempo de adaptação se dará enquanto o próximo módulo é desenvolvido.

d) Infraestrutura necessária

Nossa proposta consiste em um sistema baseado na nuvem, portanto a única infraestrutura necessária para a empresa são computadores para que seus funcionários tenham acesso ao sistema. Toda e qualquer outra infraestrutura será arrendada e seu custo está incluso no custo operacional.

e) Custo operacional

Da parte dos nossos serviços, oferecemos 2 anos de garantia contra falhas no software. Caso a empresa deseje adicionar novas funcionalidades após a conclusão do projeto, há uma taxa cobrada por funcionalidade estimada de acordo com a complexidade da funcionalidade pedida. Por parte de serviços Web, como banco de dados, servidor e etc, . Além disso, há o custo do iFood, que consiste em uma mensalidade de R\$100,00 mais uma taxa de 12% de cada pedido (15.5% para pagamento pelo app).

6. Impacto Organizacional e Social da Solução

Os sistemas propostos podem trazer um alto impacto na organização, com uma melhor organização dos pedidos e a gestão do conhecimento, pode ser possível economizar na compra de insumos para as marmitas, com maior poder de negociação frente aos produtores e melhor planejamento de quantidades, evitando desperdícios e sobras. Além disso, automatizar diversos processos da empresa, permite que seja realizadas mais vendas, sem que haja a necessidade de muitas novas contratações.

Levando em consideração as informações que serão extraídas a partir dos dados armazenados com os pedidos, também será possível analisar a viabilidade de expansão dos negócios e diversificação dos produtos dos produtos da NutriSabor, o que pode revolucionar a operação da empresa e trazer o foco do negócio para segmentos mais lucrativos do mercado.

A possibilidade do cliente, de personalizar seus pedidos e de realizá-los através da internet e recebendo por delivery, agregaria maior valor ao produto, tornando-o mais atrativo. Com a possibilidade de obter comida congelada, prática e saudável a pouco toques de distância, a solução proposto pode levar comida de qualidade para uma maior parcela de clientes, impactando na saúde e qualidade de vida de mais pessoas. A solução também beneficia os pequenos produtores de comida orgânica, que podem expandir suas produções de acordo com a expansão do negócio, bem como, ter um controle melhor da demanda a que devem atender.