



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

PROJETO INTEGRADO

Análise do comércio eletrônico no mercado brasileiro

Análise de Business Intelligence

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

AGOSTO, 2022

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

PROJETO INTEGRADO

Análise do comércio eletrônico no mercado brasileiro

Análise de Business Intelligence

MÓDULO: INTERFACE HUMANO COMPUTADOR

INTERFACE HUMANO-COMPUTADOR- PROF. MSC. RODRIGO
MARUDI

PROBABILIDADE DE ESTATÍSTICA - PROF. ESP. CARLOS
COLLOZZO

ESTUDANTES:

CARLOS EDUARDO MARTINEZ TAKA, RA 1012022200582
RAFAELA MEDEIROS DE OLIVEIRA, RA 1012022200534
BENEDITA APARECIDA DE SOUZA CARAÇA, RA 1012022200315
RODRIGO JOSÉ SOARES DA SILVA, RA 1012022200351
FERNANDO APARECIDO DOS SANTOS PEREIRA, RA 1012022200318

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

SETEMBRO, 2022

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DO TEMA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 INTERFACE HUMANO-COMPUTADOR	5
3.2 PROBABILIDADE DE ESTATÍSTICA	5
4. CERTIFICAÇÃO DO PI E COMPETÊNCIAS	6
5. CONCLUSÃO	7
6. REFERÊNCIAS	9
7. ANEXOS	10

1. INTRODUÇÃO

Durante a pandemia, que teve seu início em 2019, diversos setores tiveram um declínio em suas economias por conta das ações tomadas para que contivesse o alastramento do vírus, fazendo com que empresas e comércios locais fechassem suas portas, obtendo prejuízos.

Com isso, o comércio eletrônico foi crescendo durante o período de isolamento, já que era a saída para que os consumidores pudessem voltar a fazer suas compras e também pelo fato de que muitos preferiam o uso da internet a sair de casa.

O e-commerce está com certeza para lidar com a crise, pois viu-se que é um comércio que está se renovando cada vez mais com novos comportamentos de consumo e garantindo uma confiança maior para seus consumidores. A expectativa é que esse crescimento seja contínuo, já que ele está inserido em várias indústrias como: de alimentos, farmacêutica, imóveis, veículos, publicidades e dentre outras. Dados estatísticos demonstram o aumento do uso das plataformas digitais, visto que o crescimento se reflete por conta da pandemia.

2. DESCRIÇÃO DO TEMA

A proposta deste trabalho é analisar os dados e as mudanças que o e-commerce teve no Brasil após o período de pandemia, demonstrando a forma em que houve um impacto nas empresas e comércios brasileiros.

A pandemia acelerou o futuro da implantação massiva do comércio digital, gerando um crescimento acima da média de novos usuários do e-commerce no Brasil, além de impor aos empreendedores a necessidade de se reinventar, desenvolver estratégias de marketing digital e adequar seus negócios ao novo contexto de consumo. A estratégia manteve-se vantajosa, com forte tendência de manutenção destas técnicas de venda no período pós-pandemia.

Com isso, será esclarecido as informações por meio levantamento de dados, que foram obtidos pelo Relatório - Setores do E-commerce no Brasil, que são divulgados mensalmente pela Conversion, agência de SEO (Search Engine Optimization).

3. PROJETO INTEGRADO

Nesta etapa, são apresentados os conteúdos específicos de cada unidade de estudo e como são aplicados no respectivo estudo de caso.

3.1 INTERFACE HUMANO-COMPUTADOR

Para essa unidade , usamos os conhecimentos obtidos nos seguintes assuntos:

- Interface humano-máquina, pelo qual é feito a interação entre o uso dos dados que foram obtidos por meio de relatórios encontrados na internet;
- Gerenciamento dos recursos de dados: identificado o tipo de banco de dado utilizado;
- Características do BI: tendo em vista a visualização de dados e tomar a decisão de ferramentas/estruturas de dados para melhor demonstrar os valores

Além dos breves conhecimentos também adquiridos em conceitos básicos de informática e sistemas de informação, pois os mesmos auxiliou com o uso de dados e pesquisas.

3.2 PROBABILIDADE DE ESTATÍSTICA

Para essa unidade , usamos os conhecimentos obtidos nos seguintes assuntos:

- O que é estatística? no qual tivemos o conhecimento sobre estatística e como seus dados poderiam ser utilizados;
- Organização de dados, para melhor visualização dos dados para que ficasse coerentes com as informações obtidas e melhor entendimento do leitor sobre o assunto;
- Amostragem: o mais importante, pois o mesmo foi utilizado para que o assunto em si tivesse as propriedades e informações para a conclusão

da hipótese estabelecida no início e obtendo coerência com os resultados.

Também foram utilizados os breves conhecimentos dos outros assuntos da matéria, pelo qual foram indispensáveis também para que o uso de dados fossem utilizados de forma correta e analítica.

4. CERTIFICAÇÃO DO PI E COMPETÊNCIAS

O estudante deve estar apto a trabalhar com estatística voltada a sistemas de informação.

Como competências:

- Identificar o papel dos sistemas no gerenciamento de recursos de dados de uma organização;
- Reconhecer o papel de estratégias e planos organizacionais.
- Descrever os tipos de inteligência nos negócios;
- Identificar a relação entre estratégia organizacional e inteligência nos negócios;
- Descrever a correlação entre estatística e ciência de dados;
- Analisar os conceitos de variáveis e distribuição de frequência;
- Desenvolver competências técnicas e atitudinais que estejam compatíveis com as necessidades do mercado;
- Descrever o processo de geração de visualização de dados ;
- Empregar técnicas de visualização de dados compatíveis com a análise esperada. Diferenciar práticas de visualização e análise de dados para a inteligência nos negócios;
- Conhecimento em tecnologia da informação para integrar/apresentar o estudo desenvolvido.

5. CONCLUSÃO

O objetivo do trabalho integrado foi levar conhecimento de dados reais do mercado e a capacidade para analisá-las com os conhecimentos técnicos obtidos durante as aulas e com as ferramentas licenciadas pela instituição para encontrar respostas analíticas e tomadas de decisões nos resultados apresentados.

Na pandemia muitas pessoas tiveram suas ações do dia a dia limitadas e por isso tiveram que se reinventar. Isso trouxe em nossas vidas um segmento já existente no mercado, o comércio eletrônico, e quem não estava inserido nesse contexto digital, teve que se adequar a esse novo formato de compras e então a sociedade se permitiu a um novo estilo de compras e vendas.

Para concluir o trabalho, nos baseamos nas aulas de Interface Humano-Computador (Professor Rodrigo Marudi), usando conceitos e ferramentas como o Google Sites e Data Studio e de Probabilidade de Estatística (Professor Carlos), usando na prática gráficos e tabelas e também mostrando médias dos números e valores comparados.

Como todo início de projeto para equipes que atuam pela primeira vez, o alinhamento inicialmente se deu com as seguintes características:

- Atividades com base no conhecimento do colaborador;
- Disponibilidade diária ou somente nos fins de semana;
- Conhecimento em pesquisa pela web de sites confiáveis;
- Conhecimento em tecnologia da plataforma Google.

Após constantes comunicações de alinhamento, sincronização das atividades e transparência de opinião, o resultado se encontra adequado à solicitação feita pela equipe docente da Unifeob.

6. REFERÊNCIAS

Essa parte está reservada para as referências, as quais devem estar metodologicamente discriminadas em ordem alfabética e corresponder às citações realizadas ao longo dos textos.

As referências correspondem às citações feitas ao longo dos textos, recomendamos assistir ao vídeo: MANUAL DE TRABALHOS ACADÊMICOS, disponível no AVA em “Fala do Coordenador”.

A utilização da metodologia científica é obrigatória e deve ser utilizado o Manual UNIFEOB para Trabalhos Acadêmicos ou as Normas da ABNT.

7. ANEXOS

[Site do Projeto](#)

[Planilha com Dados](#)

[Vídeo de Apresentação](#)