

PROJETO INTEGRADOR

PROGRAMA INCLUSÃO TECH

Uma parceria



Grupo 04



**Ana Paula Chaves
dos Santos**
Team



**Daniele Cristine
Endo Peres**
Team



**Jeferson Luiz
Moura Pereira**
Scrum Master



**Jorge Antonio
Silva Ramos de
Vasconcellos Jr**
Product Owner

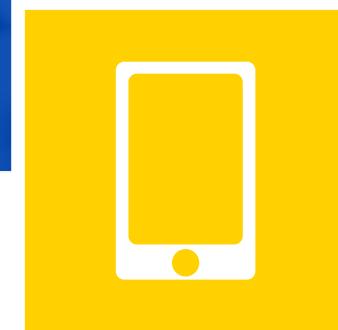


**Lilian Oliveira
Roberto**
Team

Objetivo DO PROJETO

01 Mundo conectado e digital

- Importância da inovação e ideias geniais para o sucesso empresarial.



02 Oferta de aplicativos com descontos e vantagens

- Crescimento da frota de veículos utilizando esses serviços.

03 Otimização da experiência dos usuários

- Compreensão das necessidades, expectativas e frustrações dos consumidores.
- Coleta e análise de dados relevantes.

04 Análise de dados abrangente

- Pesquisa combinando questões quantitativas e qualitativas.
- Coleta de dados sobre hábitos de consumo, preferências, necessidades e opiniões dos usuários.

05 Transformação de dados em informações

- Utilização de planilhas eletrônicas, como o Excel.
- Análise e visualização de tendências e padrões.
- Identificação de oportunidades de melhoria e desenvolvimento de estratégias.

Objetivo DO PROJETO



06 Solução de Business Intelligence (BI)

- Implementação de um Dashboard intuitivo.
- Visualização clara e acessível dos dados.
- Criação de perfis detalhados dos consumidores.

07 Metodologias Ágeis: Scrum e Kanban

- Implementação de um plano de pesquisa.
- Abordagem flexível e iterativa.
- Estabelecimento de tarefas, prazos e recursos necessários.

08 Condução eficiente da pesquisa

- Possibilidade de embasar decisões estratégicas.
- Impulsionar o sucesso da frota e do aplicativo.

09 Conclusão

- Recapitulação dos benefícios da pesquisa e análise de dados.
- Importância de uma abordagem estruturada e flexível para o sucesso empresarial.

Tecnologias Utilizadas



Sobre o Projeto

Da construção do desafio à distribuição de tarefas

Ana Paula

Protótipo no Figma



2	1	-	2	-	3	-	4	-	5	-	6	-	7	-
3	Agatha Azevedo	18 a 29 anos	Feminino		Não	Belo Horizonte	Sim	Sim	Pela qualidade					
4	Agatha Barros	18 a 29 anos	Feminino		Não	Porto Alegre	Sim	Não	Pelo valor do i					
5	Agatha Costa	30 a 59 anos	Feminino		Não	Fortaleza	Não	Sim	Pela reputação					
6	Agatha Costela	18 a 29 anos	Feminino		Não	São Paulo	Sim	Sim	Pelo valor do i					
7	Agatha da Conceição	60 a 69 anos	Feminino		Não	Belém	Sim	Sim	Pela qualida					
8	Agatha da Paz	18 a 29 anos	Outro		Não	São Paulo	Sim	Sim	Pela localizaç					
9	Agatha Dias	18 a 29 anos	Feminino		Não	São Paulo	Sim	Sim	Pela qualida					
10	Agatha Fernandes	18 a 29 anos	Feminino		Não	Salvador	Sim	Não	Pelas promog					
11	Agatha Ferreira	30 a 59 anos	Feminino		Não	Belém	Sim	Sim	Pela localizaç					
12	Agatha Fogaca	18 a 29 anos	Feminino		Não	Belo Horizonte	Sim	Sim	Pela qualida					
13	Agatha Moura	18 a 29 anos	Feminino		Não	Rio de Janeiro	Não	Sim	Pela localizaç					
14	Agatha Nunes	18 a 29 anos	Feminino		Não	Fortaleza	Sim	Sim	Pela localizaç					
15	Agatha Oliveira	30 a 59 anos	Feminino		Não	Porto Alegre	Sim	Sim	Pelo valor do i					
16	Agatha Santos	18 a 29 anos	Feminino		Não	Porto Alegre	Sim	Sim	Pelo valor do i					
17	Alana Almeida	30 a 59 anos	Feminino		Não	Porto Alegre	Sim	Sim	Pelas promog					
18	Alana Carvalho	30 a 59 anos	Feminino		Não	Curitiba	Sim	Sim	Pela localizaç					
19	Alana da Costa	30 a 59 anos	Feminino		Não	Rio de Janeiro	Sim	Sim	Pelas promog					
20	Alana da Luz	30 a 59 anos	Feminino		Não	Porto Alegre	Sim	Sim	Pelo valor do i					
21	Alana da Rosa	18 a 29 anos	Feminino		Não	Florianópolis	Sim	Sim	Pela reputaç					
22	Alana das Neves	30 a 59 anos	Feminino		Não	Curitiba	Sim	Sim	Pelas promog					
23	Alana Dias	30 a 59 anos	Feminino		Não	Curitiba	Sim	Sim	Pela qualida					
24	Alana Freitas	18 a 29 anos	Feminino		Sim	São Paulo	Sim	Sim	Pela qualida					
25	Alana Jesus	30 a 59 anos	Feminino		Não	São Paulo	Não	Sim	Pelo valor do i					
26	Alana Lima	30 a 59 anos	Feminino		Não	Fortaleza	Sim	Sim	Pela reputaç					
27	Alana Lima	30 a 59 anos	Feminino		Não	Fortaleza	Sim	Sim	Pela qualida					
28	Alana Martins	30 a 59 anos	Prefiro não responder		Não	São Paulo	Sim	Sim	Pelo valor do i					
29	Alana Moraes	18 a 29 anos	Feminino		Não	Porto Alegre	Sim	Sim	Pelo valor do i					
30	Alana Moraes	30 a 59 anos	Feminino		Sim	São Paulo	Sim	Sim	Pela qualida					

Daniele

Formulação de perguntas

Survey on-line

Banco de dados no Excel

GitHub

Design da apresentação

Jeferson

Pesquisa prévia

Formulação de perguntas

Seleção de perguntas

Dashboard no Power BI

13) Você é cliente do posto Ipiranga?

- Sim
- Não

14) Caso você seja cliente do posto Ipiranga, você faz uso do programa de fidelidades KM de vantagens?

- Sim
- Não
- Não sou cliente

15) Você já deixou de utilizar um aplicativo de posto de gasolina por causa de problemas técnicos ou de usabilidade?

- Sim, muitas vezes
- Sim, algumas vezes
- Uma vez ou outra
- Raramente
- Nunca

16) O que mais o motiva a utilizar aplicativos de postos de gasolina?

- Outros descontos exclusivos
- Receber ofertas personalizadas
- Facilidade e conveniência de pagamento pelo app
- Acesso a informações em tempo real sobre preços e disponibilidade de combustível
- Possibilidade de acumular pontos ou milhas para trocar por benefícios

17) Com que frequência você utiliza apps de postos de gasolina?

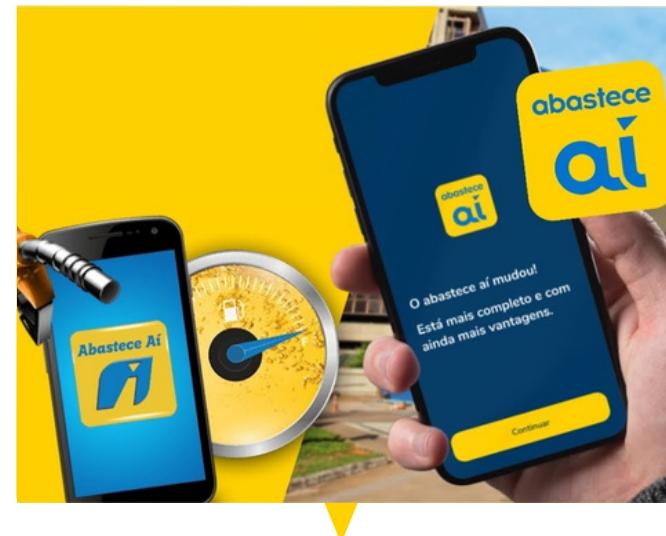
- Todos os dias
- Algumas vezes por semana
- Algumas vezes por mês
- Raramente ou nunca

Sobre o Projeto

Da construção do desafio à distribuição de tarefas

Jorge

Montagem do Kanban
Pesquisa prévia
Formulação de perguntas
Seleção de perguntas
DashBoard no Power BI



Lilian

Formulação de perguntas
Seleção de perguntas
Protótipo no Proto IO
Textos da apresentação



Apresentação Protótipo



Desafios



Uso do ChatGPT

Foi utilizado o ChatGPT para produzir os dados referentes às cidades. No entanto, a IA gerava apenas nomes de capitais (com exceção de Campinas), sendo limitada a 123 linhas por iteração e não tendo resultados proporcionalmente correspondentes à realidade.

Para melhor representatividade da realidade, seria mais indicado usar dados de pesquisas reais sobre usuários de carros ou de postos de combustíveis no país.



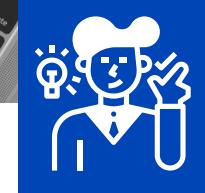
Criação do Banco de Dados

O banco de dados foi gerado a partir de engenharia reversa, com base em resultados de pesquisas reais. A relação de respostas entre perguntas casadas, para que fizessem sentido juntas, foi um desafio.

Com mais tempo hábil para ter um número significativo de participantes, o ideal seria que o questionário fosse divulgado on-line para respondentes reais.



Pontos de Assertividade



01

A utilização das cores do projeto, alinhadas com a identidade visual da empresa Ipiranga, gera uma conexão visual imediata com a marca, estabelecendo uma associação imediata na mente dos usuários e transmitindo uma mensagem de confiança e familiaridade. Essa abordagem estratégica de design contribui para fortalecer a imagem da marca Ipiranga no projeto.

02

A pesquisa foi realizada de maneira estratégica com base em resultados de pesquisas reais, buscando alcançar o maior número possível de participantes dentro do curto prazo disponível que tínhamos. Essa abordagem ágil e focada na otimização dos recursos possibilitou obter uma amostra representativa e diversificada, proporcionando insights valiosos para embasar as decisões do projeto, além de desempenhar um papel fundamental na montagem do Dashboard, favorecendo os elementos necessários para a sua construção e efetividade.

Banco de Dados

Microsoft Excel - base_de_dados

TABELA COM FILTROS

Retornar à página principal

OK Cancelar

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	1	2	3	4	5	6	7	8	9
2	Agat	↓	Feminino	Não	Belo Horizonte	Sim	Sim	Pela qualidade do combustível	Variedade de serviços adicionais (lavagem de carro, venda de utensílios para veículo, calibragem c
3	Agat	↓	Feminino	Não	Porto Alegre	Sim	Não	Pelo valor do combustível	Programas de fidelidade ou recompensas
4	Agat	↓	Feminino	Não	Fortaleza	Não	Sim	Pela reputação do posto de gasolina	Programas de fidelidade ou recompensas
5	Agat	↓	Feminino	Não	São Paulo	Sim	Sim	Pelo valor do combustível	Ambiente limpo e agradável
6	Agat	↓	Feminino	Não	Belém	Sim	Sim	Pela qualidade do combustível	Horário de funcionamento
7	Agat	↓	Outro	Não	São Paulo	Sim	Sim	Pela localização conveniente	Ambiente limpo e agradável
8	Agat	↓	Feminino	Não	São Paulo	Sim	Sim	Pela qualidade do combustível	Programas de fidelidade ou recompensas
9	Agat	↓	Feminino	Não	Salvador	Sim	Não	Pelas promoções e descontos oferecidos	Programas de fidelidade ou recompensas
10	Agat	↓	Feminino	Não	Belém	Sim	Sim	Pela localização conveniente	Programas de fidelidade ou recompensas
11	Agat	↓	Feminino	Não	Belo Horizonte	Sim	Sim	Pela qualidade do combustível	Outro
12	Agat	↓	Feminino	Não	Rio de Janeiro	Não	Sim	Pela localização conveniente	Ambiente limpo e agradável
13	Agat	↓	Feminino	Não	Fortaleza	Sim	Sim	Pela localização conveniente	Horário de funcionamento
14	Agat	↓	Feminino	Não	Porto Alegre	Sim	Sim	Pelo valor do combustível	Variedade de serviços adicionais (lavagem de carro, venda de utensílios para veículo, calibragem c
15	Agat	↓	Feminino	Não	Porto Alegre	Sim	Sim	Pelo valor do combustível	Variedade de serviços adicionais (lavagem de carro, venda de utensílios para veículo, calibragem c
16	Agat	↓	Feminino	Não	Porto Alegre	Sim	Sim	Pelas promoções e descontos oferecidos	Programas de fidelidade ou recompensas
17	Alana	↓	Feminino	Não	Curitiba	Sim	Sim	Pela localização conveniente	Horário de funcionamento
18	Alana	↓	Feminino	Não	Rio de Janeiro	Sim	Sim	Pelas promoções e descontos oferecidos	Programas de fidelidade ou recompensas
19	Alana	↓	Feminino	Não	Porto Alegre	Sim	Sim	Pelo valor do combustível	Programas de fidelidade ou recompensas
20	Alana	↓	Feminino	Não	Florianópolis	Sim	Sim	Pela reputação do posto de gasolina	Ambiente limpo e agradável
21	Alana da Rosa	18 a 29 anos	Feminino	Não	Curitiba	Sim	Sim	Pela qualidade do combustível	Variedade de serviços adicionais (lavagem de carro, venda de utensílios para veículo, calibragem c
22	Alana das Neves	30 a 59 anos	Feminino	Não	Curitiba	Sim	Sim	Pelas promoções e descontos oferecidos	Programas de fidelidade ou recompensas
23	Alana Dias	30 a 59 anos	Feminino	Não	Curitiba	Sim	Sim	Pela reputação do posto de gasolina	Programas de fidelidade ou recompensas
24	Alana Freitas	18 a 29 anos	Feminino	Sim	São Paulo	Sim	Sim	Pela qualidade do combustível	Lojas de conveniência
25	Alana Jesus	30 a 59 anos	Feminino	Não	São Paulo	Não	Sim	Pelo valor do combustível	Variedade de serviços adicionais (lavagem de carro, venda de utensílios para veículo, calibragem c
26	Alana Lima	30 a 59 anos	Feminino	Não	Fortaleza	Sim	Sim	Pela reputação do posto de gasolina	Horário de funcionamento
27	Alana Lima	30 a 59 anos	Feminino	Não	Fortaleza	Sim	Sim	Pela qualidade do combustível	Lojas de conveniência
28	Alana Martins	30 a 59 anos	Prefiro não responder	Não	São Paulo	Sim	Sim	Pelo valor do combustível	Horário de funcionamento
29	Alana Moraes	18 a 29 anos	Feminino	Não	Porto Alegre	Sim	Sim	Pelo valor do combustível	Lojas de conveniência
30	Alana Moraes	30 a 59 anos	Feminino	Sim	São Paulo	Sim	Sim	Pela qualidade do combustível	Programas de fidelidade ou recompensas
31	Alana Nunes	18 a 29 anos	Feminino	Não	Recife	Sim	Sim	Pela qualidade do combustível	Horário de funcionamento
32	Alana Nunes	30 a 59 anos	Feminino	Não	Porto Alegre	Não	Não	Pela reputação do posto de gasolina	Horário de funcionamento
33	Alana Ramos	30 a 59 anos	Feminino	Sim	Salvador	Sim	Não	Pela segurança	Lojas de conveniência
34	Alana Ribeiro	30 a 59 anos	Feminino	Não	Curitiba	Sim	Sim	Pelo valor do combustível	Horário de funcionamento
35	Alana Silveira	18 a 29 anos	Feminino	Não	São Paulo	Não	Sim	Pela localização conveniente	Horário de funcionamento
36	Alexandre Araújo	18 a 29 anos	Masculino	Não	Salvador	Sim	Sim	Pela qualidade do combustível	Variedade de serviços adicionais (lavagem de carro, venda de utensílios para veículo, calibragem c
37	Alexandre Azevedo	30 a 59 anos	Masculino	Não	São Paulo	Sim	Não	Pelo valor do combustível	Outro
38	Alexandre Azevedo	30 a 59 anos	Masculino	Sim	Rio de Janeiro	Sim	Sim	Pelo valor do combustível	Horário de funcionamento

Início | Tabela Com Filtros | Perguntas | Resultados Finais | Dados Brutos

Apresentação Dashboard



Apresentação Dashboard

Ipiranga

▼ Perfil demográfico ▼ Concorrência ▼ Abastece aí **Persona**

Entrevistados

5715

Qual é o seu gênero?

Gênero	Porcentagem
Masculino	3,71%
Feminino	47,05%
Prefiro não ...	6,05%
Outro	43,18%

Você é PCD ?

Status	Porcentagem
Não	90%
Sim	10%

Faixa etária

Faixa Etária	Porcentagem
30 a 59 anos	56%
18 a 29 anos	38%
60 a 69 anos	6%
17 ou menos	1%
70 a 79 anos	0%

Você frequenta posto de gasolina?

Frequência	Porcentagem
Sim	90%
Não	10%

Onde você mora?

AMÉRICA DO SUL AFRICA Oceano Índico

Microsoft Bing

© 2023 TomTom, © 2023 Microsoft Corporation. ©OpenStreetMap Terms

Apresentação Dashboard

Ipiranga

▼ Perfil demográfico ▼ Concorrência ▼ Abastece aí **Persona**

Qual é a bandeira que você utiliza ?

Bandeira	Porcentagem
Ipiranga	33%
BR	32%
Shell	19%
Outro	14%
Ale	3%

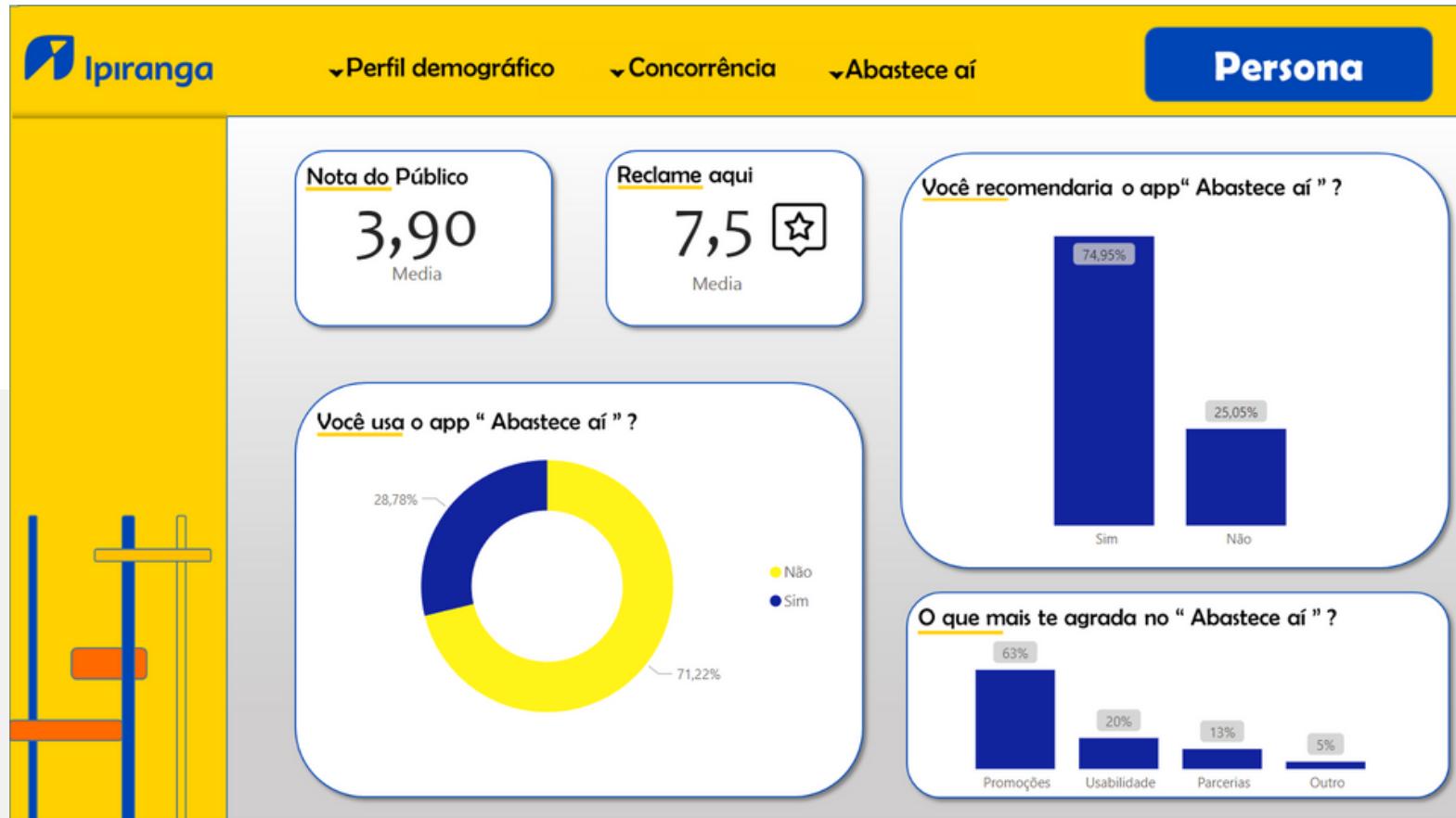
Qual é a melhor loja de conveniência ?

Loja de conveniência	Porcentagem
Am/Pm (Ipiranga)	36,4%
BRmania (BR Pet...)	36,5%
Select (Shell)	7%
Entreponto (Ale)	17,01%
Outro	3,1%

O que você considera um atrativo nos postos?

Fator Atrativo	Porcentagem
Horário de funcionamento	28,29%
Programas de fidelidade ou recompensas	23,06%
Lojas de conveniência	20,07%
Ambiente limpo e agradável	10,87%
Variedade de combustíveis	12,02%
Outro	5,69%

Apresentação Dashboard



Apresentação Dashboard

 Ipiranga

▼ Perfil demográfico ▼ Concorrência ▼ Abastece aí

Persona

★★★★ Péssimo layout. Não consigo mexer!

★★★★ Meu cadastro está dando erro!

★★★★ Pagamentos via app não finalizam!

★★★★ Não está dando cashback!

★★★★ Muitos erros na hora do pagamento!

★★★★ Não consigo logar no app!


João, 41 anos



Conclusão



01

Importância das lojas de
conveniência

02

Serviço não é luxo,
é necessidade

03

App entrega boas promoções,
mas peca na user experience



Obrigado(a)!