**Centro Paula Souza**

**Faculdade de Tecnologia de Votorantim**

Curso de Ciência de Dados para Negócios

**Projeto Integrador I – Compreendendo o Negócio**

**Innova Data Soluções Tecnológicas**

Donizete Marcos Gomes

Lucas Basso do Rego

Marcos Leme Rodrigues

Mariana Borges Curvel

Paulo Cesar Pontes de Oliveira

Pedro Valadares Junior

Versão: 1.0 – Out/2024

Sumário

[1. Negócios e Organizações 1](#_Toc179046578)

[1.1 Definição da Empresa 1](#_Toc179046579)

[1.1.1 Missão, Visão e Valores 3](#_Toc179046580)

[*1.1.1.1* *Missão* 3](#_Toc179046581)

[*1.1.1.2* *Visão* 4](#_Toc179046582)

[*1.1.1.3* *Valores* 4](#_Toc179046583)

[1.2 Posicionamento da Empresa e Diferencial Competitivo 4](#_Toc179046584)

[1.3 Análise do Mercado Selecionado e Perfil dos Clientes 4](#_Toc179046585)

[1.3.1 Análise do Mercado 4](#_Toc179046586)

[1.3.2 Perfil do Cliente: 4](#_Toc179046587)

[1.4 Análise Swot 4](#_Toc179046588)

[1.4.1 Pontos fortes + oportunidades externas = estratégias de crescimento 4](#_Toc179046589)

[1.4.2 Pontos fortes + ameaças externas = estratégias de enfrentamento 4](#_Toc179046590)

[1.4.3 Pontos fracos + oportunidades = estratégias de melhoria 4](#_Toc179046591)

[1.4.4 Pontos fracos + ameaças = estratégia de defesa 4](#_Toc179046592)

[2 Algoritmos e Estrutura de Dados 5](#_Toc179046593)

[3 Matemática aplicada à Ciência da Computação 5](#_Toc179046594)

[4 Comportamento Organizacional em ambiente disruptivo 5](#_Toc179046595)

**Projeto Integrador I:**

**Exploração Inicial de Dados para Compreensão do Negócio**

**Fase 1 – Definição da Empresa**

# Negócios e Organizações

## Definição da Empresa

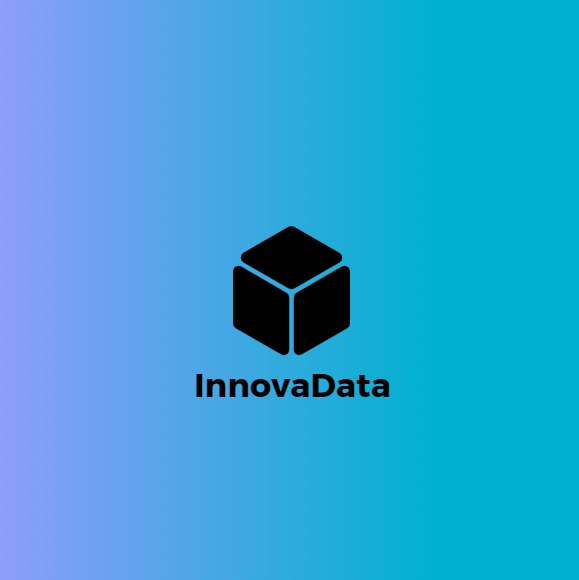


Figura - Logotipo da Innova Data  
Fonte: De autoria própria

Em 2024, na cidade de Votorantim, um grupo de seis estudantes da FATEC, motivados por um objetivo comum e pela paixão por inovação, decidiu transformar a forma como empresas físicas lidam com o e-commerce. Donizete, Lucas, Marcos, Mariana, Paulo e Pedro, durante a disciplina de Projeto Integrador, enxergaram uma oportunidade clara: muitas empresas pequenas e médias, especialmente as que atuam no mercado físico tradicional, enfrentam dificuldades para migrar para o e-commerce de forma eficiente, principalmente quando o desafio envolve a integração de estoques entre diferentes filiais.

 A ideia de criar uma solução tecnológica que resolvesse essa dor nasceu da própria experiência de um dos fundadores. Por atuar diretamente em uma empresa negócio local que sofria com a falta de integração e a complexidade das plataformas online. Decidiram, então, unir seus conhecimentos em tecnologia e gestão para criar a **InnovaData Soluções Tecnológicas**.

Com uma missão clara de oferecer soluções inovadoras e ágeis que simplifiquem a gestão de sistemas de e-commerce, a InnovaData se propôs a ser mais do que um fornecedor de tecnologia: ela se posicionou como parceira estratégica das empresas, ajudando-as a integrar e digitalizar seus negócios de maneira eficiente e sem complicações. O nome "InnovaData" reflete bem esse propósito, combinando inovação (Innova) com o tratamento de informações e dados (Data), elementos essenciais no e-commerce.

Desde o início, o foco da InnovaData foi atender empresas de pequeno e médio porte, que muitas vezes são ignoradas por grandes desenvolvedoras de sistemas (que representam uma fatia significativa do mercado) ou ainda grandes empresas que já possuem estrutura interna para esse desenvolvimento. Além disso, havia a questão crítica da integração de estoque entre filiais, uma necessidade urgente para negócios com múltiplas unidades, mas que até então carecia de soluções acessíveis e fáceis de implementar.

Segundo Turban e King (2004), o comércio eletrônico refere-se a atividades comerciais que envolvem transações como compra, venda, transferência ou troca de produtos, serviços ou informações, utilizando redes de comunicação como meio para realizar essas operações. Dessa forma, pode-se afirmar que essa modalidade de comércio é resultado dos avanços da internet e das inovações tecnológicas ao longo do tempo.

Dados da ABComm demonstram o aumento da procura do consumidor brasileiro pelo mercado online, conforme dados abaixo:

Tabela 1 – Valor de compra feito pelos brasileiros de 2018 a 2023

| **Ano** | **Valor (Bilhões R$)** |
| --- | --- |
| 2018 | 69.88 |
| 2019 | 89.96 |
| 2020 | 126.45 |
| 2021 | 150.82 |
| 2022 | 169.59 |
| 2023 | 185.70 |

Fonte: ABCOMM (2024)

Figura - Grafico comparativo de valores gastos pelos brasileiros de 2018 a 2023 em Bilhões de R$

Elaboração: Do autor (2024)

O aumento expressivo de 2019 para 2020 pode ser representado pelo impacto da pandemia no mercado, que alterou significativamente as formas de consumo. Tanto a população quanto as lojas precisaram se adaptar a essa nova realidade, adotando alternativas para realizar vendas sem colocar em risco as pessoas envolvidas quanto à contaminação. (Braga, 2021).

Para Julião (2024), a crescente integração do e-commerce no varejo tradicional, evidenciada pela sua participação significativa nas vendas totais, ressalta a importância da presença online para as empresas. Essa transformação nas práticas de compra demonstra que o e-commerce se consolidou como uma força vital no cenário de consumo no Brasil, ligado às mudanças econômicas, tecnológicas e comportamentais.

Diante desse contexto, torna-se essencial que as empresas se adaptem a essa realidade em constante evolução, aproveitando as sinergias entre os ambientes virtual e físico. Essa necessidade justifica nossa escolha de atuar como consultores, auxiliando negócios que desejam ingressar no e-commerce e atender às crescentes expectativas dos consumidores.

### Missão, Visão e Valores

#### Missão

Oferecer soluções tecnológicas inovadoras e ágeis que simplifiquem a implementação e gestão de sistemas de e-commerce, poupando tempo e otimizando processos para nossos clientes. Atuamos como facilitadores, proporcionando uma experiência eficiente e eficaz na digitalização dos negócios.

#### Visão

Ser referência no mercado de soluções tecnológicas para e-commerce, reconhecida pela excelência na agilidade, simplicidade e capacidade de transformar a jornada digital dos nossos clientes. Buscamos ser o parceiro estratégico essencial na aceleração do crescimento digital de empresas.

#### Valores

* **Agilidade**: Buscamos soluções rápidas e eficazes, respeitando o tempo dos nossos clientes e permitindo que eles se concentrem no que realmente importa para o crescimento do seu negócio.
* **Simplicidade**: Tornamos a tecnologia acessível e fácil de implementar, garantindo que nossos clientes possam aproveitar todo o potencial das plataformas de e-commerce sem complicações.
* **Inovação**: Estamos sempre em busca das melhores práticas e das soluções mais avançadas para oferecer resultados superiores e manter nossos clientes à frente no mercado digital.
* **Parceria**: Atuamos como facilitadores, trabalhando lado a lado com nossos clientes para garantir uma implementação tranquila e bem-sucedida de seus sistemas de e-commerce.
* **Transparência**: Mantemos uma comunicação clara, honesta e aberta com nossos clientes em todas as etapas do processo. Acreditamos que a confiança é construída através de um relacionamento transparente, onde todas as decisões são compartilhadas de forma clara e acessível.

## ****Posicionamento da Empresa e Diferencial Competitivo****

## ****Análise do Mercado Selecionado e Perfil dos Clientes****

### ****Análise do Mercado****

### ****1.3.2 Perfil do Cliente:****

## Análise Swot

### 1.4.1 Pontos fortes + oportunidades externas = estratégias de crescimento

### 1.4.2 Pontos fortes + ameaças externas = estratégias de enfrentamento

### 1.4.3 Pontos fracos + oportunidades = estratégias de melhoria

### 1.4.4 Pontos fracos + ameaças = estratégia de defesa

# Algoritmos e Estrutura de Dados

Elaborar as descrições algoritmiticas detalhadas, conforme instruções passadas pelo Prof. Piva.

# Matemática aplicada à Ciência da Computação

Conjuntos de Clientes.

Conjuntos de Serviços:

Conjuntos de Pedidos:

Conjuntos de Feedback e Avaliações:

Aqui estão alguns exemplos de operações de conjuntos aplicadas à empresa Pet Sports:

**União de Conjuntos:**

**Interseção de Conjuntos:**

**Diferença de Conjuntos:**

**Produto Cartesiano de Conjuntos:**

# Comportamento Organizacional em ambiente disruptivo

Será necessário elaborar os seguintes itens:

* História da Empresa, Seus "Heróis"/fundadores, Características comportamentais dos sócios e valores.
* Lema da Empresa: o que se repete dentro da Organização? Mascote, Conceito/Identidade da Marca
* Missão, Visão e Valores e Código de Ética
* Definição dos PILARES da Cultura da Empresa. Quais são os três principais COMPORTAMENTOS que a empresa deseja desenvolver nos seus funcionários?
* Definição dos Objetivos (Quantitativo e Qualitativo) da Cultura da Empresa.

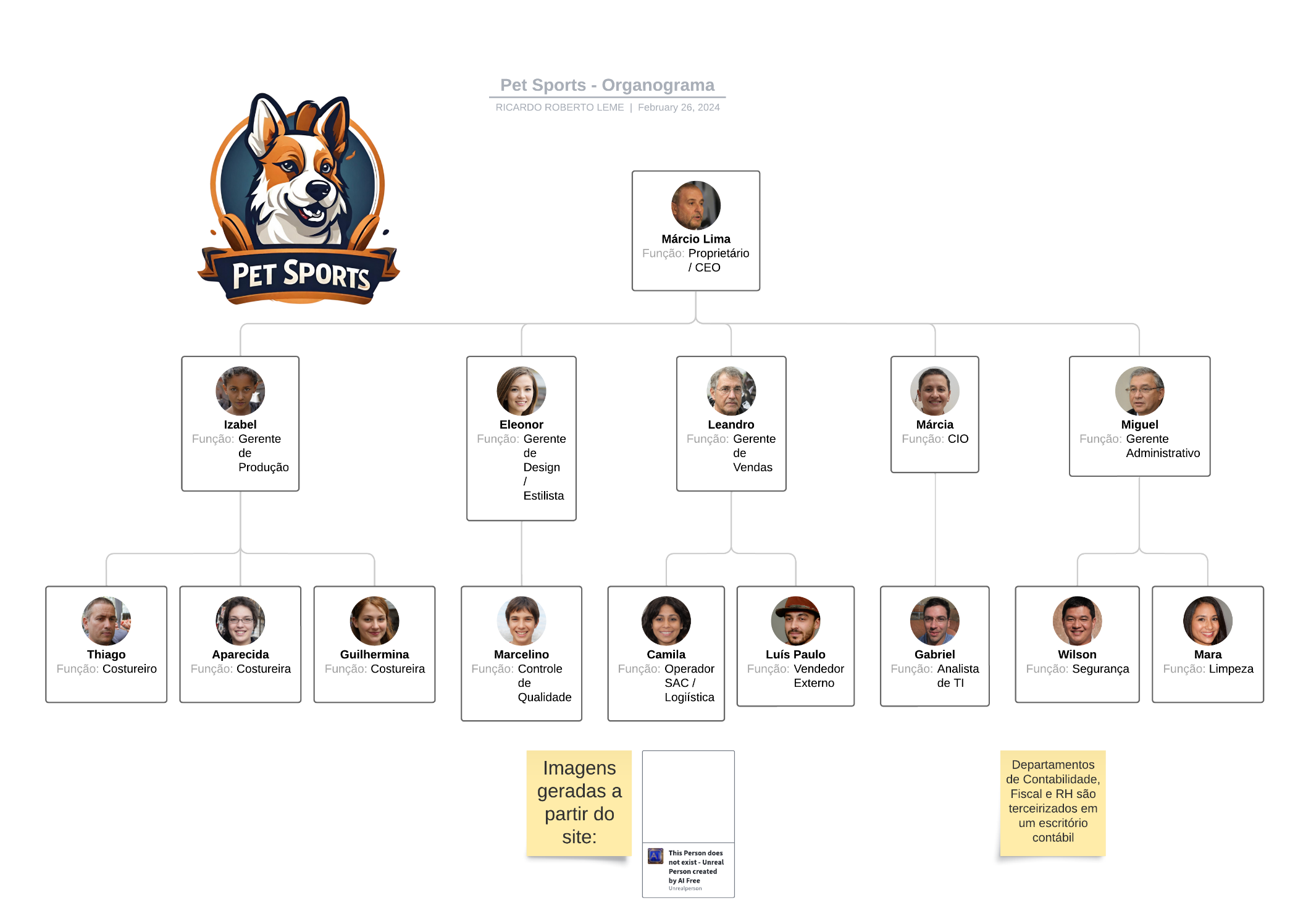
**Referências**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO – ABComm. Evolução do Ecommerce. 2024. Disponível em:< https://dados.abcomm.org/crescimento-do-ecommerce-brasileiro> Acesso em: 05 de out. 2024.

BRAGA, Geovanna Pires dos Santos. E-COMMERCE EM UMA EMPRESA DE PEQUENO PORTE: Um estudo de caso em uma loja de cosméticos do varejo na cidade de Araguaína-to. 2021. 19 f. TCC (Graduação) - Curso de Tecnologia em Logística, Universidade Federal do Norte do Tocantins, Araguaína, 2021. Disponível em: https://repositorio.uft.edu.br/bitstream/11612/4527/1/GEOVANNA%20PIRES%20DOS%20SANTOS%20BRAGA%20-TCC%20-%20LOG%c3%8dSTICA.pdf. Acesso em: 5 out. 2024

JULIÃO, Bianca Ponce. EVOLUÇÃO DO E-COMMERCE NO BRASIL: UMA ANÁLISE ENTRE OS ANOS 2000 E 2022. 2024. 56 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Econômicas, Universidade Federal de São Carlos, Campus Sorocaba, Sorocaba, 2024. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/19716/monografia%20final%20p%c3%b3s%20banca%20completa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 5 out. 2024.

TURAN, A. H. Internet shopping behavior of Turkish customers: Comparison of two competing models. Journal of theoretical and applied electronic commerce research, v. 7, n1, 77-93. 2012. Disponível em:< https://www.scielo.cl/pdf/jtaer/v7n1/art07.pdf>. Acesso em: 05 de out. 2024.

**Apêndice 1 – Organograma Empresarial**