

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA
PAULA SOUZA
ETEC PROF. BASILIDES DE GODOY
CD - CEU PARQUE ANHANGUERA
Técnico em Administração**

**FELIPE SOUZA DE FREITAS
GUILHERME DA SILVA SOUSA
IVAN MELO DA CUNHA
KARINE MARIA DA SILVA
PEDRO HENRIQUE NASCIMENTO**

CYBERSHOP

**SÃO PAULO
2024**

**FELIPE SOUZA DE FREITAS
GUILHERME DA SILVA SOUSA
IVAN MELO DA CUNHA
KARINE MARIA DA SILVA
PEDRO HENRIQUE NASCIMENTO**

CYBERSHOP

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso Técnico em Administração da ETEC Prof. Basílios de Godoy – Extensão CEU Pq. Anhanguera, orientado pelo Professor: Carlos Eduardo Santos, com requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

**SÃO PAULO
2024**

FICHA CATALOGRÁFICA – Biblioteca Etec Professor Basilides de Godoy -CEETEPS Dados Internacionais de Catalogação na fonte

FREITAS, Felipe Souza de

Cybershop. / Felipe Souza de FREITAS, Guilherme da Silva SOUSA, Ivan Melo da CUNHA, Karine Maria da SILVA, Pedro Henrique A. do NASCIMENTO. – São Paulo, 2024.

00f.

Projeto de Pesquisa. Trabalho de Conclusão do Curso Técnico em Administração. - - Classe descentralizada CEU Parque Anhanguera da Etec Professor Basilides de Godoy – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza.

Orientador: Prof. Esp. Carlos Eduardo dos Santos

1. Cybershop. 2. Mercado. 3. Transação. 4. Compras. 5. Pagamento. I. FREITAS, Felipe Souza de, II. SOUSA, Guilherme da Silva, III. CUNHA, Ivan Melo da, IV. SILVA, Karine Maria da, V. NASCIMENTO, Pedro Henrique A. do, VI. SANTOS, Carlos Eduardo dos, VII. Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Classe Descentralizada CEU Parque Anhanguera da Etec Professor Basilides de Godoy.

CDD 650 F866c

Elaborada por Rogéria Maura Schimojo – Bibliotecária – CRB-8/10368

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no Curso Técnico de Nível Médio em Administração, na qualidade de titulares dos direitos autorais e patrimoniais de autores da Obra Cybershop, Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na ETEC Professor Basílides De Godoy, município de São Paulo em 17 / 06 / 2024, autorizamos o Centro Paula Souza reproduzir integral ou parcialmente o trabalho e/ou disponibilizá-lo em ambientes virtuais.

Nome Completo	RG	Email do Autor	Assinatura
Felipe Souza de Freitas	52.513.005-6	felipesf052@gmail.com	
Guilherme da Silva Sousa	52.511.510-9	03guilhermesousa@gmail.com	
Ivan Melo da Cunha	52.727.241-3	lvancunha0303@gmail.com	
Karine Maria da Silva	39.975.713-2	karinemdasilva873@gmail.com	
Pedro Henrique Agostinho Nascimento	50.656.343-1	pedrohenriquean8@gmail.com	

Carlos Eduardo dos Santos

(Assinatura: Prof. Orientador)

AGRADECIMENTOS

Primeiro eu quero agradecer a Deus por ter nos dado paciência e sabedoria para passar nossos obstáculos. Aos nossos familiares, que apoio no decorrer do curso.

Aos nossos colegas de classe por ter aturado esse grupo ao longo de um ano e meio. E aos professores pelos ensinamentos e paciência.

Dedico esse trabalho a nossas famílias, que são a base de tudo e sem eles nós não estaríamos aqui

RESUMO

O principal objetivo do mercado futurista é tornar as transações comerciais, como compras e pagamentos, mais fáceis e seguras. No entanto, é crucial reconhecer que muitas pessoas não têm acesso à Internet. Além disso, é importante observar que nem todos estão dispostos a aceitar plenamente o avanço da tecnologia. Ainda assim, muitos desejam que a tecnologia se torne mais acessível e inclusiva para todos.

ABSTRACT

The futuristic market's main objective is to make commercial transactions, such as purchases and payments, easier and safer. However, it is crucial to recognize that many people do not have access to the internet. Furthermore, it is important to note that not everyone is willing to fully accept the advancement of technology. Still, many want technology to become more accessible and inclusive for everyone.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1. PROBLEMÁTICA	10
2. HIPÓTESE	11
3. OBJETIVOS	12
3.1. OBJETIVO GERAL	12
3.2. OBJETIVO ESPECÍFICO	12
4. JUSTIFICATIVA	13
5. REVISÃO TEÓRICA	15
6. METODOLOGIA	16
CONSIDERAÇÕES FINAIS	17
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	18
ANEXOS	19
CRONOGRAMA	21

INTRODUÇÃO

O mercado futuro é dinâmico e voltado para a previsão de tendências e a identificação de oportunidades em setores emergentes. Abrangendo avanços tecnológicos, mudanças sociais e culturais, ele exerce um impacto direto na economia global e na esfera política. Os principais setores, como inteligência artificial, robótica, biotecnologia, energia sustentável, transporte autônomo e análise de dados, contam com equipes especializadas de programadores. Contudo, é crucial destacar que muitas pessoas podem ser excluídas dessas oportunidades devido à falta de acesso à internet e aos recursos tecnológicos necessários.

1. PROBLEMÁTICA

A desigualdade perante ao acesso à Internet se chama exclusão digital e afeta 52 % das mulheres e 42 % dos homens do mundo.

2. HIPÓTESE

A desigualdade perante ao acesso à Internet se chama exclusão digital e afeta 52 % das mulheres e 42 % dos homens do mundo. Embora seja difícil remover os indivíduos sem acesso à internet de uma mercearia totalmente automatizada, existem várias maneiras de fazê-lo. Estas são algumas ideias:

1-Ter um terminal físico ou ponto de acesso na loja: Os clientes podem se conectar ao sistema automatizado da mercearia por meio de um terminal físico conectado à Internet. É possível que esse terminal seja um tablet ou um computador fixo.

2-Atendimento Assistido por Funcionários: Certifique-se de que funcionários treinados estejam disponíveis para ajudar clientes que não estão familiarizados com a tecnologia. Eles têm a capacidade de guiar e ajudar no processo de realização das compras do sistema automatizado.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GERAL

Criar um mercado tecnológico que seja acessível para toda a sociedade.

3.2. OBJETIVO ESPECÍFICO

- Os consumidores têm autonomia ao comprar os produtos.
- Garantir que todas as pessoas, independente da sua situação, participem e tenham acesso aos produtos oferecidos no mercado futurista.

4. JUSTIFICATIVA

Uma mercearia totalmente automatizada oferece vários benefícios e vantagens que podem melhorar a experiência do cliente e otimizar a operação comercial. Aqui estão alguns benefícios: 1-Conveniência 24 horas por dia 2-Agilidade e rapidez 3- Redução de erros 4- Menor custo operacional 5- Acesso a um amplo inventário 6- Experiência personalizada 7- Maior higiene e segurança 8- Suporte à sustentabilidade 9- Inovação tecnológica 10- Acesso para todos Essas vantagens destacam como a Cybershop pode ajudar os clientes e as empresas, oferecendo conveniência, eficiência e uma experiência de compra moderna e inovadora. A falta de automatização em um supermercado pode levar a vários problemas e resultados ruins que afetam a eficiência da operação e a experiência do cliente. Os processos dentro de um supermercado são mais lentos e sujeitos a erros se não forem automatizados. Isso pode causar longas filas nos caixas e problemas para os clientes, que costumam preferir facilidade e agilidade ao fazer compras. A automação também torna mais difícil administrar o inventário e o controle de estoque. Isso pode causar problemas como excesso de estoque ou falta de produtos nas prateleiras, o que pode resultar em perda de vendas ou desperdício de alimentos. Os custos operacionais podem aumentar em ambientes não automatizados porque podem ser necessários mais funcionários para tarefas que podem ser simplificadas ou automatizadas. Isso tem um efeito direto na lucratividade do supermercado. O desafio de personalizar o serviço para o cliente é outro obstáculo. O supermercado pode perder oportunidades de fornecer ofertas personalizadas e recomendações pertinentes se não conseguir coletar e analisar dados de forma eficaz. Isso pode afetar a fidelização dos clientes. Além disso, a falta de automação dificulta que os supermercados se adaptem às mudanças nas demandas do mercado ou nas preferências dos clientes. O sucesso a longo prazo depende da capacidade de se adaptar rapidamente às demandas do mercado em um ambiente competitivo. Por fim, a falta de automação pode impedir novas estratégias de negócios e novas tecnologias. Isso torna o supermercado menos competitivo no mercado porque ele não pode seguir as tendências e padrões da indústria. Por fim, a falta de automatização em um supermercado pode levar a uma série de problemas operacionais, financeiros e estratégicos que podem prejudicar o desempenho do negócio e a experiência geral dos clientes. Para lidar com esses

problemas e aumentar a eficiência e competitividade das operações, é essencial investir na automação

5. REVISÃO TEÓRICA

O Grupo Pão de Açúcar está testando seu próprio sistema de cobrança automática sem caixas, em modelo similar ao da Amazon Go. No formato, que está em fase piloto, o cliente usará seu smartphone para escanear os códigos de barra dos produtos e efetuar o pagamento. O modelo dispensa totalmente a utilização de caixas, seja em formato self-checkout ou com atendentes.

A tecnologia está disponível apenas para colaboradores da sede do grupo, em São Paulo. Ela funciona por meio do aplicativo do programa de fidelidade da rede, o Pão de Açúcar Mais, que, em sua última atualização, incluiu uma função de scanner para que o cliente passe os produtos e registre suas compras.

O pagamento também é feito no app, por meio da definição de um meio de pagamento, que só precisa ser realizada uma vez. O consumidor digita ou fotografa o número do cartão de crédito, que fica registrado. A cobrança é realizada de forma automática, em um único clique. Para encerrar a compra, o aplicativo gera um QR Code, que deve ser passado nas catracas instaladas na saída da loja, explicou Antonio Salvador, diretor de Transformação Digital e E-commerce do GPA.

6. METODOLOGIA

Os métodos de pesquisa utilizados para a realização deste trabalho, foram: sites, artigos e revistas, onde fizemos toda Análise do conteúdo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um mercado "futurista" claramente promete transformar drasticamente a relação entre empresas e consumidores. Nossa pesquisa mostrou vantagens significativas para a eficiência operacional, a redução de erros e a comodidade do cliente. No entanto, é importante reconhecer que esse cenário também traz desafios, como problemas de segurança cibernética, efeitos sociais na empregabilidade e acesso universal.

Futuros estudos nesta área podem se concentrar em melhorar os algoritmos de inteligência artificial para que façam decisões mais precisas e responsáveis, bem como em descobrir maneiras de reduzir os efeitos negativos da automação, garantindo que a economia passe a ser mais automatizada sem problemas. Além disso, investigar a relação entre ética e tecnologia será essencial para garantir que o desenvolvimento de mercados totalmente automatizados seja guiado por valores que promovam a justiça social e o bem-estar humano.

Por fim, embora o caminho à frente seja difícil, podemos aproveitar ao máximo o potencial transformador de um mercado totalmente automatizado, ao mesmo tempo em que mitigamos os efeitos negativos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

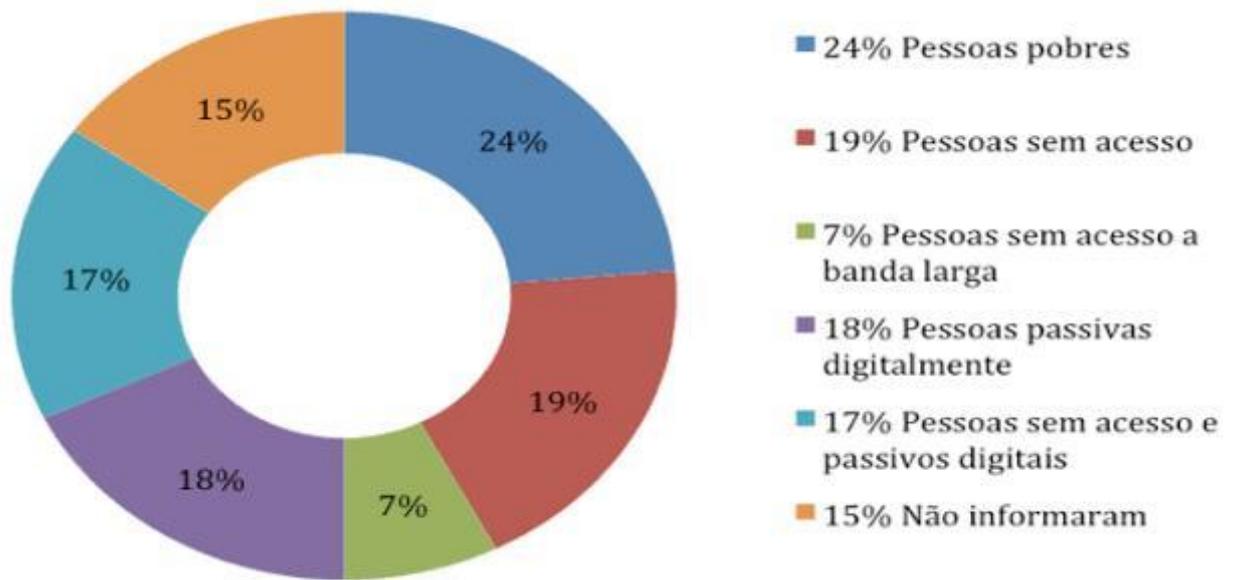
A exclusão digital no mundo e por que provoca desigualdade. (s.d.). Fonte: iberdrola: <https://www.iberdrola.com/compromisso-social/o-que-e-exclusao-digital>

Conheça as 6 vantagens da automação de processos industriais. (s.d.). Fonte: engeman: <https://blog.engeman.com.br/conheca-as-6-vantagens-da-automacao-de-processos-industriais/>

Futurismo: conheça o conceito e saiba como ele impacta no seu negócio. (06 de setembro de 2018). Fonte: blogsrunrunit: <https://blog.runrun.it/tendencias-de-mercado-para-o-futuro/>

Supermercado do futuro: conheça as tendências e expectativas. (29 de março de 2023). Fonte: <https://vivomeunegocio.com.br/varejo/expandir/supermercado-do-futuro/#:~:text=Automa%C3%A7%C3%A3o%20de%20tarefas,%20Gra%C3%A7as%20ao%20uso&text=Os%20quiosques%20de%20self%2Dcheckout,com%20um%20atendente%2C%20por%20exemplo>

ANEXOS



(Figura -1)

O mercado econômico está em constantes mudanças, criando várias artimanhas para ganhar clientela e lucrar, as traspasar vão sempre existir. A tecnologia está aí pra ajudar e também para prejudicar, mas a competições saudáveis garante ganhos para ambos os lados. (Página 13)

CRONOGRAMA

