

SPTECH – SÃO PAULO TECH SCHOOL

CURSO DE TECNOLOGIA EM ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO
DE SISTEMAS

VEGAN HOUSE

Marketplace de produtos veganos

SÃO PAULO

2022

SPTECH – SÃO PAULO TECH SCHOOL

CURSO DE TECNOLOGIA EM ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO
DE SISTEMAS

Grupo 05:

Felipe Higa, Larissa Lima, Miguel Nunes, Rafael Rocha, Vitória Santos.

VEGAN HOUSE

Marketplace de produtos veganos

Documento realizado com o intuito de apresentação do projeto, como requisito para a disciplina de Pesquisa e Inovação, sob a orientação dos professores Alex Barreira e Gislayno Monteiro.

SÃO PAULO

2022

RESUMO

O projeto Vegan House nasce com o objetivo de desenvolver e aprimorar todo o conhecimento adquirido durante o 3º e 4º semestre do curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas, da faculdade SpTech.

Para escolha do tema em questão foram realizadas diversas pesquisas em grupo, nas quais pudemos identificar dores e necessidades em um contexto que, segundo dados, apresenta ótimas projeções futuras de crescimento, demonstrando ser uma potencial demanda de mercado.

O problema consiste na pouca visibilidade por parte dos microempreendedores veganos para divulgação de seus produtos, o que, por consequência, atinge também o público vegano em geral (clientes de nossos clientes), visto que estes encontram produtos e marcas limitadas, com preços elevados e distribuição restrita.

Assim, propomos como solução a criação de um marketplace de produtos veganos, voltado a atender o microempreendedor. Ainda, levando em consideração os demais usuários da aplicação (consumidores veganos), a Vegan House conta com funcionalidades e características voltadas a atender o público-alvo, tornando assim o marketplace personalizado para o contexto em questão.

Dessa forma, espera-se que com nossa plataforma os microempreendedores tenham uma maior abertura ao mercado e os consumidores veganos passem a ter melhores experiências em suas compras.

Contando com apoio e suporte dos professores, conseguimos inovar com o uso de tecnologias, resultando em uma aplicação web desenvolvida em React e uma aplicação mobile desenvolvida em Kotlin, ambas integradas com API's em Spring Boot e Java e com todo o ambiente provisionado na nuvem.

LGPD - LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS, LEI N° 13.709/2018

Versão atualizada em 01 de junho de 2022.

Na Vegan House, consideramos a proteção de dados pessoais como uma oportunidade para gerar valor aos nossos usuários. Ao fazer uso responsável das informações pessoais, não apenas protegemos a privacidade daqueles que nos confiaram seus dados, mas também permitimos que eles operem com segurança e confiança em nosso ecossistema.

Portanto, sua privacidade é muito importante para nós e nos esforçamos para protegê-la.

A Vegan House, a fim de poder oferecer seus serviços, trata, coleta e, em alguns casos, acessa informações sobre pessoas que, como você, são usuários e visitantes de sites e/ou aplicativos móveis.

Ressaltamos que você sempre terá a oportunidade de requisitar detalhes sobre a origem de seus dados pessoais ou o compartilhamento destes com terceiros, bem como cancelar sua inscrição, solicitar atualizações e/ou correções de seus dados em nossas plataformas. A qualquer momento, você também poderá limitar o uso e divulgação ou revogar o consentimento a qualquer uma de nossas atividades de processamento de dados desde que não subsista fundamentação legal para tal ato. Importante destacar que faremos a retenção apenas do que for necessário para cumprir as nossas obrigações legais, resolver disputas e aplicar nossos acordos.

Dar seu consentimento voluntário, expresso e informado a nossa Declaração de Privacidade é um requisito essencial para poder contratar e/ou estabelecer qualquer tipo de relacionamento com a Vegan House, a depender da legislação em vigor de cada país.

SUMÁRIO

1 - INTRODUÇÃO.....	05
1.1 - CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROJETO.....	05
1.2 - ORGANIZAÇÃO E METODOLOGIAS.....	08
2 – DESENVOLVIMENTO DO PROJETO.....	12
2.1 – ELICITAÇÃO DE REQUISITOS.....	12
2.2 – IDENTIDADE VISUAL.....	24
2.3 – APLICAÇÃO WEB.....	26
2.4 – APLICAÇÃO MOBILE.....	37
2.5 – ARQUITETURA DE SOFTWARE E TECNOLOGIAS.....	46
2.6 – NOSSO DIFERENCIAL.....	58
3 - CONCLUSÃO.....	61
4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	62
5 - REFERÊNCIAS.....	63
6 - SOBRE OS DESENVOLVEDORES.....	64

Onde está o problema?

A conquista de clientes ainda é a principal dificuldade encontrada no dia a dia pelos donos de pequenos negócios no Brasil, assim como uma das razões mais apontadas como causa para o encerramento de suas atividades. É o que indica a pesquisa feita pelo Sebrae envolvendo mais de 10 mil empreendedores de todo o país.

A pesquisa teve como objetivo levantar o perfil dos empresários donos de microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP). O trabalho identificou que para 24% dos empreendedores, conquistar clientes e vender mais é uma das maiores dificuldades para quem decide abrir o próprio negócio.

NÚMEROS DA PESQUISA

24% avaliam a dificuldade de conquistar a clientela como maior desafio

17% reclamam da carga tributária

52% desejam maior qualificação nas áreas de controle e gestão financeira

44% ainda não sabem usar as redes sociais

31% já deixaram de pagar algum tipo de imposto

31% já buscaram e conseguiram empréstimo

18% começaram a empreender por necessidade

50% estão no negócio por ter tido conhecimento ou experiência

Relevância do E-commerce

Com o advento da era digital, encontramos como opção às lojas físicas, o chamado E-commerce que já há algum tempo tem ganhado notoriedade a nível global.

Essa tendência, por sua vez, foi intensificada no ano de 2020, dentro do contexto da pandemia, que afastou os consumidores das lojas físicas. Assim quem não vendia online precisou se adaptar, e quem já vendia intensificou os investimentos no canal.

Porém, mais do que um crescimento isolado, os dados de e-commerce no Brasil mostram que esse aumento veio para ficar.

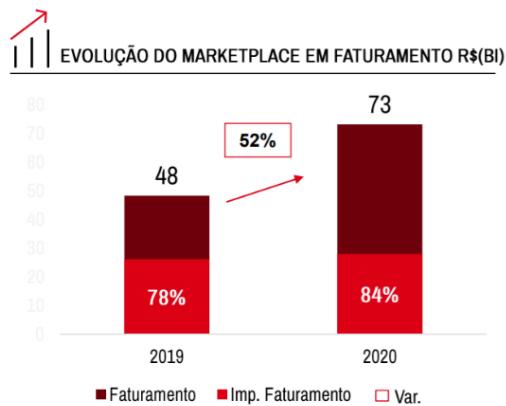
A importância do marketplace no e-commerce diante da crise econômica foi absolutamente relevante, fazendo a diferença para um elevado número de pequenos negócios, que, assim, tiveram acesso às vendas online. Lojistas de todo o Brasil encontraram no marketplace soluções para enfrentar a crise.

As pequenas lojas que aderiram a algum marketplace tiveram acesso a um enorme público consumidor em potencial e isso significou vendas, muitas vendas. É importante ressaltar que o próprio mercado se movimentou para acolher esses pequenos negócios.

1.1 – Contextualização do Projeto

O cenário dos marketplaces no Brasil em 2020 e 2021

“É um crescimento superagressivo em número de pedidos e com ticket médio acima da média total do e-commerce, ou seja, são resultados superpositivos para o marketplace, que se consolida cada vez mais no cenário de pandemia como uma alternativa para o varejo tradicional que está impossibilitado de vender offline”.



*Marcelo Osanai, Gerente comercial da Ebit/Nielsen falou hoje durante o Marketplace Conference 2021 sobre as tendências e oportunidades dos marketplaces no Brasil.

Relevância do Movimento Vegan

Quanto ao público, de maneira geral, pesquisas apontam para crescimento exponencial de veganos:

Há bem pouco tempo, falar de veganismo significava se deparar com o desconhecimento da população em geral sobre o assunto. Com o apoio das redes sociais, o estilo de vida ganhou cada vez mais destaque e tem vivenciado um crescimento cada vez maior. Segundo uma pesquisa do IBOPE Inteligência de 2018, cerca de 14% da população já se declara vegana. Em comparação com 2012, o aumento é de 75%.

Dados do Instituto Ipsos reforçam que 28% dos brasileiros têm procurado comer menos carne.

- Há sinais de que esse é um mercado em ascensão - afirma Marly Winckler, presidente da Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), entidade responsável pela certificação de produtos veganos no Brasil, selo entregue mediante uma análise rigorosa da cadeia produtiva

O cenário é semelhante no mercado vegano em geral. A estimativa é que o crescimento seja de 40% ao ano no país. A população tem se mostrado mais interessada em consumir produtos veganos.

1.1 – Contextualização do Projeto

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Em 2015, a ONU propôs aos seus países membros uma nova agenda de desenvolvimento sustentável para os próximos 15 anos, a Agenda 2030, composta pelos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Esse é um esforço conjunto, de países, empresas, instituições e sociedade civil. Os ODS buscam assegurar os direitos humanos, acabar com a pobreza, lutar contra a desigualdade e a injustiça, alcançar a igualdade de gênero e o empoderamento de mulheres e meninas, agir contra as mudanças climáticas, bem como enfrentar outros dos maiores desafios de nossos tempos. O setor privado tem um papel essencial nesse processo como grande detentor do poder econômico, propulsor de inovações e tecnologias influenciador e engajador dos mais diversos públicos – governos, fornecedores, colaboradores e consumidores.

Dessa forma, ao incorporar os princípios veganos, a Vegan House acaba por contribuir para 5 desses objetivos.

São eles:

- Inovação e Infraestrutura
- Cidades e comunidades sustentáveis
- Consumo e produção responsáveis
- Ação contra a mudança global do clima
- Vida terrestre



*Ilustração que apresenta os 17 objetivos de desenvolvimento sustentável, dando ênfase aos objetivos para os quais nosso projeto contribui.

INTRODUÇÃO

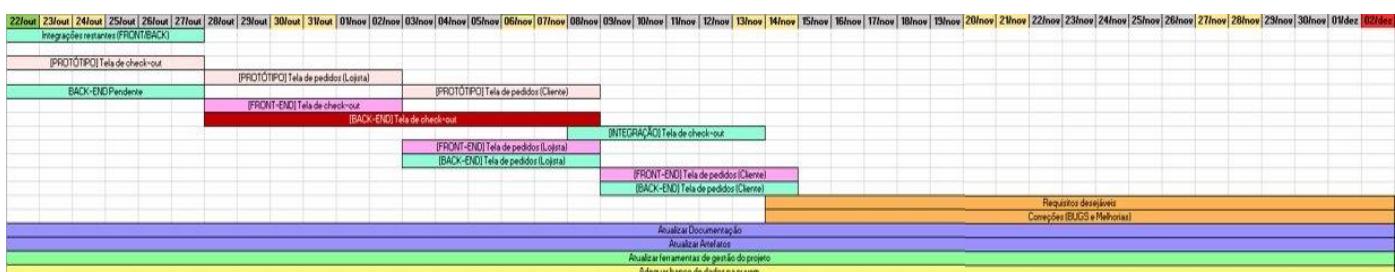
1.2 – Organização e Metodologias

O desenvolvimento do projeto foi realizado tendo como base a metodologia Ágil. Assim, a entrega do produto foi dividida ao todo em 6 sprints, comportadas dentro do período de 2 semestres (1 ano), nas quais foi possível demonstrar o progresso do projeto, bem como as alterações sofridas, até sua finalização, apresentada na Sprint final (01/06/2022).

Como forma de manter uma boa comunicação em grupo foram realizadas reuniões breves (daily) toda segunda e sexta-feira, somadas as reuniões de quarta e quinta-feira, nas quais dedicávamos mais tempo ao desenvolvimento do projeto.

Para gestão, organização e documentação do projeto, foram utilizadas as seguintes ferramentas e artefatos:

GANTT: Timeline utilizada para planejamento e divisão macro das atividades a serem realizadas, dentro de intervalos de tempo pré-estabelecidos e, inclusive, intercalados.



Legenda	
	FRONT-END
	BACK-END / INTEGRAÇÃO
	BANCO DE DADOS
	PROTÓTIPOS
	DOCUMENTAÇÃO
	GESTÃO DO PROJETO
	OUTROS

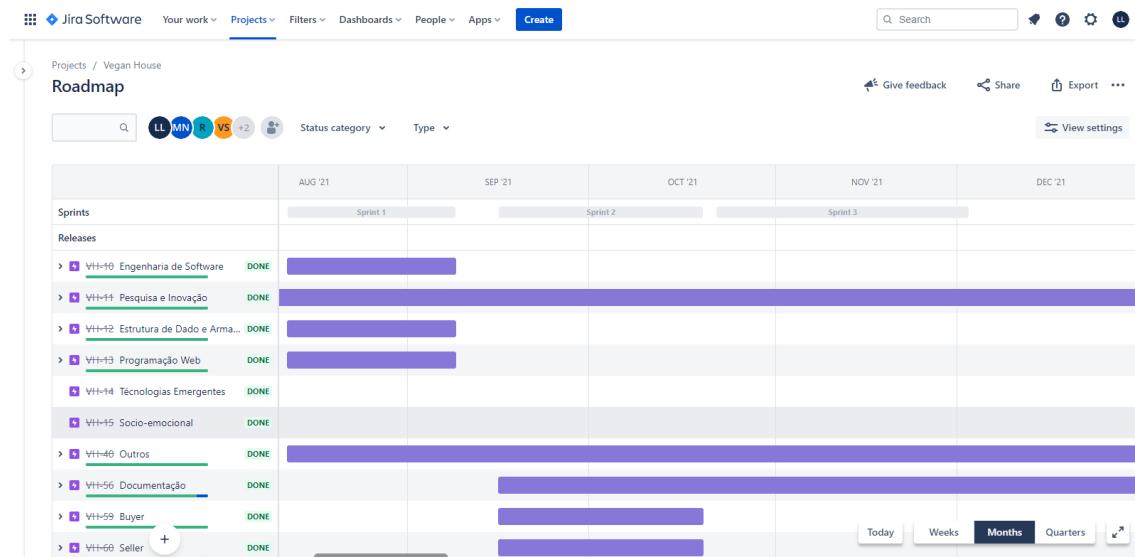
*Sprint Backlog da 3ª Sprint – 1º Semestre

Tasks	Sprint 1 - 02/02 - 18/03	Sprint 2 - 21/03 - 29/04	Sprint 3 - 02/05 - 03/06
Figma			
Sketches de tela do projeto			
Servidor de front e back-end na AWS			
Protótipo Funcional (API + BD)			
Ambiente de alta disponibilidade configurado			
Segurança implementada			
Balanceamento de carga			
Deploy automatizado			
Aplicativo salvando dados offline			
Teste de Stress			
Aplicativo pronto			

*Product Backlog do 2º Semestre

1.2 – Organização e Metodologias

Jira: Para controle de tasks, tendo como base datas de entrega e responsáveis.



*Roadmap do projeto

Status Report: Checkpoint semanal para controle e status geral do andamento do projeto.

SEMANA 17 - 30/05/2022		Farol do Projeto
PROGRESSOS <ul style="list-style-type: none"> ✓ Atualização do Projeto no Jira, SharePoint, GitHub e Documentação ✓ Planejamento para Sprint 3 – elaboração e divisão de novas tasks ✓ Criação e configuração da EC2 + Load Balance ✓ Repasse de conhecimento sobre Kotlin + fontes para estudo ✓ Término do Deploy do projeto na nuvem (Front + API) ✓ Criação de Database local na VM de back-end na AWS, como plano B ✓ Término do desenvolvimento front + integração das telas da app mobile ✓ Refatoração no armazenamento de imagens finalizada ✓ Salvar dados offline finalizado ✓ Apresentação da Sprint 3 finalizada! 	Pontos atenção/ Principais Riscos <ul style="list-style-type: none"> • Documentação final 	Farol do Projeto <ul style="list-style-type: none"> Equipe Front Back Plataforma Negócios
Próximos Passos/ Decisões a tomar		
Frente Plataforma <ul style="list-style-type: none"> • Finalizado! 	Frente Front-end <ul style="list-style-type: none"> • Core finalizado! • Ajustes gerais no código 	
Frente Back-end <ul style="list-style-type: none"> • Core finalizado! • Ajustes gerais no código 	Frente Negócios <ul style="list-style-type: none"> • Finalização do White Paper 	

19

*Status Report da semana 30/05/2022 – semana pré-sprint final

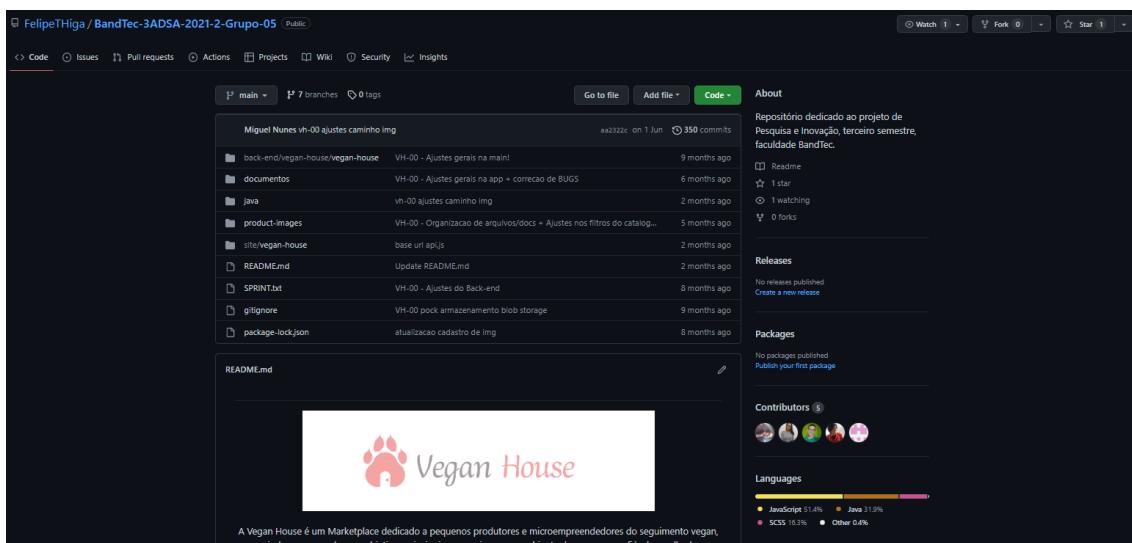
INTRODUÇÃO

1.2 – Organização e Metodologias

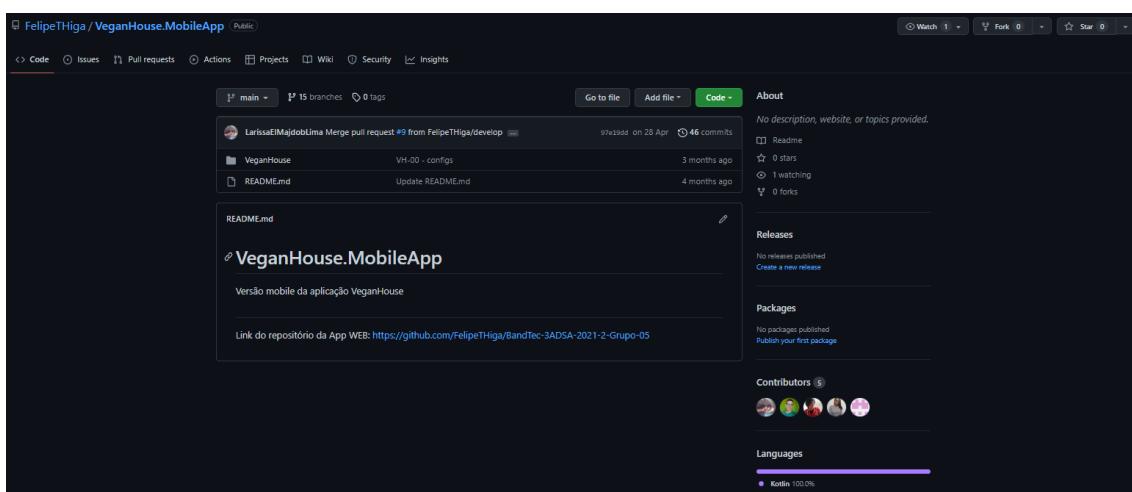
GitHub: Repositório do projeto no GitHub, com todos os integrantes como colaboradores, para controle e versionamento dos códigos da aplicação.

Para o uso do mesmo, considerando a divisão mesclada de tarefas e a participação ativa dos 5 integrantes, foram estabelecidas boas práticas visando mitigar ao máximo eventuais problemas e conflitos; sendo elas:

- Uso de 'branchs' para cada task realizada, tendo por padrão a seguinte nomenclatura: 'VH-[Id da task, tendo por base o Jira] - [Breve descrição da task]'; ou, caso não se enquadre no padrão acima, devendo adotar o padrão default: 'VH-00 - [Breve descrição da task]'.
- Solicitação de 'pull requests' para revisão e aceitação ou não das alterações realizadas.



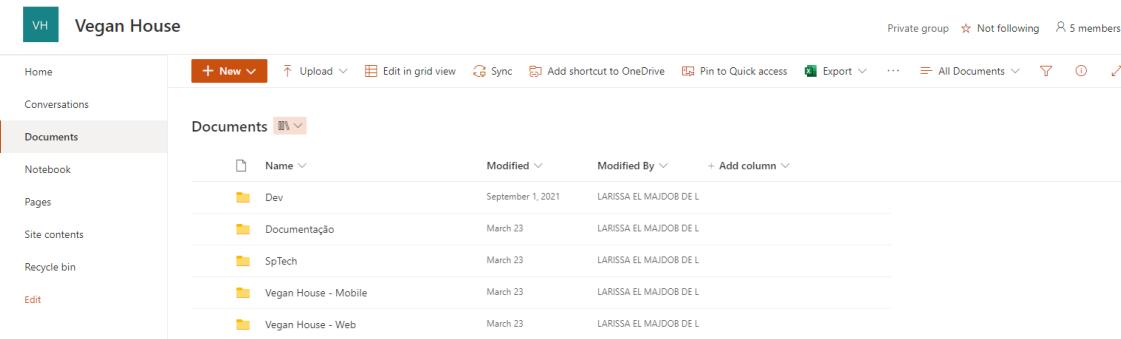
*Repositório da aplicação Vegan House Web



*Repositório da aplicação Vegan House Mobile

1.2 – Organização e Metodologias

SharePoint: Para armazenar e compartilhar documentos do projeto, de forma dinâmica.



Name	Modified	Modified By
Dev	September 1, 2021	LARISSA EL MAJDOD DE L
Documentação	March 23	LARISSA EL MAJDOD DE L
SpTech	March 23	LARISSA EL MAJDOD DE L
Vegan House - Mobile	March 23	LARISSA EL MAJDOD DE L
Vegan House - Web	March 23	LARISSA EL MAJDOD DE L

Quanto à divisão de tarefas, inicialmente foi feito um levantamento do perfil de cada integrante, levando em consideração as habilidades mais desenvolvidas e gostos pessoais, dividindo o time em analistas e desenvolvedores - contudo, eventualmente, todos tiveram contato com as duas áreas. Assim, compartilhamos o conhecimento durante todo o projeto e garantimos que todos estivessem no mesmo nível.

DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

2.1 – Elicitação de requisitos

Com um **problema bem definido** começamos a pensar em qual seria a **melhor solução**.

Assim, iniciou-se o processo de elicitação e refinamento de requisitos, para o qual foram utilizadas as seguintes técnicas:

- I. Proto Persona
- II. Pesquisa de campo
- III. Mapa de empatia
- IV. Mapa de persona
- V. User stories
- VI. Jornada do usuário
- VII. Benchmark
- VIII. PM Canva
- IX. Canvas de modelo de negócio
- X. Desenho de solução
- XI. Backlog da Aplicação

I) Proto Persona

Durante o processo de desenvolvimento de um projeto é imprescindível pensar para quem será nossa solução, afinal, as empresas podem ser as maiores beneficiadas, mas quem terá o acesso ao sistema e realmente fará uso serão os usuários.

Para isso, inicialmente foram traçadas as proto personas da solução, isto é, uma projeção de quem seriam nossos principais usuários.

Foram levantados dois perfis comuns para nossas proto personas.

Usuário vegan que faz compras online

<p>Quem? Nome, foto e uma frase que especifique o problema</p>  <p>Mariana, jovem "Sou vegana e tenho dificuldade em encontrar produtos veganos acessíveis e de qualidade"</p>	<p>Palavras/frases que definem a persona</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vegana • Engajada no movimento vegan • Preocupada com o meio ambiente • Faz compras online • Evita consumir produtos industrializados • Procura produtos que sejam custo-benefício • Gosta de conhecer/experimentar coisas novas
<p>Dores e Necessidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dificuldade em encontrar lojas online confiáveis de produtos veganos • Dificuldade em encontrar variedade de marcas/produtos veganos • Alguns produtos ainda são muito caros • Poucas lojas online dedicada ao contexto vegano • Conhecer todo o precedente dos produtos que consome 	

Microempreendedor de produtos veganos

<p>Quem? Nome, foto e uma frase que especifique o problema</p>  <p>Cláudia, 39 anos "Sou dona de marca de cosméticos veganos e possuo dificuldade em atingir o público consumidor"</p>	<p>Palavras/frases que definem a persona</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vegana • Mente aberta • Apaixonada por animais • Engajada no movimento vegan • Preocupada com o meio ambiente • Valoriza uma economia sustentável • Prioriza valores pessoais e acessibilidade do produto ao lucro
<p>Dores e Necessidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Queda nas vendas durante a pandemia • Precisa de ajuda com a logística da venda • Baixo número de fornecedores certificados • Tem dificuldade em divulgar sua marca e encontrar novos consumidores • Atualmente, a forma com que trabalha sua marca online traz poucos resultados 	

II) Pesquisa de campo

Em seguida, foi feita uma pesquisa de campo cujo objetivo principal foi a imersão no contexto do mercado no qual o projeto está inserido.

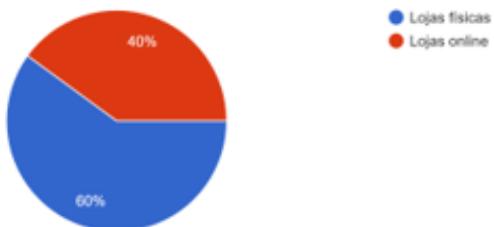
Este reconhecimento inicial foi feito através de formulários online lançados em diversas mídias sociais, como grupos e comunidades dedicados ao público vegan no Facebook e também por entrevistas presenciais com pequenos empreendedores veganos.

Entrevistas feitas em um evento vegano

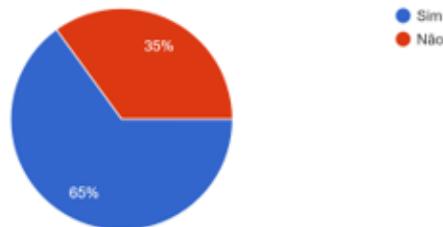


Dados obtidos do formulário online

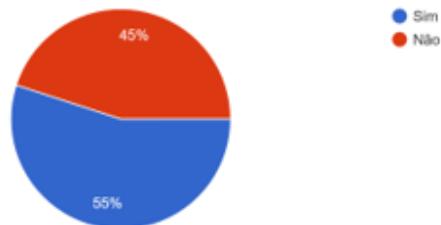
Por onde você costuma fazer compras de produtos veganos?
20 respostas



Você costuma fazer compras online?
20 respostas



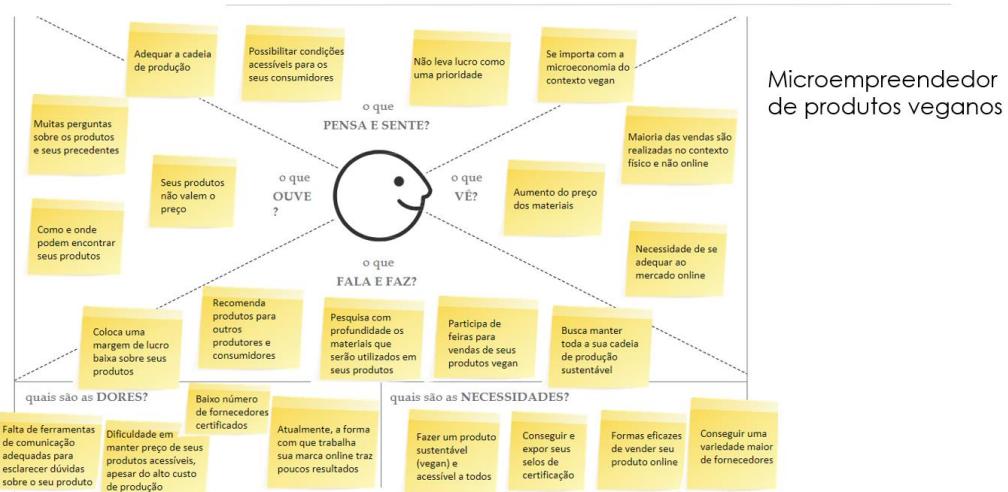
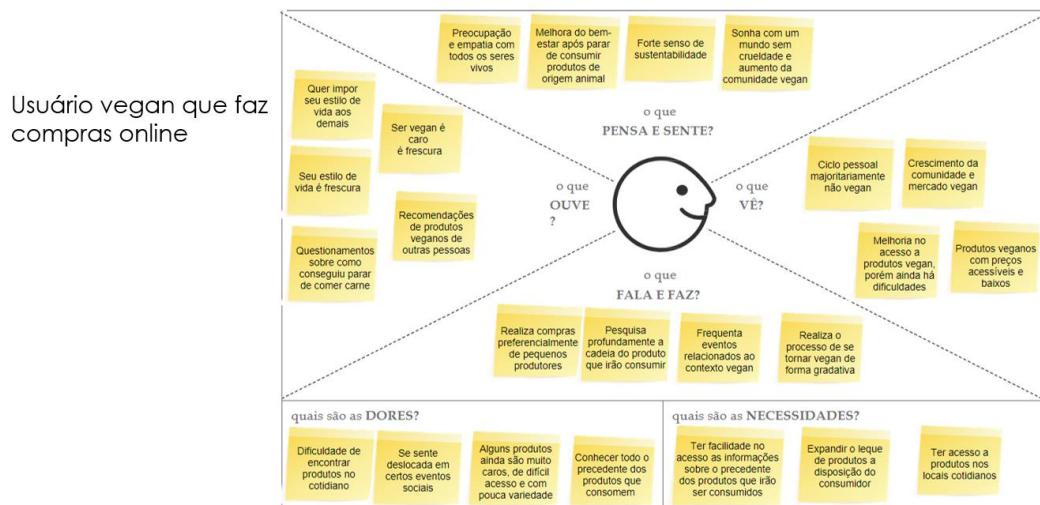
Você tem facilidade de encontrar produtos veganos?
20 respostas



III) Mapa de Empatia

Com os dados até então obtidos foi possível realizar uma análise mais profunda e detalhista do público-alvo e validar se as pessoas projetadas anteriormente eram condizentes com a realidade descoberta.

O mapa de empatia faz uma leitura completa desses resultados, definindo as dores, necessidades e sentimentos.



DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

2.1 – Elicitação de requisitos

IV) Mapa de persona

Por fim, com base em todas as informações até então adquiridas, refinamos as proto personas, o que nos levou aos Mapas de persona.

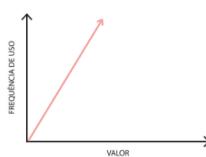


PERSONAL CANVAS

Tipo de Pessoa Pessoa vegana

Autor Felipe Higa & Vitória Santos

Data 09/02/2022

<input checked="" type="checkbox"/> Primária <input type="checkbox"/> Secundária  Afirmção/Comportamento <p>"Sou vegana e tenho dificuldade em encontrar produtos veganos acessíveis e de qualidade"</p> <p>”</p> <p>Nome Mariana Idade 25 Ocupação Estudante Local São Paulo Status Solteira</p> <p>Biografia Trocou o estilo junkie food pelo vegan em 2011, o que curou as doencas de pele e gastrointestinais das quais sofria. A experiência super positiva deu forças para continuar engajada no movimento, difundindo a causa e zelando por um mundo livre do sofrimento animal.</p>	Personalidade <table border="1"> <tr><td>EXTROVERTIDO</td><td>INTROVERTIDO</td></tr> <tr><td>SENSITIVO</td><td>INTUITIVO</td></tr> <tr><td>PENSAR</td><td>SENTIR</td></tr> <tr><td>JULGAR</td><td>PERCEBER</td></tr> <tr><td>PASSIVO</td><td>ATIVO</td></tr> </table> O que me envolve/me desperta interesse <table border="1"> <tr><td>INCENTIVO</td></tr> <tr><td>MEDO</td></tr> <tr><td>CONQUISTA</td></tr> <tr><td>CRESCIMENTO</td></tr> <tr><td>PODER</td></tr> <tr><td>SOCIAL</td></tr> </table> Marcas/apps/ Influencers favoritos  Dispositivos e plataformas 	EXTROVERTIDO	INTROVERTIDO	SENSITIVO	INTUITIVO	PENSAR	SENTIR	JULGAR	PERCEBER	PASSIVO	ATIVO	INCENTIVO	MEDO	CONQUISTA	CRESCIMENTO	PODER	SOCIAL	Especialidade Técnica <table border="1"> <tr><td>IT E INTERNET</td></tr> <tr><td>SOFTWARES</td></tr> <tr><td>MOBILE E APPS</td></tr> <tr><td>REDES SOCIAIS</td></tr> <tr><td>INTERNET DAS COISAS E REALIDADE VIRTUAL</td></tr> </table> Objetivos <ul style="list-style-type: none"> Promover o crescimento da comunidade vegana. Conscientizar o público não vegano sobre a importância do movimento. Alcançar um mundo livre de crueldade animal e mais sustentável. Razão principal para usar o seu serviço/produto <ul style="list-style-type: none"> Grande variedade de produtos. Proximidade com vendedores. Certificações dos produtos. Facilidade de navegação. Fator decisivo Facilidade em encontrar variados tipos de produtos com certificação vegana em um só lugar.	IT E INTERNET	SOFTWARES	MOBILE E APPS	REDES SOCIAIS	INTERNET DAS COISAS E REALIDADE VIRTUAL	Como me contactar <table border="1"> <tr><td>ANÚNCIOS TRADICIONAIS E MALA DIRETA (CORREIO)</td></tr> <tr><td>ANÚNCIOS DIGITAIS E E-MAIL</td></tr> <tr><td>BLOG E/OU MÍDIAS SOCIAIS</td></tr> <tr><td>BOCA A BOCA</td></tr> <tr><td>EVENTOS/LUGARES FÍSICOS</td></tr> </table> Pontos de dor <ul style="list-style-type: none"> Dificuldade em encontrar lojas online confiáveis de produtos veganos Dificuldade em encontrar variedade de marcas/produtos veganos Alguns produtos ainda são muito caros Poucas lojas online dedicadas ao contexto vegano Conhecer todo o precedente dos produtos que consome Relação com o seu produto/serviço 	ANÚNCIOS TRADICIONAIS E MALA DIRETA (CORREIO)	ANÚNCIOS DIGITAIS E E-MAIL	BLOG E/OU MÍDIAS SOCIAIS	BOCA A BOCA	EVENTOS/LUGARES FÍSICOS
EXTROVERTIDO	INTROVERTIDO																												
SENSITIVO	INTUITIVO																												
PENSAR	SENTIR																												
JULGAR	PERCEBER																												
PASSIVO	ATIVO																												
INCENTIVO																													
MEDO																													
CONQUISTA																													
CRESCIMENTO																													
PODER																													
SOCIAL																													
IT E INTERNET																													
SOFTWARES																													
MOBILE E APPS																													
REDES SOCIAIS																													
INTERNET DAS COISAS E REALIDADE VIRTUAL																													
ANÚNCIOS TRADICIONAIS E MALA DIRETA (CORREIO)																													
ANÚNCIOS DIGITAIS E E-MAIL																													
BLOG E/OU MÍDIAS SOCIAIS																													
BOCA A BOCA																													
EVENTOS/LUGARES FÍSICOS																													

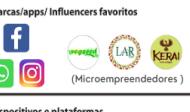


PERSONAL CANVAS

Tipo de Pessoa Microempreendedor de produtos veganos

Autor Felipe Higa & Vitória Santos

Data 09/02/2022

<input type="checkbox"/> Primária <input checked="" type="checkbox"/> Secundária  Afirmção/Comportamento <p>Sou dona de marca de cosméticos veganos e posso dificuldade em atingir o público consumidor</p> <p>”</p> <p>Nome Claudia Idade 39 Ocupação Produtora de cosméticos veganos Local São Paulo Status Casada</p> <p>Biografia Claudia é vegetariana desde pequena. A mudança para o veganismo aconteceu já adulta, após descobrir sobre a crueldade animal existente na indústria da carne, de cosméticos, farmacêutica e da moda. Após mudança, passou ativarativamente no movimento vegan e criou sua própria marca de produtos veganos.</p>	Personalidade <table border="1"> <tr><td>EXTROVERTIDO</td><td>INTROVERTIDO</td></tr> <tr><td>SENSITIVO</td><td>INTUITIVO</td></tr> <tr><td>PENSAR</td><td>SENTIR</td></tr> <tr><td>JULGAR</td><td>PERCEBER</td></tr> <tr><td>PASSIVO</td><td>ATIVO</td></tr> </table> O que me envolve/me desperta interesse <table border="1"> <tr><td>INCENTIVO</td></tr> <tr><td>MEDO</td></tr> <tr><td>CONQUISTA</td></tr> <tr><td>CRESCIMENTO</td></tr> <tr><td>PODER</td></tr> <tr><td>SOCIAL</td></tr> </table> Marcas/apps/ Influencers favoritos  Dispositivos e plataformas 	EXTROVERTIDO	INTROVERTIDO	SENSITIVO	INTUITIVO	PENSAR	SENTIR	JULGAR	PERCEBER	PASSIVO	ATIVO	INCENTIVO	MEDO	CONQUISTA	CRESCIMENTO	PODER	SOCIAL	Especialidade Técnica <table border="1"> <tr><td>IT E INTERNET</td></tr> <tr><td>SOFTWARES</td></tr> <tr><td>MOBILE E APPS</td></tr> <tr><td>REDES SOCIAIS</td></tr> <tr><td>INTERNET DAS COISAS E REALIDADE VIRTUAL</td></tr> </table> Objetivos <ul style="list-style-type: none"> Promover o crescimento da comunidade vegana. Conscientizar o público não vegano sobre a importância do movimento. Alcançar um mundo livre de crueldade animal e mais sustentável. Obter sucesso e crescimento de sua marca. Dinamizar e modernizar a logística de seu negócio. Razão principal para usar o seu serviço/produto <ul style="list-style-type: none"> Serviço aberto a todo tipo de produtos veganos. Interface amigável a usuários leigos. Cliente tem facilidade de contato com o vendedor. Fator decisivo Possibilita visibilidade e alcance dos produtos de pequeno empreendedores.	IT E INTERNET	SOFTWARES	MOBILE E APPS	REDES SOCIAIS	INTERNET DAS COISAS E REALIDADE VIRTUAL	Como me contactar <table border="1"> <tr><td>ANÚNCIOS TRADICIONAIS E MALA DIRETA (CORREIO)</td></tr> <tr><td>ANÚNCIOS DIGITAIS E E-MAIL</td></tr> <tr><td>BLOG E/OU MÍDIAS SOCIAIS</td></tr> <tr><td>BOCA A BOCA</td></tr> <tr><td>EVENTOS/LUGARES FÍSICOS</td></tr> </table> Pontos de dor <ul style="list-style-type: none"> Queda nas vendas durante a pandemia Precisa de ajuda com a logística da venda Baixo número de fornecedores certificados Tem dificuldade em divulgar sua marca e encontrar novos consumidores Atualmente, a forma com que trabalha sua marca online traz poucos resultados Relação com o seu produto/serviço 	ANÚNCIOS TRADICIONAIS E MALA DIRETA (CORREIO)	ANÚNCIOS DIGITAIS E E-MAIL	BLOG E/OU MÍDIAS SOCIAIS	BOCA A BOCA	EVENTOS/LUGARES FÍSICOS
EXTROVERTIDO	INTROVERTIDO																												
SENSITIVO	INTUITIVO																												
PENSAR	SENTIR																												
JULGAR	PERCEBER																												
PASSIVO	ATIVO																												
INCENTIVO																													
MEDO																													
CONQUISTA																													
CRESCIMENTO																													
PODER																													
SOCIAL																													
IT E INTERNET																													
SOFTWARES																													
MOBILE E APPS																													
REDES SOCIAIS																													
INTERNET DAS COISAS E REALIDADE VIRTUAL																													
ANÚNCIOS TRADICIONAIS E MALA DIRETA (CORREIO)																													
ANÚNCIOS DIGITAIS E E-MAIL																													
BLOG E/OU MÍDIAS SOCIAIS																													
BOCA A BOCA																													
EVENTOS/LUGARES FÍSICOS																													

V) User stories

Uma vez definidas as personas, procuramos entender suas reais necessidades para tornar a Vegan House um sistema que fosse realmente eficiente e coeso.

Os Users Stories foram uma ótima maneira, já que, por meio de frases estruturadas, conseguimos pensar se para um problema específico, realmente conseguiríamos atender o usuário.

Conseguimos chegar aos seguintes resultados:



VI) Jornada do Usuário

Após conhecer nosso público, fomos conhecer nossos principais concorrentes de mercado.

Para isso foi analisado como é a jornada do usuário em plataformas já existentes dedicadas ao público vegetariano/vegano. O trabalho feito nesta etapa visou encontrar possíveis pontos de falha ou dor e como estes aspectos poderiam ser melhor trabalhados na solução a ser desenvolvida.

Usuário vegan

Fases (usuário)	PESQUISA DO PRODUTO	ESCOLHA DO PRODUTO	FECHAMENTO DA COMPRA	RECEBIMENTO DO PRODUTO
Faz (ações do usuário)	<ul style="list-style-type: none"> • Procurar determinado tipo de produto vegano online • Verificar credibilidade do site 	<ul style="list-style-type: none"> • Escolher quais produtos serão comprados 	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar disponibilidade de entrega • Solicitar entrega do produto 	<ul style="list-style-type: none"> • Escolher meio de pagamento. • Finalizar compra
Sente (dores do usuário)				
	Sente-se incomodado e desconfiado	Sente-se frustrado	Sente-se estressado	Sente-se satisfeito
Pensa (usuário)	<ul style="list-style-type: none"> • Quero produtos de qualidade • Quero sites confiáveis 	<ul style="list-style-type: none"> • Queria ter mais informações sobre o precedente do produto 	<ul style="list-style-type: none"> • Queria ter menos trabalho na hora de concluir a compra 	<ul style="list-style-type: none"> • Estou satisfeito com os produtos recebidos e com o processo de entrega
Proposta (mudanças)	<ul style="list-style-type: none"> • Fazer uma plataforma que informa a procedência do produto 	<ul style="list-style-type: none"> • Agregar um grande número de lojistas a fim de disponibilizar uma grande variedade de produtos. • Proporcionar mais informações sobre o produto • Proporcionar maior proximidade com o produtor (chat com produtor) 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar um fluxo de fechamento de compra com menos etapas e mais claro • Realizar um redirecionamento de páginas que facilite o processo de compra para o usuário 	

Microempreendedor de produtos veganos

Fases (usuário)	PESQUISA DE MEIOS DE VENDA	CADASTRO DE PRODUTO	VENDA	DESPACHO
Faz (ações do usuário)	<ul style="list-style-type: none"> • Procurar marketplaces para divulgar os seus produtos 	<ul style="list-style-type: none"> • Cadastra e vende o produto em um marketplace 	<ul style="list-style-type: none"> • Aguarda a compra do produto • Espera o comprovante de pagamento 	<ul style="list-style-type: none"> • Aguarda a compra do produto • Espera o comprovante de pagamento
Sente (dores do usuário)				
	Sente-se desgastado	Sente-se frustrado	Sente-se ansioso	Neutro
Pensa (usuário)	<ul style="list-style-type: none"> • Estou procurando lugares para conseguir vender o meu produto 	<ul style="list-style-type: none"> • Espero que as pessoas não tenham dúvidas sobre meus produtos • Exibir meus selos de certificação vegana e ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> • Gostaria de ter um volume grande de vendas • Será que as pessoas vão gostar do meu produto 	<ul style="list-style-type: none"> • Que inconveniente é ir despachar o produto • Tomara que o produto chegue em bom estado no cliente
Proposta (mudanças)	<ul style="list-style-type: none"> • Oferecer uma plataforma de marketplace confiável 	<ul style="list-style-type: none"> • Trazer mais proximidade entre vendedores e clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Oferecer um sistema de avaliação de produtos • Visibilidade para lojistas que possuem certificações 	<ul style="list-style-type: none"> • Permitir que o comprador entre em contato com o lojista após a compra, caso seja necessário troca, ou para feedback

VII) Benchmark

Ainda com foco na concorrência foi elaborado um Benchmark, levando em consideração as features core das aplicações do Portal Vegano, que seria um forte concorrente direto por também ser um marketplace voltado ao mercado vegano, e do Mercado Livre, que é um grande player dentro do cenário de e-commerce.

Benchmark			
Funcionalidade	Vegan House	Mercado Livre	Portal vegano
Filtros para busca dos produtos	✓	✓	✓
Carrinho de compra	✓	✓	✓
Vizualização de pedidos	✓	✓	✓
Associação de produtos com selos de certificação vegana	✓	✗	✗
Proximidade do consumidor final com o produtor	✓	✗	✗
Painel de gestão de produtos	✓	✓	✗

Como podemos ver acima, nossa aplicação contém as principais funcionalidades dessa modalidade.

Além disso traz como diferencial a associação de selos de certificação vegana às marcas, o que ajuda a passar uma maior credibilidade aos produtos e mais tranquilidade aos consumidores e a preocupação em trazer uma proximidade entre os consumidores e produtores, justamente porque, como explicado, durante o processo de compra podem surgir várias dúvidas relacionadas à procedência do produto e de seus componentes.

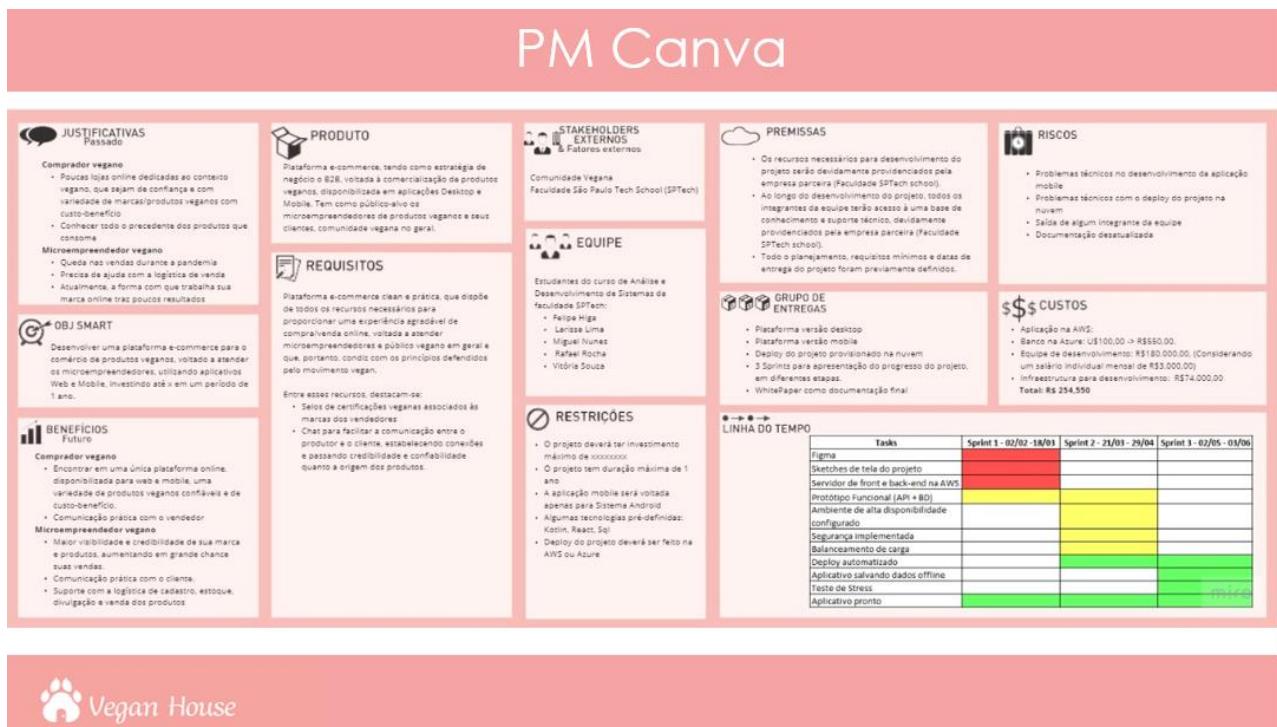
DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

2.1 – Elicitação de requisitos

VIII) PM Canva

Para nos ajudar com o planejamento do projeto geral, visando todas as áreas envolvidas, desenvolvemos o PM Canvas.

Onde pontuamos informações importantes como: fatores de risco, tempo de projeto, investimento necessário, Sprints Backlogs, entre outros.



IX) Canvas de modelo de negócio

Uma vez definido nosso planejamento, nós definimos como funcionaríamos como empresa.

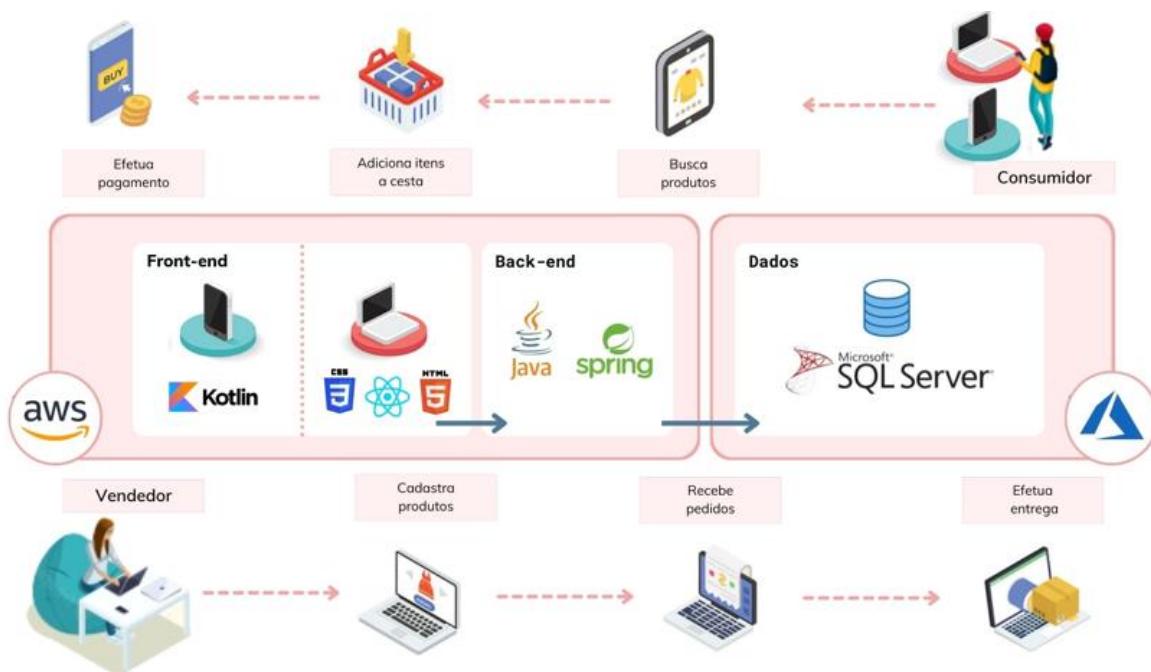
Para isso, elaboramos um Canvas, onde especificamos nosso modelo de negócio.

Então aqui, por exemplo, podemos ver nossos parceiros-chave; nossa geração de receita: que seria através da comissão sobre vendas; nossa estrutura de custos: baseada em servidores, infraestrutura para desenvolvimento e mão de obra; e principalmente nossa proposta de valor: que é promover acessibilidade para esse mercado e por consequência contribuir para um futuro mais sustentável.

Canvas de modelo de negócio				
Parceiros Chave	Atividades Chave	Proposta de Valor	Relacionamento com o Cliente	Segmento(s) de Cliente(s)
Azure AWS SharePoint GitHub	Desenvolvimento Provisionamento da aplicação na nuvem Chat para contato entre vendedor e comprador	Facilidade de acesso Conveniência	SAC FAQ	Microempreendedor de produtos veganos Comunidade vegana
	Recursos Chave Equipe de desenvolvimento Computador com acesso a internet Domínio da linguagem de programação Kotlin	Por que é diferente do que existe hoje? Garantia de certificação Facilidade de contato entre os stakeholders Grande variedade de produtos	Canais Play Store Site do marketplace Navegadores de internet (Explorer, Chrome, Mozilla, Opera e etc.)	Early Adopters (Primeiros usuários) Comunidade vegana
Estrutura de Custos			Geração de Receita	
Servidores	Infraestrutura para desenvolvimento	Funcionários	Comissão sobre vendas	
Próximos Passos			Indicadores (Validação do Modelo, Acompanhamento)	
Hospedagem na nuvem	Protótipo de telas		Número de usuários que realizaram download do app	Número de vendas realizadas no app

X) Desenho de solução

Como forma de ilustrar nossa solução, elaboramos um diagrama que nos traz uma visão em alto nível de como funciona nosso negócio.



O negócio é composto por duas frentes de clientela, os microempreendedores veganos e seus clientes.

Eles interagem entre si, alternando entre fluxos como: cadastro, venda e compra de produtos, através de nossa aplicação, o marketplace Vegan House, disponível nas versões WEB e mobile.

Ainda no diagrama, podemos ver as principais linguagens e tecnologias utilizadas em cada aplicação, bem como o Banco de dados consumido e o ambiente provisionado.

2.1 – Elicitação de requisitos

XI) Backlog da Aplicação

Neste ponto do projeto, a equipe já conhecia a fundo as personas do produto, suas principais dores e do contexto vegano e os pontos da concorrência que poderiam ser melhorados. Assim, por fim montou-se a primeira versão do backlog.

O primeiro passo foi a construção de uma tabela de requisitos, unindo todas as condições que o sistema exigia. Para o desenvolvimento da planilha classificamos cada requisito em essencial, importante e desejável, facilitando na compreensão do escopo básico do projeto.

1º Semestre do projeto – Aplicação Web

BACKLOG						
ID	Estado	Artefato	Essencial	Importante	Desejável	Dificuldade
1	Planejada	Página Home	X			Fácil
2	Planejada	Tela de login/Tela de cadastro	X			Fácil
3	Planejada	Tela de catálogo dos produtos	X			Médio
4	Planejada	Tela individual do produto	X			Difícil
5	Planejada	Tela do perfil do usuário	X			Médio/Fácil
6	Planejada	Tela para o usuário ver pedidos	X			Médio
7	Planejada	Tela do carrinho	X			Difícil
8	Planejada	Tela checkout(Pagamento)	X			Difícil
9	Planejada	Tela seller add, remover e editar produtos	X			Médio
10	Planejada	Tela de pedidos para o seller	X			Médio
11	Planejada	Tela de perfil de vendedor	X			Fácil
12	Planejada	Filtro de busca de produtos		X		Fácil
13	Planejada	Categorias de produtos		X		Fácil
14	Planejada	Tela para o usuário comum se cadastrar como lojista		X		Fácil
15	Planejada	Notificar usuários sobre chegada de produtos		X		Médio
16	Planejada	Tela de edição de endereço no perfil do usuário		X		Fácil
17	Planejada	Cotar frete			X	Difícil
18	Planejada	Avaliação para o produto			X	Médio
19	Planejada	Add selos e certificações no produto			X	Fácil
20	Planejada	Filtro do pedido			X	Fácil
21	Planejada	Status do pedido			X	Difícil
22	Planejada	Seller deve poder alterar o status do pedido			X	Fácil
23	Planejada	Chat para o seller			X	Difícil

2º Semestre do projeto - Aplicação Mobile

BACKLOG						
ID	Estado	Artefato	Essencial	Importante	Desejável	Dificuldade
1	Planejada	Tela Home	X			Fácil
2	Planejada	Tela de cadastro de usuário comum	X			Fácil
3	Planejada	Tela de login	X			Fácil
4	Planejada	Tela de perfil do usuário	X			Fácil
5	Planejada	Tela de edição de endereço para o usuário	X			Fácil
6	Planejada	Tela de visualização de pedidos	X			Médio
7	Planejada	Tela de cadastro de vendedor	X			Fácil
8	Planejada	Tela de perfil do vendedor	X			Fácil
9	Planejada	Tela de produtos do vendedor (add, remover e editar produtos)	X			Médio
10	Planejada	Tela de visualização de vendas	X			Médio
11	Planejada	Tela de catálogo dos produtos	X			Fácil
12	Planejada	Tela individual do produto	X			Fácil
13	Planejada	Tela do carrinho de compras	X			Médio
14	Planejada	Tela checkout (Pagamento)	X			Médio
15	Planejada	Filtros para busca dos produtos		X		Fácil
16	Planejada	Categorias de produtos		X		Fácil
17	Planejada	Associação das marcas com selos de certificação vegana		X		Fácil
18	Planejada	Acompanhamento do processo de compra/entrega (status do pedido)		X		Médio
19	Planejada	Notificações sobre o produto por push - Usuário			X	Médio
20	Planejada	Notificação sobre vendas/produtos por push - Vendedor			X	Médio
21	Planejada	Seção de dúvidas/respostas sobre o produto			X	Difícil
22	Planejada	Avaliação dos produtos			X	Difícil
23	Planejada	Disponibilizar diferentes formas de pagamento			X	Difícil

*A medida em que o projeto foi se desenvolvendo, houve algumas alterações no escopo.

Com uma solução bem definida, o próximo passo foi atribuir uma identidade visual para o projeto. Assim, iniciou-se a construção do logotipo, cores, slogan e estilo da aplicação.

Logotipo



Slogan

“O Lar do produtor vegano”

Cores

-Rosa (Cor Principal):

Em nossa Proto persona, pudemos identificar um ponto em comum muito forte aos veganos: trata-se do sentimento de compaixão e amor por tudo e todos. Assim, procurando “quebrar” o senso comum de que os veganos estão única e exclusivamente relacionados à natureza, ideia muitas vezes expressa pela escolha majoritária da cor verde associada ao contexto vegano, nós optamos pelo rosa como cor principal, visando destacar esse sentimento que se mostrou ser a “fonte” daquilo pelo qual eles lutam e acreditam.

-Verde:

Embora o rosa tenha sido escolhido com o intuito de priorizar a associação dos veganos ao sentimento de compaixão, não podemos deixar de lado sua conexão com a natureza que, sem sombra de dúvidas, é uma característica muito forte e presente nesse contexto.

Assim, a cor verde também foi escolhida para evidenciar esse envolvimento com a natureza.

DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

2.2 – Identidade visual

-Branco:

Para completar a palheta, optamos pela escolha da cor branca a fim de trazer equilíbrio entre as outras duas cores e remeter uma sensação de paz e harmonia, que é justamente o propósito final do veganismo.

Estilo

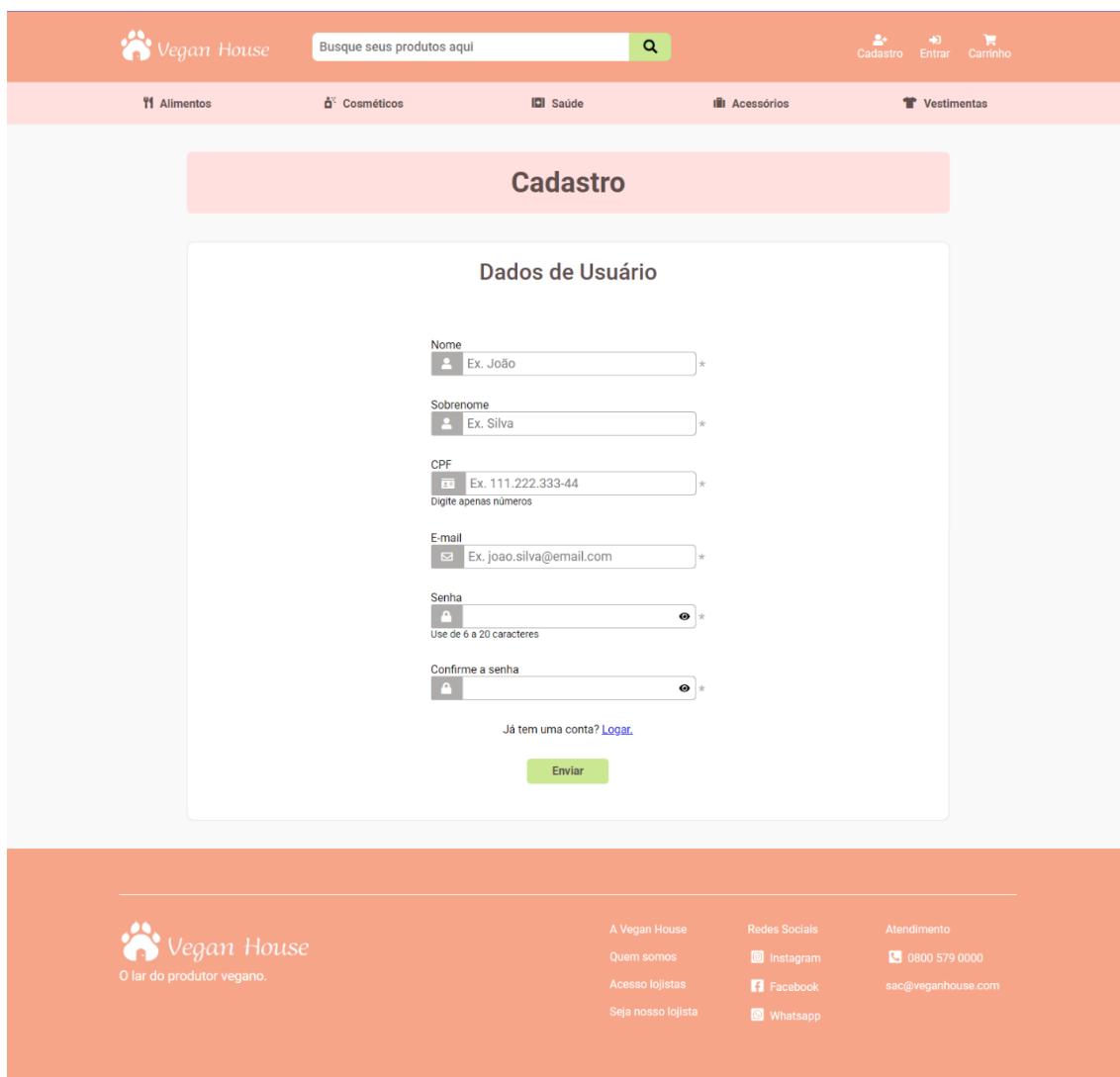
Quanto ao estilo de nossa aplicação, procuramos seguir um padrão de Marketplace, já conhecido dentro do contexto de compras online, porém mais clean, o que nos diferencia dos Marketplaces convencionais.

Assim, tivemos cautela quanto à disposição e quantidade de informações presentes em um mesmo espaço, procurando justamente poupar o usuário à uma exposição intensa, a fim de lhe proporcionar uma experiência de navegação mais calma e confortável. Além disso, agora pensando no público mais jovem, procuramos deixar a interface mais descontraída.

Após a definição de tópicos importantes sobre a estrutura do projeto, a próxima etapa foi desenvolver a aplicação. Para isso, inicialmente avaliou-se bem as premissas estabelecidas do projeto e seguimos o desenvolvimento com base nos protótipos de tela elaborados.

Vale ressaltar que, como identificado em nossa proto persona, a aplicação web foi desenvolvida tendo em mente que nosso usuário principal seriam os **microempreendedores de produtos veganos**.

Cadastro de usuário



The screenshot shows the Vegan House website's user registration page. At the top, there is a navigation bar with the logo, a search bar, and links for Cadastro, Entrar, and Carrinho. Below the navigation, there are category links for Alimentos, Cosméticos, Saúde, Acessórios, and Vestimentas. The main content area has a pink header bar with the text "Cadastro". Below it, a white form titled "Dados de Usuário" contains fields for Nome (Name), Sobrenome (Last Name), CPF (Brazilian Social Security Number), E-mail (Email), Senha (Password), and Confirme a senha (Confirm Password). Each field has an example value and a mandatory asterisk. At the bottom of the form, there is a link "Já tem uma conta? [Logar.](#)" (Already have an account? [Log in.](#)) and a green "Enviar" (Send) button. The footer of the page includes the Vegan House logo, links to A Vegan House, Redes Sociais (Social Media), and Atendimento (Customer Support), along with icons for Instagram, Facebook, and Whatsapp.

Tela em que o usuário comum pode realizar seu cadastro e, então, ter acesso total às funcionalidades do marketplace.



DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

2.3 – Aplicação web

Login

The screenshot shows the Vegan House website's login interface. At the top, there is a navigation bar with the logo, a search bar, and links for Cadastro, Entrar, and Carrinho. Below the navigation bar, there are category links: Alimentos, Cosméticos, Saúde, Acessórios, and Vestimentas. The main content area features a pink header with the word "Login". Below this, a central form asks "Olá, digite o seu e-mail e a senha utilizados no cadastro". It contains fields for "E-mail" (with placeholder "Ex. joao.silva@email.com") and "Senha" (with placeholder "Senha"). There is also a link "Ainda não tem uma conta? [Cadastre-se.](#)". A green "Entrar" button is at the bottom of the form. The footer of the page includes the Vegan House logo, the text "O lar do produtor vegano.", links to "A Vegan House", "Quem somos", "Acesso lojistas", and "Seja nosso lojista", and sections for "Redes Sociais" (Instagram, Facebook, Whatsapp) and "Atendimento" (phone number 0800 579 0000 and email sac@veganhouse.com).

Após o cadastro, o usuário comum pode se logar na aplicação.



DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

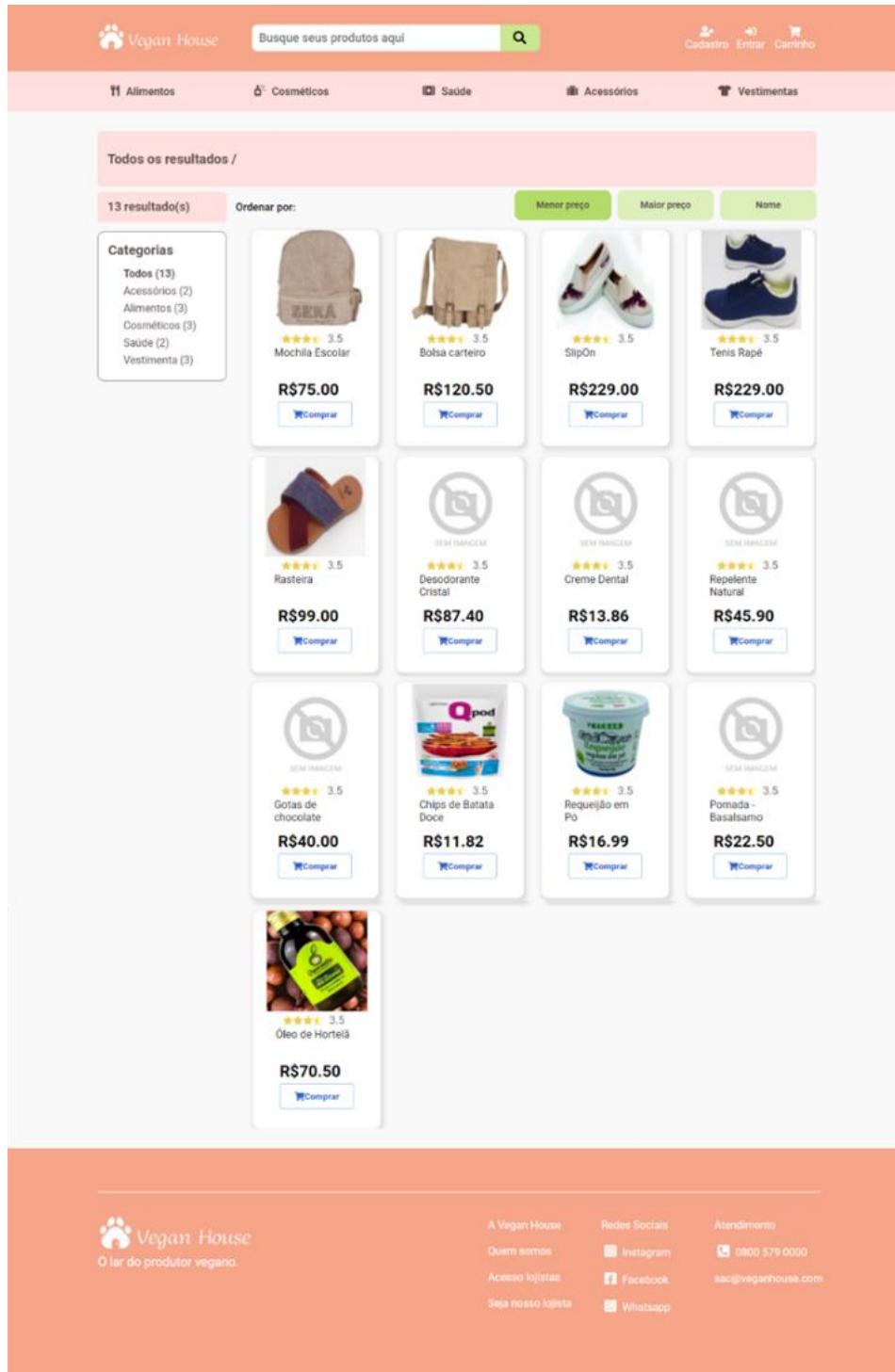
2.3 – Aplicação web

Home

The screenshot displays the homepage of the Vegan House website. At the top, there's a navigation bar with links for 'Alimentos', 'Cosméticos', 'Saúde', 'Acessórios', and 'Vestimentas'. A search bar is located at the top right. Below the navigation, a banner features a welcome message 'Seja bem-vindo!' and a photo of various vegan products like shoes and cosmetics. A 'Novidades' section shows three product cards: 'Requeijão em Pó' (R\$16.99), 'Pomada - Basáltico' (R\$22.50), and 'Óleo de Hortelã' (R\$70.50). A 'Vendedores Populares' section highlights logos for KERAI, LAR, and another brand. The 'Destaque' section shows three products: 'Mochila Escolar' (R\$75.00), 'Bolsa carteiro' (R\$120.50), and 'SlipOn' (R\$229.00). The footer contains the Vegan House logo, links to 'A Vegan House', 'Redes Sociais', 'Atendimento', and contact information.

Página inicial da aplicação. Nela consta informações importantes e atrativas para o usuário, como a exibição dos novos produtos cadastrados, produtos de destaque, vendedores populares, além de conter atalhos que induzem a navegação pelo marketplace.

Catálogo de produtos



The screenshot shows the product catalog page of the Vegan House website. At the top, there's a navigation bar with the logo, a search bar, and links for Cadastro, Entrar, and Carrinho. Below the navigation is a horizontal menu with categories: Alimentos, Cosméticos, Saúde, Acessórios, and Vestimentas. The main content area displays a grid of 13 products. Each product card includes an image, the name, a rating (3.5 stars), and a price. A 'Comprar' button is also present in each card.

Nome do Produto	Preço
Mochila Escolar	R\$75,00
Bolsa carteiro	R\$120,50
SlipOn	R\$229,00
Tênis Rapé	R\$229,00
Rasteira	R\$99,00
Desodorante Cristal	R\$87,40
Creme Dental	R\$13,86
Repelente Natural	R\$45,90
Gotas de chocolate	R\$40,00
Chips de Batata Doce	R\$11,82
Requeijão em Pó	R\$16,99
Pomada - Basalsamo	R\$22,50
Óleo de Hortela	R\$70,50

Categorias

- Todos (13)
- Acessórios (2)
- Alimentos (3)
- Cosméticos (3)
- Saúde (2)
- Vestimentas (3)

Ordenar por:

- Menor preço
- Maior preço
- Nome

Tela importante para o usuário no processo de busca pelos produtos de seu interesse. Para facilitar e melhorar esse processo, conta com filtros por categoria de produtos, preço e nome.

Descrição do produto

Todos os resultados / Alimentos

Requeijão em Pó

★★★ 3.5

Vendido por LarVegan

R\$16.99

[Comprar](#)

Descrição do produto

O Requeijão Vegano em pó 100g Wvegan é um produto único, tem sabor e textura de requeijão, sem adição de nenhum ingrediente de origem animal. É fabricado a partir de cítricos vegetais. Pode auxiliar na redução do colesterol sanguíneo, possui vitamina E (um poderoso antioxidante natural), oferecendo uma boa opção para substituição de requeijão para veganos.

INGREDIENTES
Gordura de Palma, Alginato de Sódio, Cloreto de Potássio e Aroma Artificial de Requeijão.

NAO CONTÉM GLÚTEN

MODO DE PREPARO
Diluir 100g de pó em 90 ml de água quente (a partir de 35°C). Misturar até homogeneização completa do produto. Colocar sob refrigeração imediata até que se obtenha a textura desejada.

MODO DE CONSERVAÇÃO
Manter em local fresco, seco, inodoro e ao abrigo da luz. Não consumir este produto, caso o lacre de segurança esteja rompido.

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL
Porção 100g (10 colheres de sopa)

Sobre o vendedor

Contato & Redes Sociais

@larVegan larVegan (11) 84307-550...

Certificações

Selo da Sociedade Vegetariana Brasileira

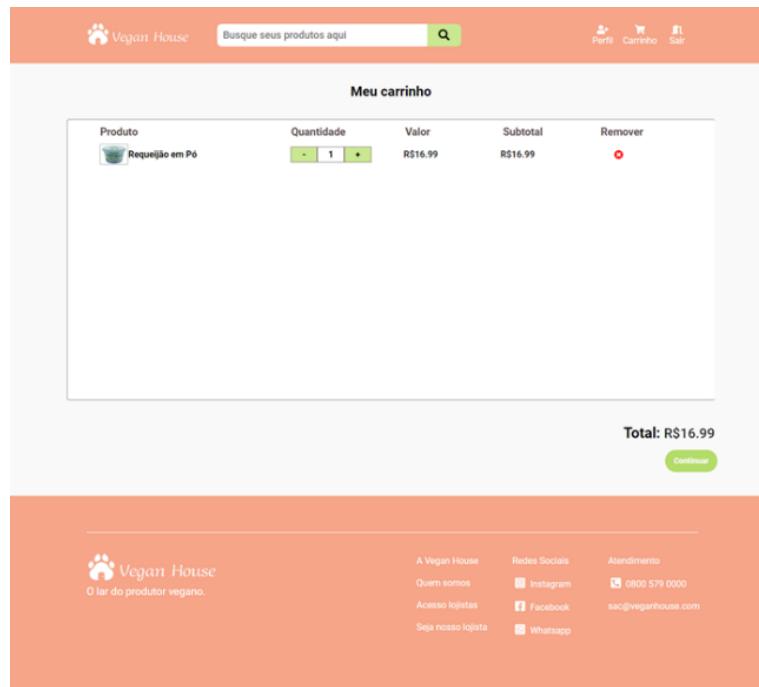
Selo The Leaping Bunny

Certificado Vegano da Organização Veganismo Brasil

Tela na qual o consumidor pode verificar informações importantes sobre o produto de seu interesse: fotos, descrição, preço e avaliação, bem como informações de seu vendedor: contato e redes sociais e as certificações de selos veganos que possui.

2.3 – Aplicação web

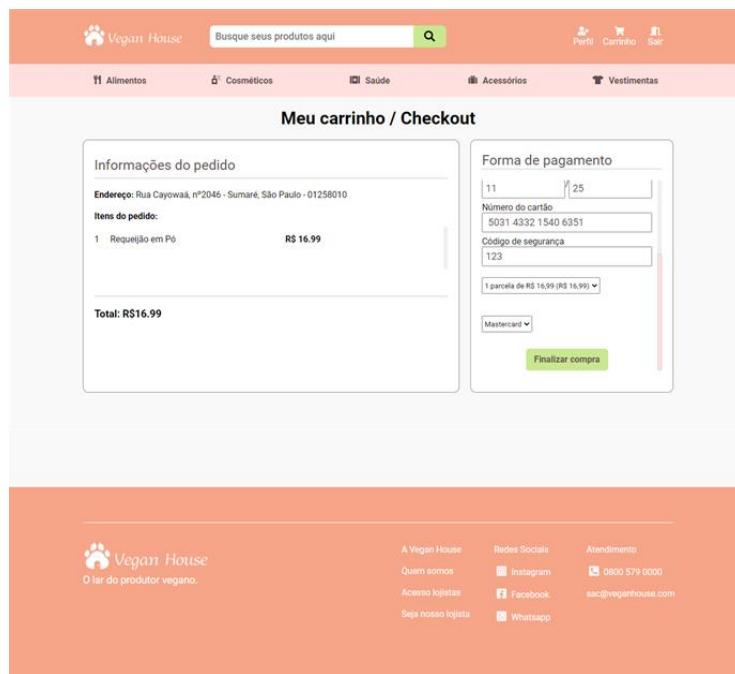
Carrinho



The screenshot shows the Vegan House website's shopping cart page. At the top, there is a header with the logo, a search bar, and navigation links for 'Perfil', 'Carrinho', and 'Sair'. Below the header, the title 'Meu carrinho' is displayed. A table lists the items in the cart: 'Requeijão em Pó' (1 unit, R\$16.99). There are buttons to decrease or increase the quantity and a 'Remover' (Remove) button. At the bottom of the cart area, it says 'Total: R\$16.99' and has a 'Continuar' (Continue) button. The footer of the page contains the Vegan House logo, contact information, and social media links.

Aqui o consumidor pode adicionar e/ou remover os produtos por ele selecionados para, enfim, efetivar sua compra.

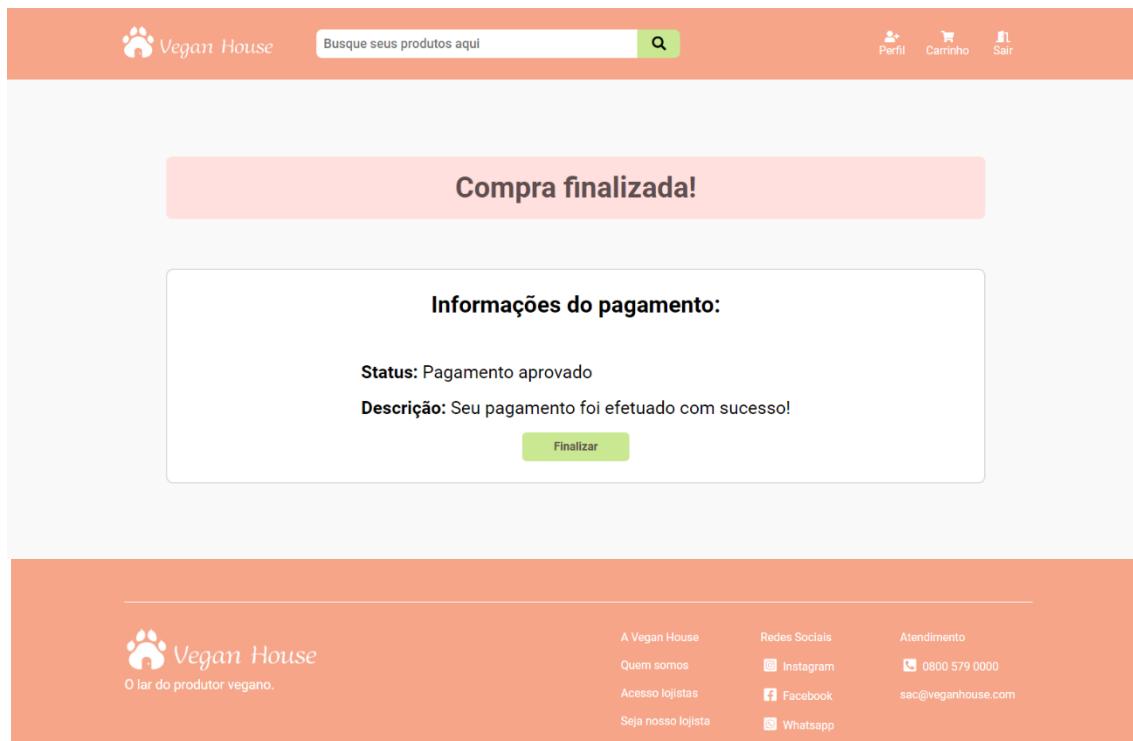
Checkout



The screenshot shows the Vegan House website's checkout page. The header includes the logo, a search bar, and navigation links for 'Alimentos', 'Cosméticos', 'Saúde', 'Acessórios', 'Vestimentas', 'Perfil', 'Carrinho', and 'Sair'. The main title is 'Meu carrinho / Checkout'. On the left, there is a section for 'Informações do pedido' with fields for 'Endereço' (Rua Cayswá, nº2046 - Sumaré, São Paulo - 01258010) and 'Itens do pedido': '1 Requeijão em Pó. R\$ 16.99'. It also displays the 'Total: R\$16.99'. On the right, there is a 'Forma de pagamento' section with fields for 'Número do cartão' (11 25, 5031 4332 1540 6351), 'Código de segurança' (123), and a dropdown for 'Parcelamento' (1 parcela de R\$ 16.99 (R\$ 16.99)). A 'Mastercard' logo is shown, and a 'Finalizar compra' (Finish purchase) button is at the bottom. The footer is identical to the one in the previous screenshot.

Tela na qual o usuário insere os dados de pagamento para efetivação da compra.

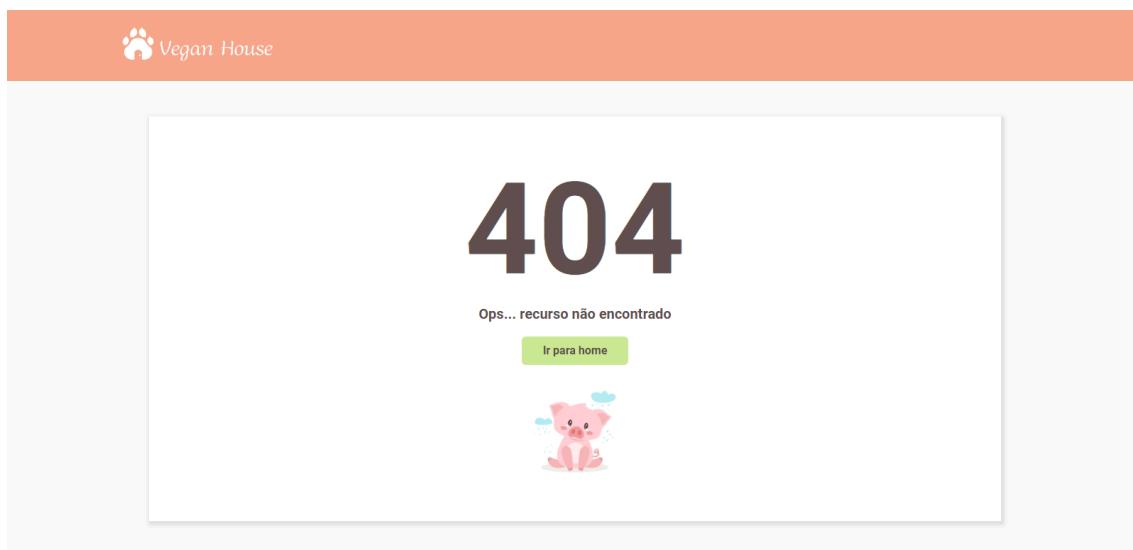
Efetivação da compra



The screenshot shows the Vegan House website's checkout page. At the top, there is a header with the logo, a search bar, and user account links (Perfil, Carrinho, Sair). A prominent pink banner at the top center displays the message "Compra finalizada!". Below this, a white box contains the heading "Informações do pagamento:" followed by the status "Status: Pagamento aprovado" and the description "Descrição: Seu pagamento foi efetuado com sucesso!". A green "Finalizar" button is located at the bottom of this box. The footer of the page includes the Vegan House logo, the text "O lar do produtor vegano.", and links to "A Vegan House", "Redes Sociais" (Instagram, Facebook, WhatsApp), and "Atendimento" (phone number 0800 579 0000 and email sac@veganhouse.com).

Após efetuar o pagamento, o usuário é direcionado para a tela de efetivação, na qual pode consultar o status de sua compra e pagamento.

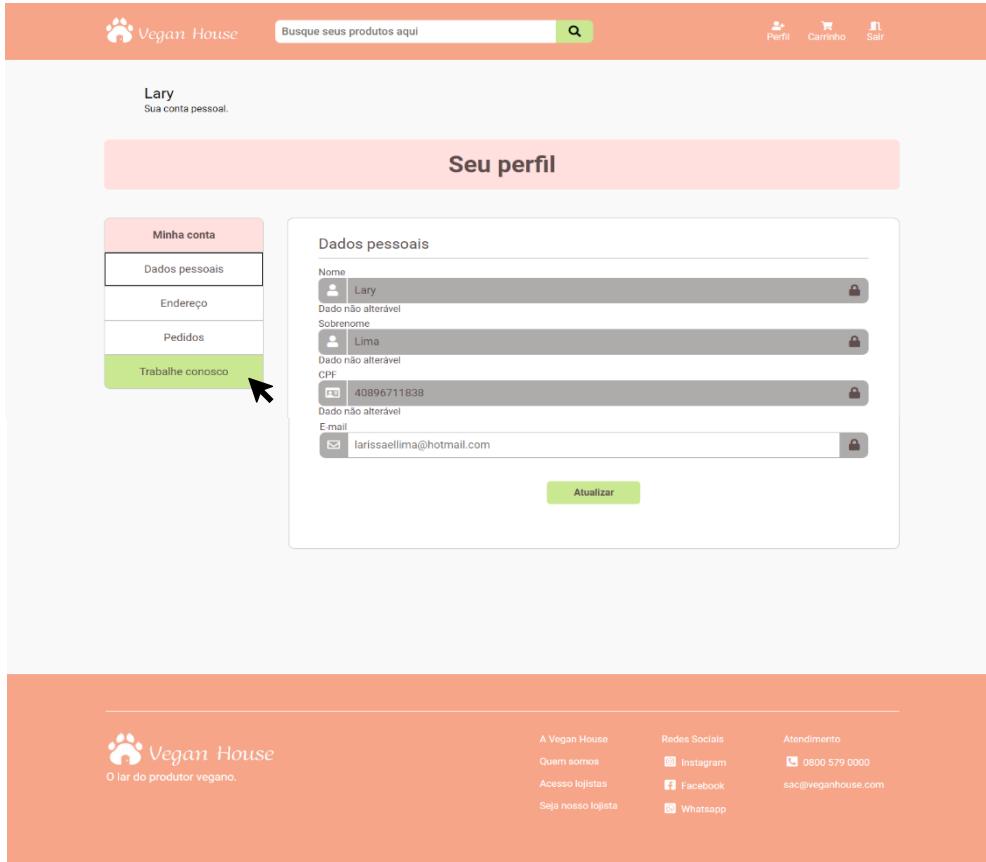
Erro



The screenshot shows a 404 error page from the Vegan House website. The header features the logo and a search bar. The main content area has a large "404" error message and the text "Ops... recurso não encontrado". A green "Ir para home" button is positioned below the error message. At the bottom, there is a small cartoon illustration of a pig.

Tela de erro para resultados de busca não identificados na aplicação.

Cadastro comercial



Lary
Sua conta pessoal.

Seu perfil

Minha conta

Dados pessoais
Endereço
Pedidos
Trabalhe conosco

Dados pessoais

Nome
 Lary
Dado não alterável

Sobrenome
 Lima
Dado não alterável

CPF
 40896711838
Dado não alterável

E-mail
 larissaellima@hotmail.com

Atualizar


Vegan House
O lar do produtor vegano.

A Vegan House
 Quem somos
 Acesso lojistas
 Seja nosso lojista

Redes Sociais
 Instagram
 Facebook
 WhatsApp

Atendimento
 0800 579 0000
sac@veganhouse.com

Caso seja de seu interesse vender produtos na plataforma, uma vez logado, o usuário comum pode realizar seu cadastro comercial e passar a trabalhar conosco.



Busque seus produtos aqui

Perfil Carrinho Sair

Cadastro

Dados comerciais

Nome comercial  Ex: Doces do João *
CNPJ  Digite apenas números *
E-mail comercial  Ex: DocesJ@email.com *

Li e concordo com os [termos do regulamento](#).

Enviar



DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

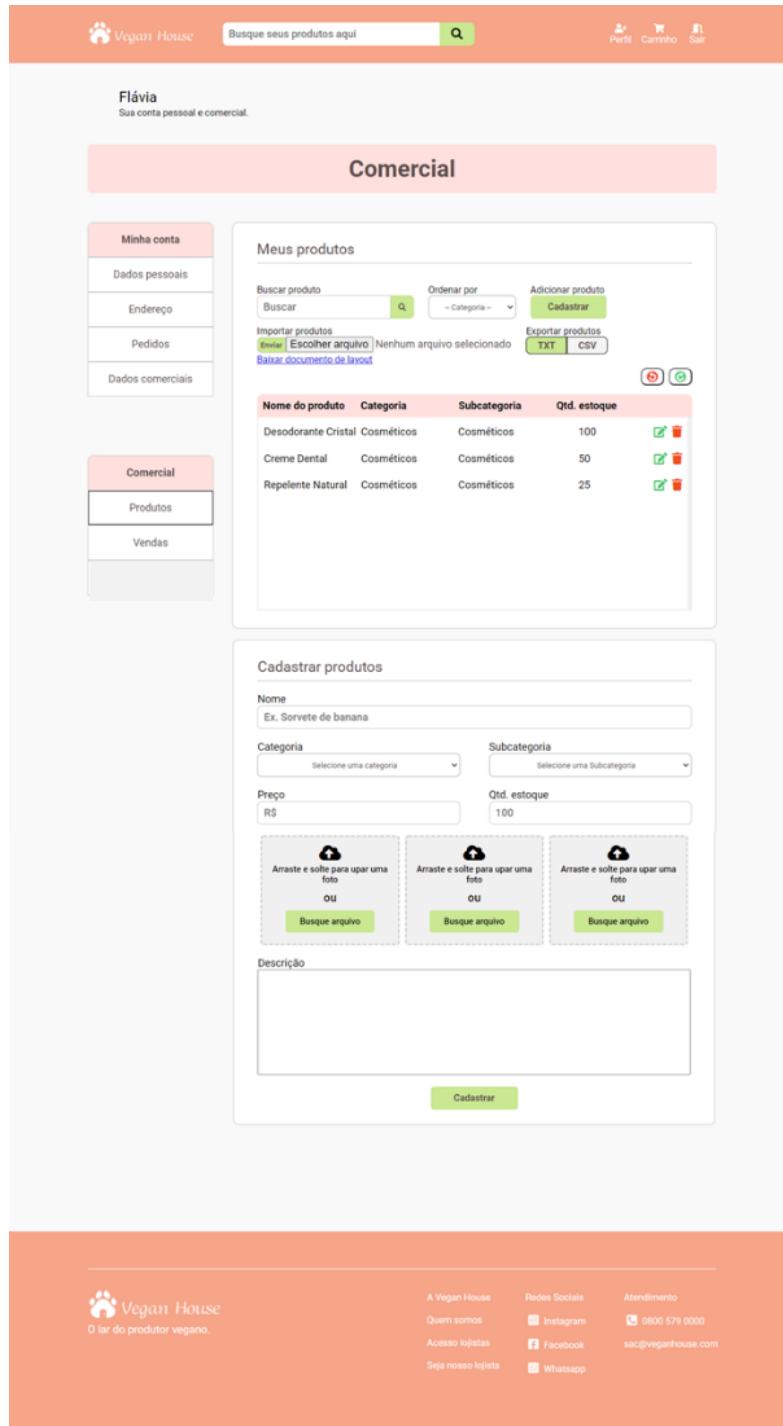
2.3 – Aplicação web

Consulta dos Dados comerciais

The screenshot shows the 'Seu perfil' (Your Profile) page of the Vegan House web application. On the left, there's a sidebar with navigation links: 'Minha conta', 'Dados pessoais', 'Endereço', 'Pedidos', 'Dados comerciais' (which is highlighted), 'Comercial', 'Produtos', and 'Vendas'. The main content area is titled 'Seu perfil' and contains three sections: 'Dados comerciais', 'Contato & Redes Sociais', and 'Certificações'. The 'Dados comerciais' section includes fields for Nome Comercial (Kerai Moda Ecologica), CNPJ (42.092.159/0001-23), and Email Comercial (dinodmartini@yahoo.com.br). The 'Contato & Redes Sociais' section lists WhatsApp, Instagram, and Facebook handles. The 'Certificações' section lists five logos with checkboxes: 'Selo Escolha sem Crueldade' (checked), 'Selo da Sociedade Vegetariana Brasileira' (unchecked), 'Selo da Vegan Society' (checked), 'Selo The Leaping Bunny' (unchecked), and 'Certificado Vegano da Organização Veganismo Brasil' (checked). At the bottom right of the content area is a green 'Atualizar' (Update) button. The footer of the page includes the Vegan House logo, the text 'O lar do produtor vegano.', links to 'A Vegan House', 'Redes Sociais' (Instagram, Facebook, Whatsapp), and 'Atendimento' (phone number 0800 579 0000 and email sac@veganhouse.com).

Tela em que o usuário já com perfil de microempreendedor pode consultar e editar seus dados comerciais.

Consulta / Cadastro / Edição de produtos



The screenshot displays the Vegan House web application's product management interface. At the top, there is a header bar with the Vegan House logo, a search bar, and user navigation links for 'Perfil', 'Carrinho', and 'Sair'. Below the header, a sidebar on the left shows a navigation menu with sections like 'Minha conta' (Dados pessoais, Endereço, Pedidos, Dados comerciais), 'Comercial' (Produtos, Vendas), and 'Consultas'.

The main content area is divided into two main sections:

- Meus produtos:** This section lists products in a table format. The columns are 'Nome do produto', 'Categoria', 'Subcategoria', and 'Qty. estoque'. The table contains three items:

Nome do produto	Categoria	Subcategoria	Qty. estoque
Desodorante Cristal	Cosméticos	Cosméticos	100
Creme Dental	Cosméticos	Cosméticos	50
Repelente Natural	Cosméticos	Cosméticos	25

 There are also buttons for 'Adicionar produto' (Cadastrar) and 'Exportar produtos' (TXT, CSV).
- Cadastrar produtos:** This section provides a form for adding new products. It includes fields for 'Nome' (Ex. Sorvete de banana), 'Categoria' (Selecionar uma categoria), 'Subcategoria' (Selecionar uma Subcategoria), 'Preço' (R\$ 100), and 'Qty. estoque' (100). It also features three file upload fields for images ('Arraste e solte para upar uma foto OU Busque arquivo') and a large text area for 'Descrição' with a 'Cadastrar' button at the bottom.

At the bottom of the page, there is a footer section with the Vegan House logo, a brief description ('O lar do produtor vegano.'), and links to 'A Vegan House' (Quem somos, Acesso lojistas, Seja nosso lojista), 'Redes Sociais' (Instagram, Facebook, Whatsapp), and 'Atendimento' (Numero 0800 579 0000, Email sac@veganhouse.com).

Trata-se de uma tela de grande importância para os microempreendedores, uma vez que nela são realizados o cadastro e edição de seus produtos para divulgação na plataforma.

Pensando em melhorar a usabilidade desse processo, conta com funcionalidades como: cadastro de produtos via arquivo .txt, exportação da lista de produtos em arquivo .csv ou .txt, desfazer ou refazer ações de deleção/criação e filtros de busca do produto.



DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

2.3 – Aplicação web

Consulta das vendas

The screenshot shows a web application interface for 'Vegan House'. At the top, there is a navigation bar with the logo 'Vegan House', a search bar containing 'Busque seus produtos aqui' (Search for your products here), and icons for 'Perfil' (Profile), 'Carrinho' (Cart), and 'Sair' (Logout). Below the navigation bar, the user is identified as 'Dino' with the subtext 'Sua conta pessoal e comercial.' (Your personal and commercial account). A pink header bar labeled 'Seu perfil' (Your profile) spans across the main content area. On the left, there is a sidebar with two columns of links: 'Minha conta' (My account) and 'Dados pessoais' (Personal data), 'Endereço' (Address), 'Pedidos' (Orders), and 'Dados comerciais' (Commercial data); and 'Comercial' (Commercial), 'Produtos' (Products), and 'Vendas' (Sales). The main content area is titled 'Vendas' (Sales) and displays a table of sales data. The table has columns for 'Pedido' (Order), 'Data' (Date), 'Total' (Total), and 'Status' (Status). One order is listed: 'Cliente: Lucas' (Customer: Lucas), 'Endereço: Avenida Alberto Ramos, nº278 - Jardim Independência, São Paulo - 03222000' (Address: Avenida Alberto Ramos, nº278 - Jardim Independência, São Paulo - 03222000), 'Data: 2022-06-01' (Date: 2022-06-01), 'Total: R\$ 20.00' (Total: R\$ 20.00), and 'Status: Pagamento aprovado' (Status: Payment approved). Below this table, there is a detailed breakdown of the order: 'ID: 19', 'Descrição: Sorvete de limão' (Description: Lemon sorbet), 'Qty.: 2', 'Valor: R\$ 10.00' (Value: R\$ 10.00), and 'Subtotal: R\$ 20.00' (Subtotal: R\$ 20.00). At the bottom of the page, there is a footer section with the 'Vegan House' logo and tagline 'O lar do produtor vegano.', followed by links to 'A Vegan House', 'Redes Sociais' (Social media), 'Atendimento' (Customer service), 'Quem somos' (Who we are), 'Instagram' (Instagram), '0800 579 0000', 'Acesso lojistas' (Access for sellers), 'Facebook' (Facebook), 'sac@veganhouse.com', 'Seja nosso lojista' (Become our seller), 'Whatsapp' (Whatsapp), and 'sac@veganhouse.com'.

Nessa tela, por fim, o microempreendedor pode consultar as vendas realizadas.

2.4 – Aplicação mobile

Após a definição de tópicos importantes sobre a estrutura do projeto, a próxima etapa foi desenvolver a aplicação. Para isso, inicialmente avaliou-se bem as premissas estabelecidas do projeto e seguimos o desenvolvimento com base nos protótipos de tela elaborados.

Vale ressaltar que, como identificado em nossa proto persona, a aplicação mobile foi desenvolvida tendo em mente que nosso usuário principal seriam os **usuários veganos que fazem compras online**.

**Vegan House**

Version: 1.0

Info do App*Splash Screen**

Tela de transição para abertura do App.



DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

2.4 – Aplicação mobile

11:34 PM

Cadastro

Preencha seus dados para cadastro

Nome
Campo obrigatório *

Sobrenome
Campo obrigatório *

E-mail
Campo obrigatório *

CPF
Campo obrigatório *

Senha
0/10

Cadastrar

Cadastro

Tela em que o usuário comum pode realizar seu cadastro e, então, ter acesso total às funcionalidades do marketplace.

11:34 PM

Login

Não tem uma conta?
Toque em Cadastre

E-mail
Campo obrigatório *

Senha
0/10

ENTRAR

Cadastrar

Após o cadastro,
o usuário comum pode se logar na aplicação.



DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

2.4 – Aplicação mobile

Home



Página inicial da aplicação. Nela consta informações importantes e atrativas para o usuário, como a exibição dos novos produtos cadastrados, além de conter atalhos que induzem a navegação pelo marketplace.

DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

2.4 – Aplicação mobile

Catálogo de produtos



Tela importante para o usuário no processo de busca pelos produtos de seu interesse. Para facilitar e melhorar esse processo, conta com filtros por categoria de produtos, preço e nome.

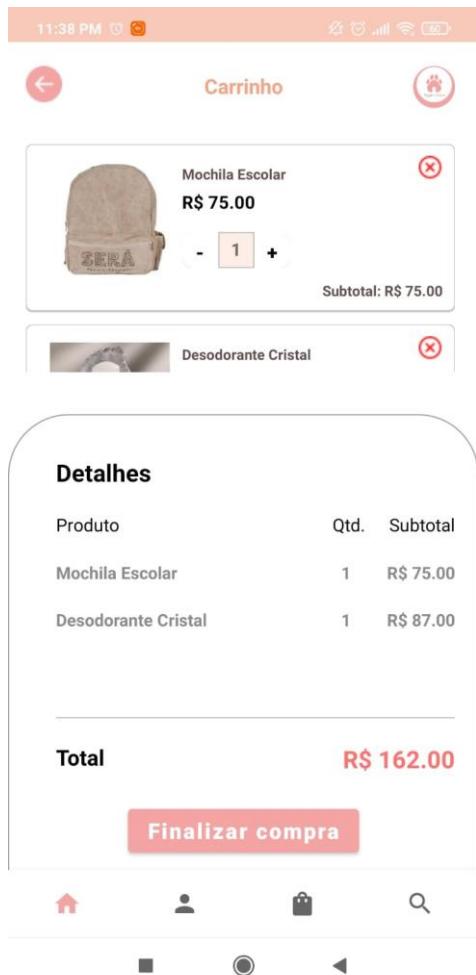
DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

2.4 – Aplicação mobile

Página de descrição do produto



Tela na qual o consumidor pode verificar informações importantes sobre o produto de seu interesse: fotos, descrição, preço e avaliação, bem como informações de seu vendedor: contato e redes sociais e as certificações de selos veganos que possui.

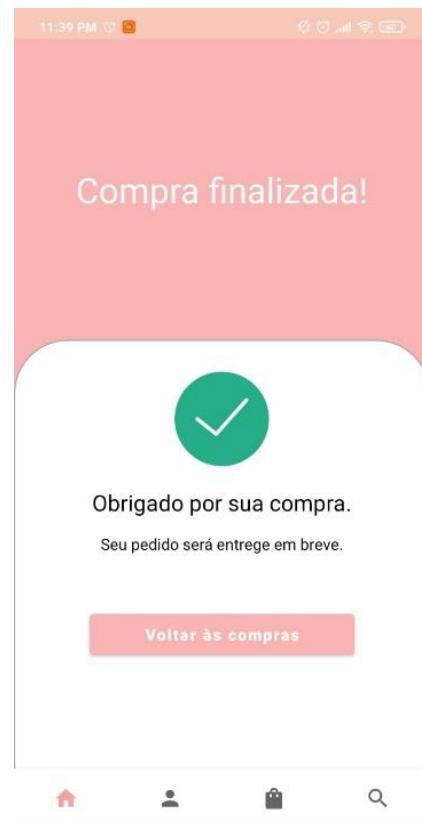
Carrinho

Aqui o consumidor pode adicionar e/ou remover os produtos por ele selecionados para, enfim, efetivar sua compra.



Checkout

Tela na qual o usuário insere os dados de pagamento para efetivação da compra.



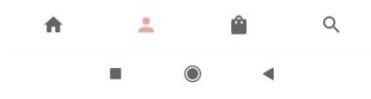
Efetivação da compra

Após efetuar o pagamento, o usuário é direcionado para a tela de efetivação, na qual pode consultar o status de sua compra e pagamento.



Dados pessoais

Tela em que o usuário comum pode consultar e editar seus dados pessoais.

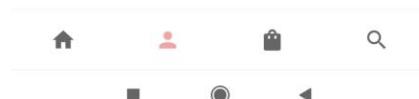


Pedidos

Tela em que o usuário comum pode consultar os pedidos por realizados.



Meus pedidos





Endereço

Tela em que o usuário comum pode consultar e editar seus dados de endereço.

Tela de erro

Ops... algo deu errado

Verifique sua conexão



[Fechar](#)

Tela de erro para casos em que não houver conexão do dispositivo com a internet ou quando o sistema estiver fora.



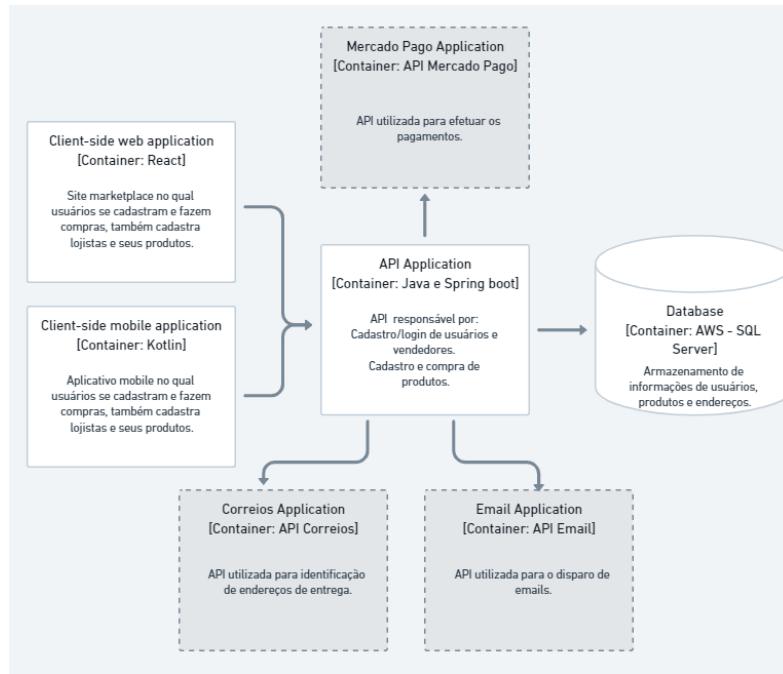
A arquitetura de software é um desenho de uma sequência lógica de ligação entre os componentes de softwares, conseguindo estabelecer um padrão de como cada componente irá se relacionar com o outro. Uma arquitetura bem definida garante uma visão bem orientada do negócio. Todos os artefatos foram pensados a partir das telas e experiência do usuário.

Diagrama de software

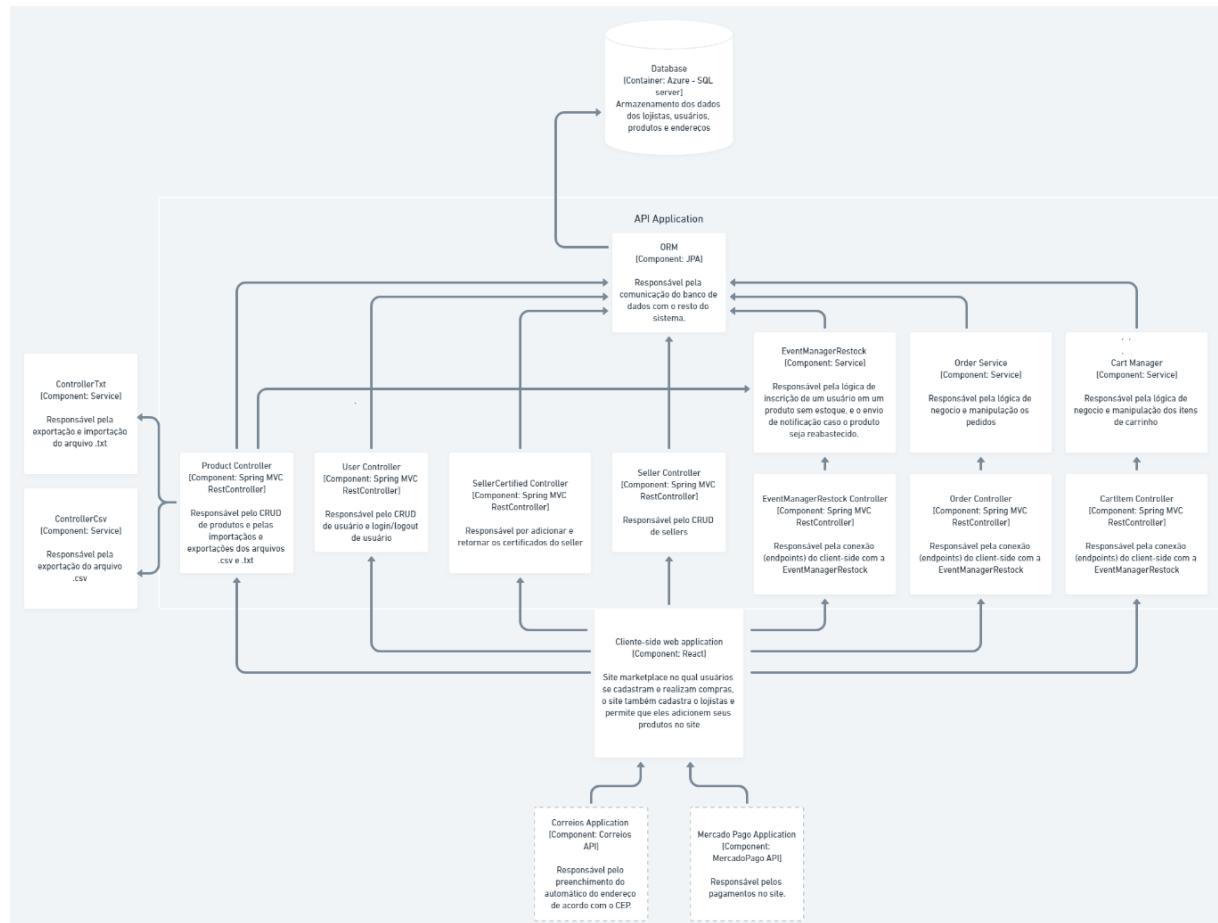
	ANÁLISE	DESENHO	MECANISMO DE IMPLEMENTAÇÃO
ARQUITETURA	Persistência	Banco de dados relacional	SQL Server
	Integração com sistemas (legados e mensageria)	Interfaces de integração	Web Service RESTAPI
	Log	Implementação dos recursos de log de exceções	TXT com info de erros, segurança, etc.
	Camada de acesso aos dados	Classe de comunicação com o banco, classe de persistência	JPA
	Agente de Coleta	Classe de comunicação com os sensores que rodarão nos clientes	
	Back-End	Classes de integração do Front End com a camada de acessos a dados e implementação de regras de negócios	Java Spring / SpringBoot
	Front-End	Interface de comunicação com o usuário via Web	React, HTML, CSS, JS
	Build	Integração contínua	
	Deploy	Configuração da IDE de deploy	Azure DevOps
	Segurança	Definição do modelo de autenticação	
INFRA	Rede	Rede e dependências de rede para o funcionamento da aplicação	Wi-fi
	Sistemas Operacionais	Sistemas operacionais necessários para todas as camadas do software	Windows, Linux
	Softwares e Ferramentas para todas as camadas	Servidor de Aplicações, SDKs, Definição do ambiente de produção para a implantação da solução	Tomcat
	Hardware/Provisionamento Cloud	Definição do ambiente de produção para a utilização da solução	Azure
	Cliente (Notebook, Celular, Browser)		Google Chrome
PROCESSO	Processo	Processo de Trabalho deve utilizar metodologia ágil	SCRUM, Kanban (Jira)
	Documentação	Definição de como o software será documentado e o que será documentado na solução	Word
	Planejamento/Gerenciamento de Mudanças	Rastreabilidade, gestão de mudanças	Jira
	Edição	Diagrama de Classes, Desenho da	Whimsical, Draw.io
	IDE	Definição das ferramentas para o desenvolvimento	Visual Studio Code, NetBeans
	Gestão de Configuração	Definição de como será realizado o Controle de Versão	Definido que deve ser o GITHUB da Faculdade, criar branches com identificação da evolução
	Testes	Processo e ferramenta para realização dos Testes	Teste de usabilidade, teste unitário

*Planilha utilizada como guia para definição da Arquitetura

2.5 – Arquitetura de software e Tecnologias



*Diagrama de arquitetura de Software

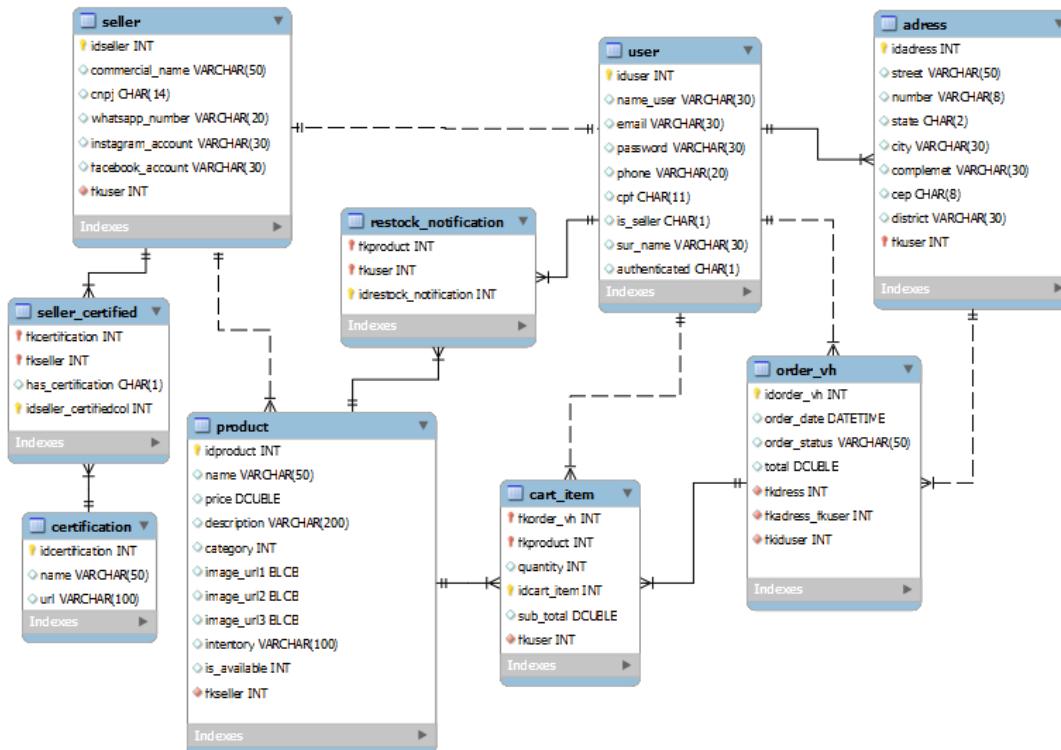


*Diagrama de arquitetura de Software – à nível de componentes

Banco de Dados

Para o projeto, o armazenamento e a exibição correta das informações são essenciais.

Por isso, a construção do banco de dados foi alinhada com todas as necessidades e ligações corretas. Esse processo teve por base as informações levantadas na elicitação de requisitos e, bem como outros artefatos, entrega uma visão macro do projeto.

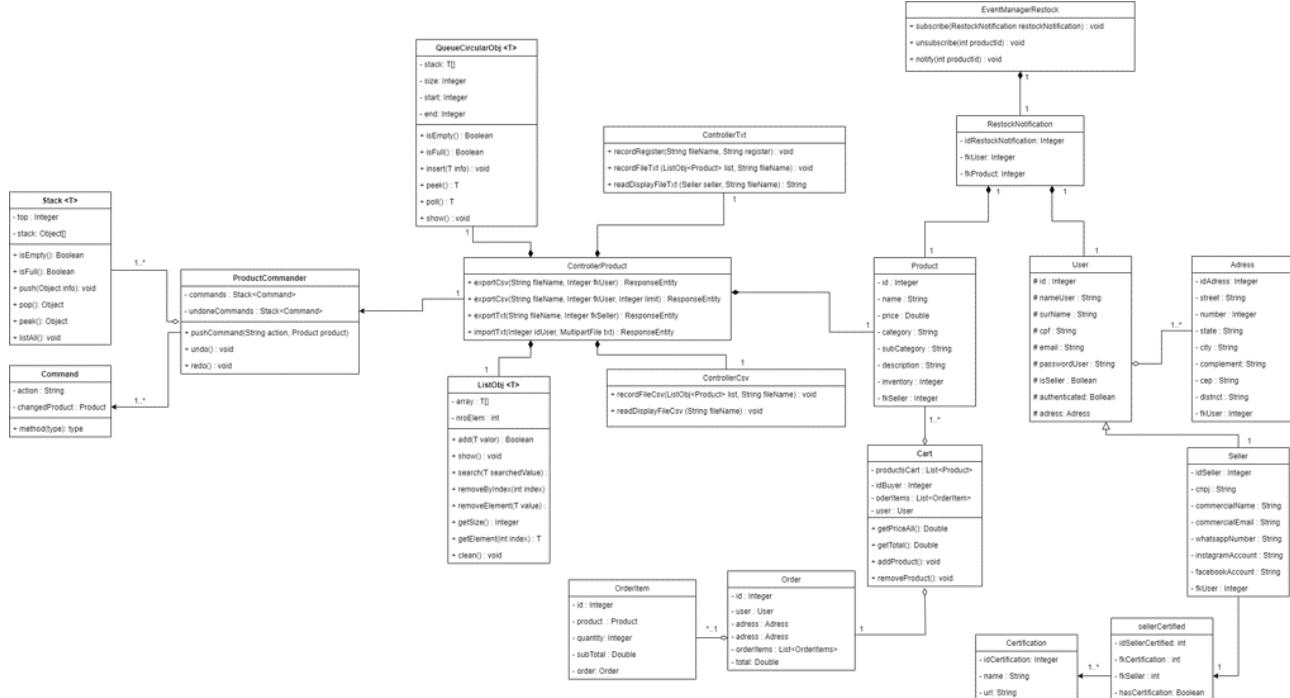


*Modelagem lógica do Banco de dados da Aplicação

Diagrama de classe

Outra ferramenta utilizada foi o diagrama de classes, que segue o mesmo objetivo da arquitetura de software, contudo, somente com o lado de aplicação Java, trabalhando a herança e métodos de todas as classes.

O uso de um diagrama nos entregou uma visão mais aprofundada do projeto, resultando em um melhor desenvolvimento e tornando o fluxo conhecimento de todo, garantindo assim que não seja feito nada a mais nem a menos do que o definido.



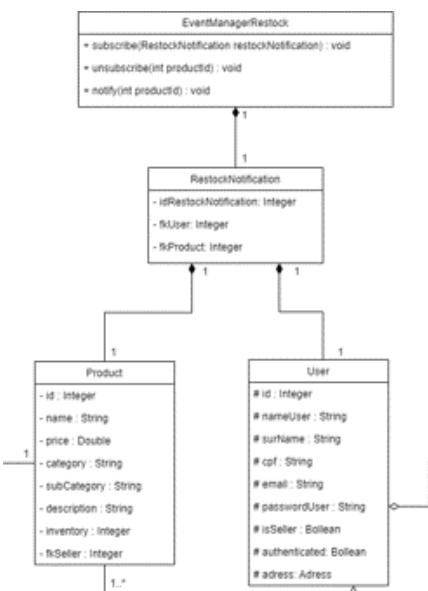
*Diagrama de classes do back-end da aplicação

Design Patterns (Padrões de projeto)

Um padrão de projeto é simplesmente uma das partes mais importantes quando estruturamos um código. Dessa forma junto com as arquiteturas, possibilita que a equipe esteja pronta para aplicar uma estrutura no código que traga clareza para as trocas das informações impostas no código, além de trazer frutos de organização para o sistema como um todo.

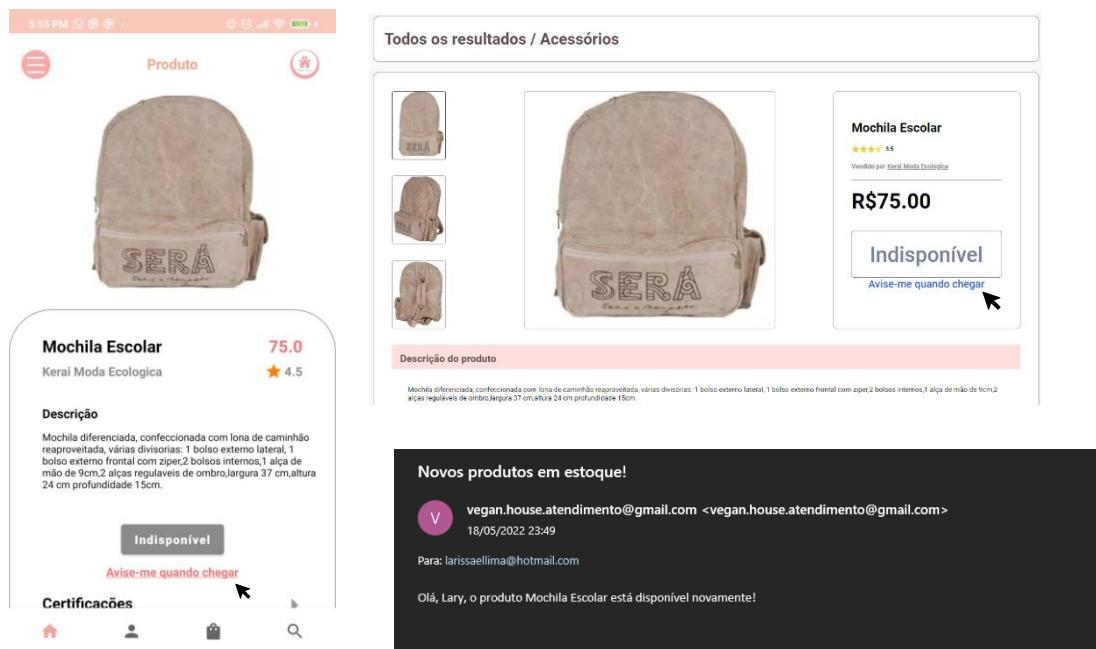
Um dos padrões que utilizamos dentro do projeto da Vegan House é o **Observer**.

Trata-se de um padrão de projeto comportamental que permite que você defina um mecanismo de assinatura para notificar múltiplos objetos sobre quaisquer eventos que aconteçam com o objeto que eles estão observando.



O Observer foi implementado em nossa solução na funcionalidade que realiza a 'inscrição' do cliente em um produto e avisa-o quando ele estiver disponível para compra. Assim, os usuários podem se inscrever em um produto específico e, quando o lojista atualizar o estoque desse produto, um alerta por e-mail é enviado para as pessoas que estão inscritas nele.

*Parte do diagrama que ilustra o Observer



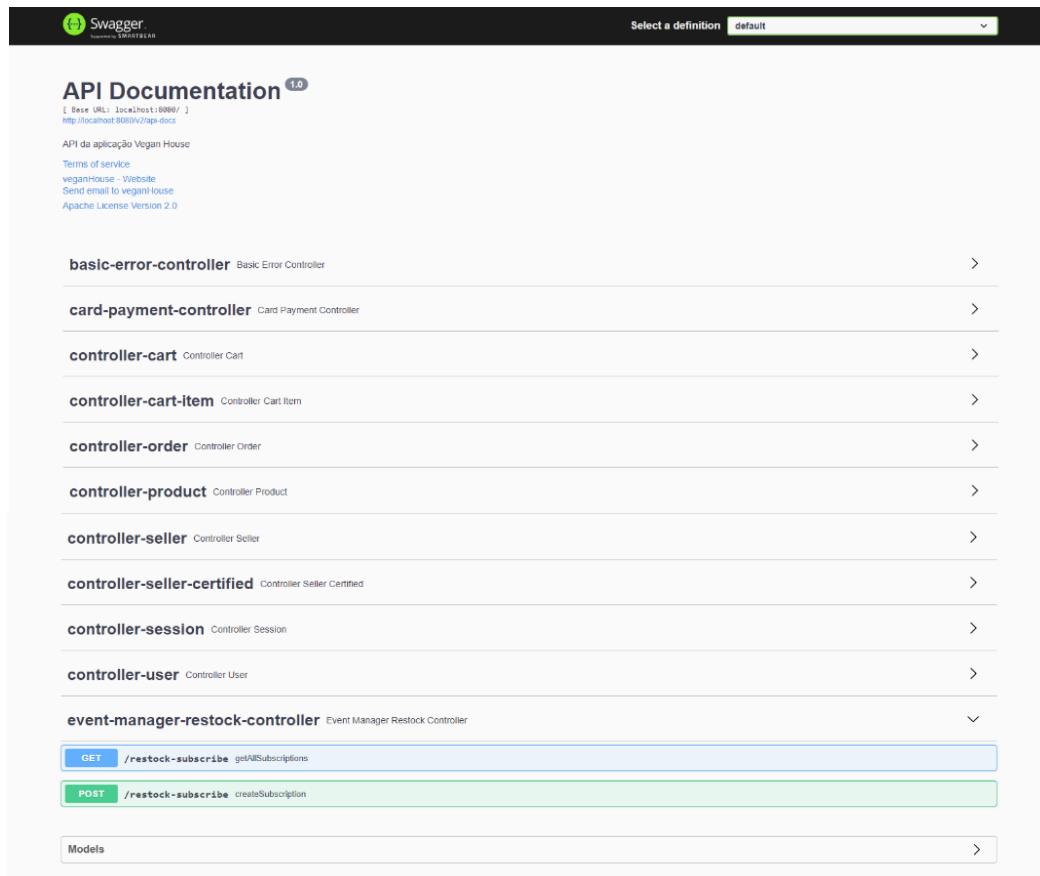
The screenshot displays the Vegan House website interface. At the top, there's a navigation bar with links like 'Home', 'Produtos', 'Sobre', 'Contato', and 'Sair'. Below the navigation, a search bar is visible. The main content area shows a grid of products under the heading 'Todos os resultados / Acessórios'. One item is highlighted: 'Mochila Escolar' by 'Kerai Moda Ecologica' with a price of 'R\$75,00'. The product image shows a tan backpack with 'SERÁ' printed on it. To the right of the product card, there's a button labeled 'Indisponível' (Unavailable). Below the product card, there's a link 'Avise-me quando chegar' (Notify me when available). On the left side of the page, there's a detailed product page for 'Mochila Escolar' with a large image, a price of '75,00', a rating of '4.5', and a 'Descrição' section. The description includes technical details like 'Mochila diferenciada, confeccionada com lona de caminhão reforçada, várias divisórias: 1 bolso externo lateral, 1 bolso externo frontal com zíper, 2 bolsos internos, 1 alça de mão de 9cm, 2 alças reguláveis de ombro, largura 37 cm, altura 24 cm, profundidade 15cm.' There's also a 'Certificações' section and a 'Novos produtos em estoque!' section at the bottom.

Swagger

A nossa aplicação exige muitos testes de qualidade. Para facilitar esse processo, a escolha de criar uma documentação para a API foi essencial – e assim, somos introduzidos ao Swagger

“Trata-se de uma aplicação open source que auxilia desenvolvedores nos processos de definir, criar, documentar e consumir APIs REST. Em suma, o Swagger visa padronizar este tipo de integração, descrevendo os recursos que uma API deve possuir, como endpoints, dados recebidos, dados retornados, códigos HTTP e métodos de autenticação, entre outros...” <https://gr1d.io/insurance/trends/post/desenvolvedor-saiabocomo-swagger-pode-ajudar-voce-4a3b1b49c0>

Todos os endpoints (rotas de requisição) utilizados podem ser consultados no link: : <https://api.veganhouse.com.br/swagger-ui/index.html#/>.



The screenshot shows the Swagger UI interface for the Vegan House API. At the top, it displays the title "API Documentation 1.0" and the base URL "[Base URL: localhost:8080 /] http://localhost:8080/api-docs". Below this, there's a brief description of the API: "API da aplicação Vegan House", "Termos de serviço", and links to "vegan-house - Website", "Send email to veganhouse", and "Apache License Version 2.0". The main content area lists various controllers with their descriptions and methods:

- basic-error-controller** Basic Error Controller
- card-payment-controller** Card Payment Controller
- controller-cart** Controller Cart
- controller-cart-item** Controller Cart Item
- controller-order** Controller Order
- controller-product** Controller Product
- controller-seller** Controller Seller
- controller-seller-certified** Controller Seller Certified
- controller-session** Controller Session
- controller-user** Controller User
- event-manager-restock-controller** Event Manager Restock Controller
 - GET** /restock-subscribe getAllSubscriptions
 - POST** /restock-subscribe createSubscription
- Models**

DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

2.5 – Arquitetura de software e Tecnologias

Planilha UAT (User Acceptance Test - Teste de aceitação de usuário)

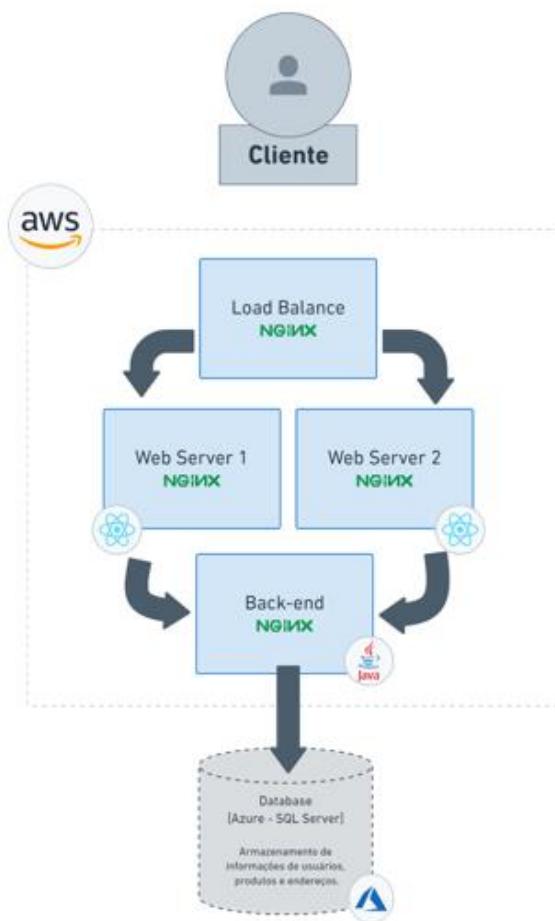
Depois de desenvolvido o sistema, para que obtivéssemos o máximo de sucesso, enfrentando bugs que costumam surgir ao longo da entrega do produto, conseguimos controlar e eliminar o máximo possível de erros que pudessem ter na aplicação com a ajuda desta ferramenta, a Planilha UAT.

Projeto: Grupo: Analista: Data: Versão:		Vegan House Grupo 5 Miguel, Rafael 28/02/2021 00.00.001					
Caso de Teste:		Testar funcionalidade de cadastro					
Pré-Requisitos:		Banco de dados estar configurado API estar iniciada Site estar rodando					
Id do TC	Cenário	Condição/Iteração com sistema	Massa de Teste	Esperado / Valor esperado	Print Screen da Tela Esperada		
1	Cadastro de usuário	Informar os dados necessários para o cadastro e clicar no botão "Enviar"	Nome: Larissa Sobrenome: Lima CPF: 40936719838 Email: larissa.lima@bandtec.com.br Senha: lary777 Confirme senha: lary777	Redirecionamento para a página de login.	<p>Seu cadastro foi realizado com sucesso!</p> <p>E-mail <input type="text" value="Ex. joao.silva@email.com"/> Senha <input type="password"/> Ainda não tem uma conta? Cadastre-se.</p> <p>Entrar</p>	OK	OK
2	Cadastro de usuário	Informar os dados necessários para o cadastro e clicar no botão "Enviar"	Nome: Larissa Sobrenome: Lima CPF: 40936719838 Email: larissa.lima@bandtec.com.br Senha: lary777 Confirme senha: lary777	Mensagem de erro: "Erro no cadastro: preencha todos os campos obrigatórios (*)".	<p>E-mail <input type="text" value="Ex. joao.silva@email.com"/> Ero no cadastro preencha todos os campos obrigatórios (*)</p>	OK	OK
3	Cadastro de usuário	Informar os dados necessários para o cadastro e clicar no botão "Enviar"	Nome: Larissa Sobrenome: Lima CPF: 40936719838 Email: larissa.lima@bandtec.com.br Senha: lary777 Confirme senha: lary777	Mensagem de erro: "Insira um CPF válido".	<p>CPF <input type="text" value="408.967.118-39"/> Dígitos apenas números Insira um CPF válido</p>	OK	OK

Projeto: Grupo: Analista: Data: Versão:		Vegan House Grupo 5 Miguel, Rafael 28/02/2021 00.00.001				
Caso de Teste:		Testar funcionalidade de login				
Pré-Requisitos:		Banco de dados estar configurado API estar iniciada Site estar rodando				
Id do TC	Cenário	Condição/Iteração com sistema	Massa de Teste	Esperado / Valor esperado	Print Screen da Tela Esperada	
1	Login	Informar os dados necessários para o login e clicar no botão "Enviar"	Email: larissa.lima@bandtec.com.br Senha: lary777	Redirecionamento para a página Home.		OK
2	Login	Informar os dados necessários para o login e clicar no botão "Enviar"	Email: Senha:	Mensagem de erro: "Os campos email e senha não estão preenchidos".	<p>E-mail <input type="text" value="Ex. joao.silva@email.com"/> Senha <input type="password"/> Ainda não tem uma conta? Cadastre-se.</p> <p>Entrar</p> <p>Os campos email e senha não estão preenchidos</p>	OK
3	Login	Informar os dados necessários para o login e clicar no botão "Enviar"	Email: larissa.lima@bandtec.com.br Senha: lary777	Mensagem de erro: "Insira um email válido".	<p>E-mail <input type="text" value="larissa.lima@bandtec.com.br"/> Insira um 'Email' no endereço de e-mail. "larissa.lima@bandtec.com.br" está com um 'ícone' falando.</p> <p>Ainda não tem uma conta? Cadastre-se.</p> <p>Entrar</p>	OK

Ao executar os testes, tanto em endpoints com o Swagger, quanto dentro da aplicação o foco da realização deste documento em questão foi isolar o erro, para que assim tivéssemos mais clareza de onde quebrar a aplicação de alguma maneira e conseguir desenvolver uma API e estrutura do sistema mais robusto e seguro.

Diagrama de Arquitetura Cloud



Durante o desenvolvimento do projeto optamos pela arquitetura em cloud para garantir a maior disponibilidade do produto. Para isso utilizou-se os serviços da AWS que é referência em cloud, um ponto essencial para o nosso projeto que lida com vendas de produtos e com picos de acessos em determinadas épocas do ano.

Dessa forma foi construída uma arquitetura estruturada em máquinas virtuais: uma para o back-end, responsável por rodar a API; duas para web servers, que são responsáveis por rodar o front-end; e uma para o Load balance, que é responsável por realizar a 'conexão' entre o cliente e um dos dois web-servers.

Assim garantimos que não haverá sobrecarga de acessos em uma dessas máquinas e que, mesmo durante picos de acessos, o site continue estável.

Todas essas máquinas que estão em cloud tem o Nginx que é responsável por criar um servidor web, permitindo tanto a comunicação entre as máquinas, quanto a comunicação com os clientes.

DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

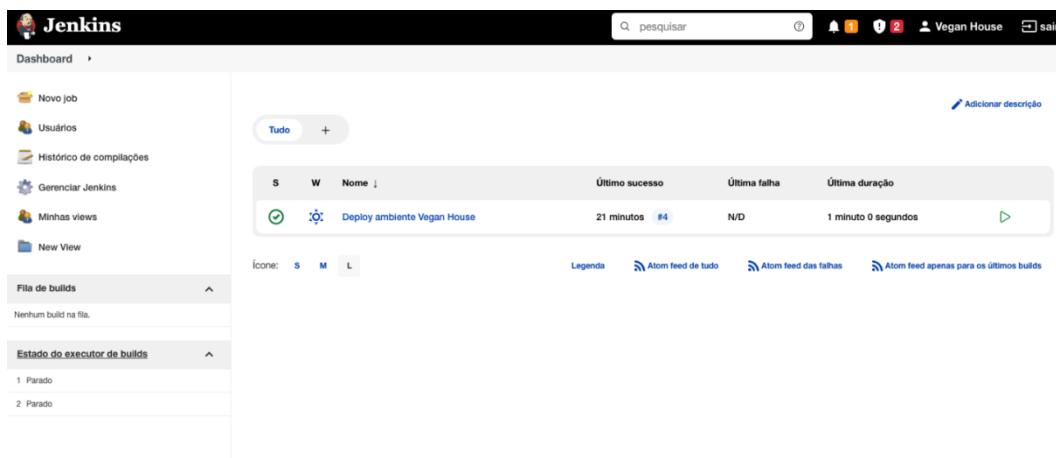
2.5 – Arquitetura de software e Tecnologias

Deploy automatizado

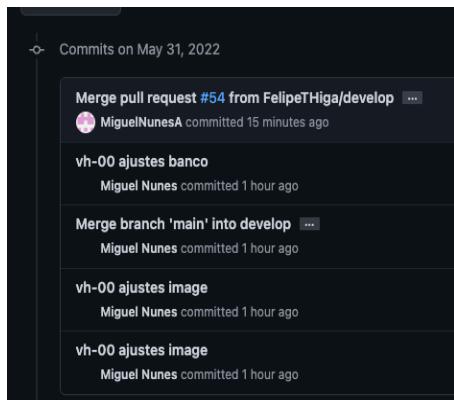
Em uma arquitetura em nuvem, outro ponto de grande importante é o deploy automatizado.

Para esse processo utilizou-se o Jenkins. Jenkins é um servidor de Integração Contínua open-source feito em Java, que pode ser rodado de forma standalone ou como uma aplicação web dentro de um servidor web

Em outras palavras, é uma ferramenta que atualiza o código que está em cloud com o que foi atualizado no Github de forma automatizada, seja com melhorias ou resolução de bugs, fazendo com que o tempo que levaria para isso ser feito manualmente seja extremamente reduzido.



The Jenkins dashboard shows a single job named "Deploy ambiente Vegan House" with a status of "S" (Success). The last run was 21 minutes ago, and the duration was 1 minute 0 seconds. The dashboard also includes links for "Novo job", "Usuários", "Histórico de compilações", "Gerenciar Jenkins", "Minhas views", and "New View". On the left, there are sections for "Fila de builds" (empty) and "Estado do executor de builds" (both "Parado").



The GitHub commit history for May 31, 2022, shows several commits from Miguel Nunes A. The commits include:

- Merge pull request #54 from FelipeTHiga/develop
- vh-00 ajustes banco
- Merge branch 'main' into develop
- vh-00 ajustes image
- vh-00 ajustes image

 All commits were made 1 hour ago by Miguel Nunes A.

Build #4 (31/05/2022 04:20:31)



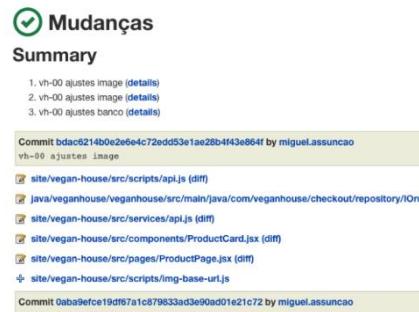
Changes

- vh-00 ajustes image ([details](#) / [githubweb](#))
- vh-00 ajustes image ([details](#) / [githubweb](#))
- vh-00 ajustes banco ([details](#) / [githubweb](#))

Started by GitHub push by MiguelNunesA

Revision: 44b71b08b642d8d881642047429c4c3ffd0aa26b
 Repository: <https://github.com/FelipeTHiga/BandTec-3ADSA-2021-2-Grupo-05>

- refs/remotes/origin/main



Mudanças

Summary

- vh-00 ajustes image ([details](#))
- vh-00 ajustes image ([details](#))
- vh-00 ajustes banco ([details](#))

Commit bdaac6214b0e2e6e4c72edd53e1ae28b4f43e864f by miguel.assuncao

vh-00 ajustes image

- site/vegan-house/src/scripts/api.js (diff)
- java/veganhouse/veganhouse/src/main/java/com/veganhouse/checkout/repository/IOrderRepository.java (diff)
- site/vegan-house/src/services/api.js (diff)
- site/vegan-house/src/components/ProductCard.jsx (diff)
- site/vegan-house/src/pages/ProductPage.jsx (diff)
- site/vegan-house/src/scripts/img-base-url.js

Commit 0aba9efce19df67a1c879833ad3e90ad01e21c72 by miguel.assuncao

Em nosso projeto foi de grande ajuda para os testes, implementações e a integração da entrega contínua do desenvolvimento, atualizando as partes.

Certificado digital + HTTPS e SSL

Uma das maneiras que nós da Vegan House buscamos para garantir para nossos clientes a confiabilidade e segurança de nosso site, foi de introduzir os certificados HTTPS para que dentre as conexões, os dados dos nossos clientes sejam criptografados e guardados da melhor maneira possível, mantendo o sistema íntegro para a realização do armazenamento de dados sensíveis sem o menor problema.

Certificados digitais devem ser obtidos através de entidades certificadoras (ou CAs - Certification Authorities), pois somente estas têm as permissões necessárias para gerar certificados digitais válidos. Como o HTTPS utiliza criptografia, as chances de um intruso interceptar as mensagens trocadas entre cliente e servidor e obter acesso ao conteúdo destas mensagens reduz-se consideravelmente, pois as mensagens passam a ser criptografadas através de certificados digitais.

Quando falamos sobre aplicações web, essa criptografia é essencial: através do tradicional HTTP, as mensagens são trafegadas como texto puro, ou seja: caso um interceptador capture mensagens HTTP, este terá total acesso a seu conteúdo sem maiores dores de cabeça.

Você já deve ter notado que alguns sites começam com “<http://>” enquanto outros começam com “<https://>”. Esse “s” representa a tecnologia SSL (em inglês, Secure Sockets Layer), criada em 1994 pela Netscap. Esse tipo de certificado digital funciona como uma “camada” de segurança em sites.

Os certificados TLS / SSL protegem as conexões com a Internet criptografando os dados enviados entre seu navegador, o site que você está visitando e o servidor do site, são o padrão de todos os principais navegadores da web para garantir uma experiência de internet mais segura para os usuários, além de que são os mais confiáveis para os usuários da Internet porque criptografam e protegem as informações privadas transferidas de para seu site. Dentro do contexto, esses certificados são uma medida de proteção de identidade para marcas online e uma medida de segurança para empresas que transmitem dados privados online. Além disso, a certificação SSL garante uma experiência melhor para o usuário, melhora o posicionamento nos mecanismos de busca e a análise do tráfego do site.

Linguagens de programação

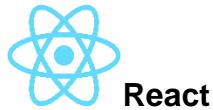


Java é uma linguagem de programação e plataforma de computação liberada pela primeira vez pela Sun Microsystems em 1995. De um início humilde, ela evoluiu para uma grande participação no mundo digital dos dias atuais, oferecendo a plataforma confiável na qual muitos serviços e aplicativos são desenvolvidos. Produtos e serviços novos e inovadores projetados para o futuro continuam a confiar no Java também.

Além disso ela traz uma característica muito importante: é uma linguagem multiplataforma. Desse modo, ela possui a capacidade de rodar em diferentes sistemas, tais como o Windows, o Linux e o Android.

Essa linguagem também possui ferramentas que possibilitam desenvolver várias aplicações, a tornando bastante versátil e intuitiva.

Considerando principalmente sua versatilidade e estabilidade no mercado, optou-se pelo uso dessa linguagem para o desenvolvimento de nossa API Restful.



Como definido por seus criadores, React é “uma biblioteca JavaScript declarativa, eficiente e flexível para a criação de interfaces de usuário (UI)”.

Desenvolvido e mantido pelo Facebook desde 2013, tem como principal objetivo organizar o conteúdo e tornar a utilização do usuário mais eficiente. Na Second Mind a utilização do React Js trouxe uma grande evolução ao frontend das aplicações, contribuindo muito na estruturação e reaproveitamento de código, o que resultou em um ganho considerável de tempo com manutenção, além de deixar o desenvolvimento mais rápido e simplificado.

Apesar de ser uma biblioteca relativamente nova, o React vem ganhando muito espaço dentro do mercado, sendo utilizado por grandes empresas como Netflix, Airbnb, Facebook, WhatsApp, eBay dentre outras, e devido as suas vantagens vem se tornando umas das principais opções do mercado para construção de aplicações web.

Assim, optou-se pelo uso dessa linguagem para o desenvolvimento da solução web.



Kotlin é uma linguagem de programação moderna e expressiva, feita pensando nos desenvolvedores. Conciso, de código aberto e seguro, Kotlin é uma linguagem popular para desenvolvimento Android, desenvolvimento web e muito mais.

Tendo esses pontos em vista, optou-se pelo uso dessa linguagem para o desenvolvimento da solução mobile.

Durante o desenvolvimento do projeto, mais especificamente no processo de elicitação de requisitos, com foco em conhecer quem seria o nosso público, descobriu-se os chamados “Selos de certificações veganas”.

Esses selos tratam-se de validações que um produto/marca pode obter e que garante que eles estejam 100% adeptos aos princípios veganos.

Existem alguns tipos de selos, como o “Livre de crueldade animal”, e da “Organização vegana Brasileira”, por exemplo, e para receber-lhos é preciso passar por uma série de processos de validação, que leva em conta diferentes critérios e, por isso, ter sua marca e/ou produtos associados a esses selos passa bastante confidencialidade.

Entre outros, dados extraídos de uma pesquisa internacional conduzida pela V-Label nos dizem que:

- 61% dos compradores buscam o selo para realizar suas compras
- 92% comprariam um produto ao perceber que contém o selo.
- 34% estão dispostos a pagar mais em produtos com certificado

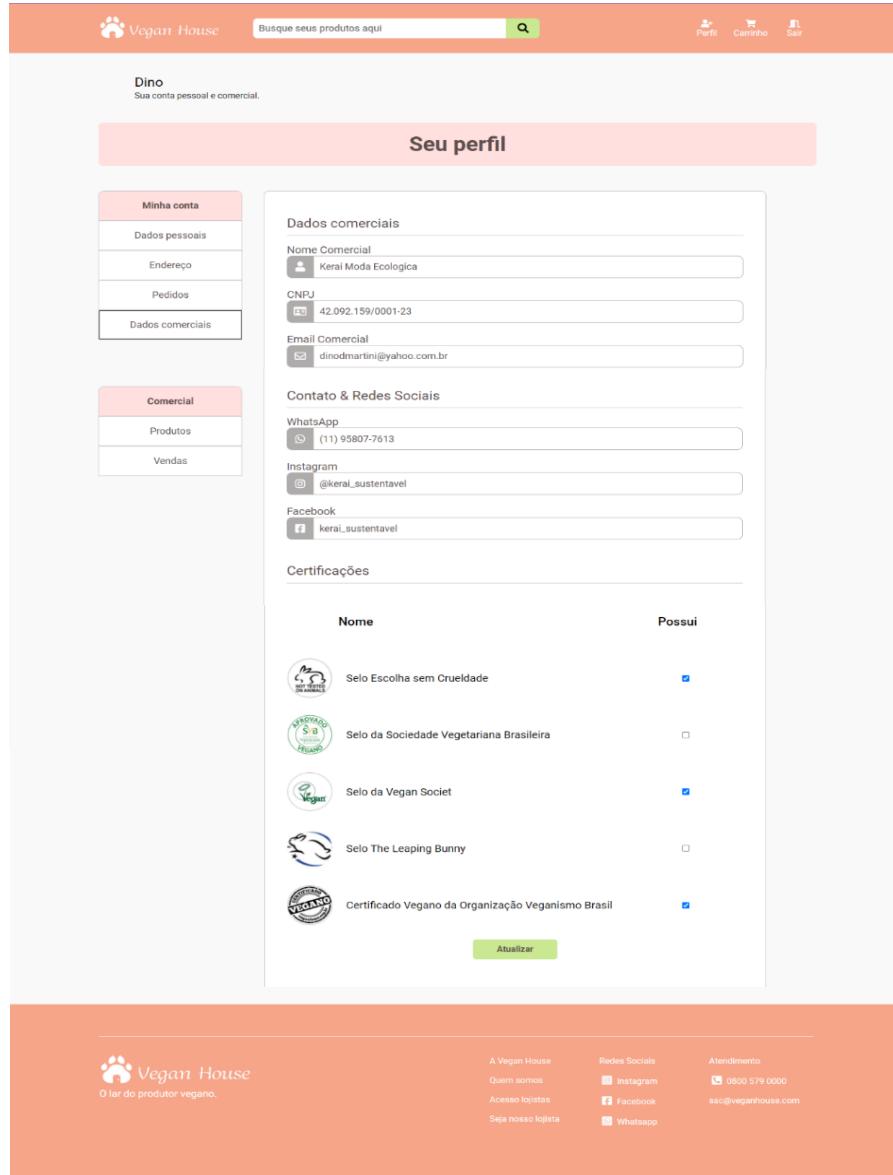
Para concluir, segundo a declaração de Renato Pichler, CEO da V-Label GmbH, à imprensa, falando a respeito dos apontamentos da pesquisa: “Os produtos vegetarianos e veganos certificados vendem mais porque a confiança faz as vendas. As marcas podem basicamente dizer o que quiserem como parte de sua estratégia de marketing, mas quando um produto é verificado como 100% vegano ou vegetariano por uma autoridade independente, ele ganha confiança”.

Assim, uma vez identificado a relevância desse ponto para a comunidade vegana, adotamos à incorporação desses selos dentro da nossa solução, o que também acabou por ser um de nossos diferenciais frente à concorrência.



Implementação

Na tela de cadastro dos dados comerciais, apresentamos 5 opções de selos de certificação vegana válidos no Brasil. Assim, de forma prática o microempreendedor pode associar sua marca aos certificados que possuir.



The screenshot shows the 'Seu perfil' (Your Profile) section of the Vegan House website. On the left, there are two vertical menus: 'Minha conta' (My Account) with options like Dados pessoais, Endereço, Pedidos, and Dados comerciais; and 'Comercial' (Commercial) with options like Produtos and Vendas. The main area is titled 'Dados comerciais' (Commercial Data) and contains fields for Nome Comercial (Keral Moda Ecologica), CNPJ (42.092.159/0001-23), Email Comercial (dinodmartini@yahoo.com.br), WhatsApp ((11) 95807-7613), Instagram (@keral_sustentavel), and Facebook (keral_sustentavel). Below this is a 'Certificações' (Certifications) section with five checkboxes for different vegan certification seals:

Nome	Possui
 Selo Escolha sem Crueldade	<input checked="" type="checkbox"/>
 Selo da Sociedade Vegetariana Brasileira	<input type="checkbox"/>
 Selo da Vegan Society	<input checked="" type="checkbox"/>
 Selo The Leaping Bunny	<input type="checkbox"/>
 Certificado Vegano da Organização Veganismo Brasil	<input checked="" type="checkbox"/>

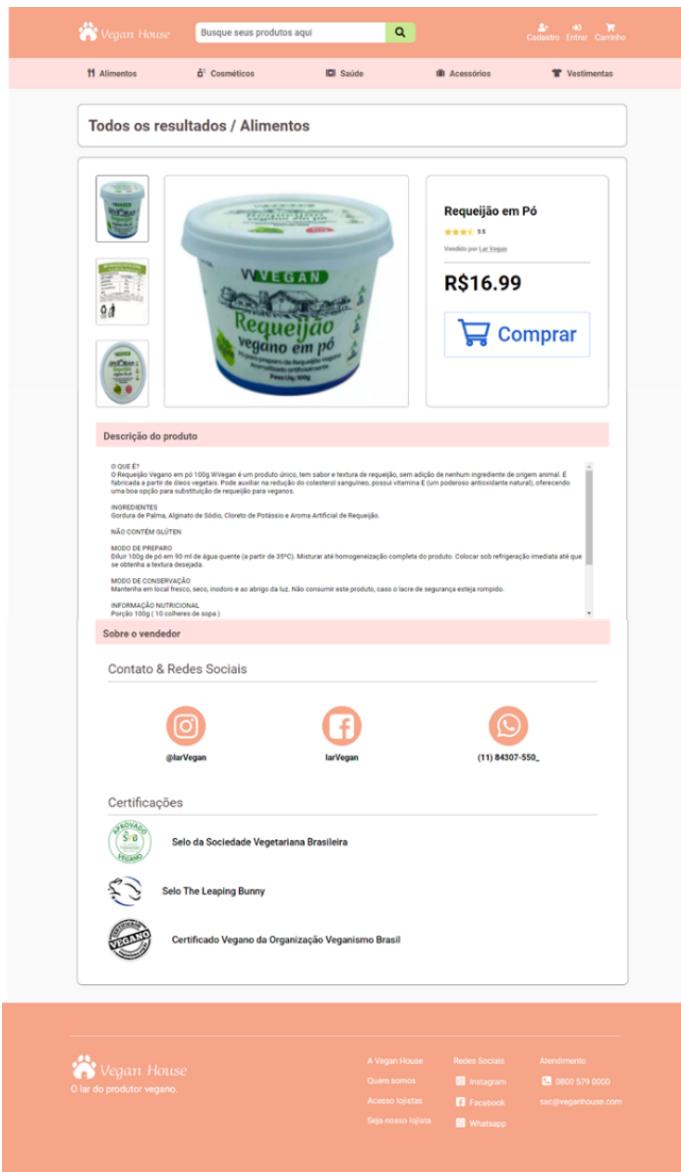
A green 'Atualizar' (Update) button is located at the bottom of this section.

At the bottom of the page, the footer includes the Vegan House logo, links to 'A Vegan House' (About), 'Redes Sociais' (Social Media), and 'Atendimento' (Customer Service), along with icons for Instagram, Facebook, and WhatsApp.

DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

2.6 – Nosso diferencial

Já o cliente, ao entrar na tela de descrição do produto, consegue identificar facilmente se aquela marca/produto possui algum selo associado.



The screenshot shows a product page for 'Requeijão em Pó' (Vegan Cheese) from the 'Alimentos' category. The product image is a white tub labeled 'Vegan Requeijão'. To the left of the main image are three smaller images of the product at different stages. To the right of the main image is a box containing the product name, a star rating of 3.5, the price 'R\$16.99', and a 'Comprar' (Buy) button. Below the main image is a section titled 'Descrição do produto' (Product Description) which includes detailed nutritional information and preparation instructions. At the bottom of the page is a 'Sobre o vendedor' (About the seller) section featuring social media links for Instagram (@LarVegan), Facebook (larVegan), and WhatsApp (11 84307-550).



The screenshot shows a mobile phone displaying a product page for 'Pomada - Basalsamo' (Balsam) by Lar Vegan. The product has a rating of 22.5 and a price of R\$16.99. A large 'Comprar' button is visible. Below the product details is a 'Certificações' (Certifications) section featuring a circular 'CERTIFICADO VEGANO' seal from Veganismo.org.br. The page also includes sections for 'Descrição' (Description) and 'Sobre o vendedor' (About the seller), each with social media links for Instagram (@Lar_vegan), Facebook (Lar_vegan), and WhatsApp (11 91184-3075).

CONCLUSÃO

Já é de senso comum que o comércio virtual se tornou uma das principais tendências do mercado e as marcas e empresas já entenderam como é fundamental a digitalização de seu negócio. Contudo, enxergou-se uma grande dificuldade de pequenos empreendedores dentro do contexto vegan de acompanhar e aderirem a essa nova forma de comércio.

O processo de elicitação de requisitos foi fundamental para elaboração de uma solução que atendesse as necessidades de pessoas reais, além de elucidar verdadeiras dores existentes de produtores e consumidores veganos: encontrar em um ambiente online um portal para compra e venda de produtos exclusivamente veganos, com informações específicas da composição e origem das mercadorias.

A solução encontrada foi uma plataforma marketplace agregadora de microempreendedores veganos e a relevância desse projeto foi reforçada por produtores que foram consultados durante a trilha de requisitos.

Até o final do desenvolvimento o foco foi fazer uma interface limpa e de fácil navegação, para que a plataforma fosse acessível até mesmo para um público não habituado a fazer compras virtuais.

Com relação ao back-end, valorizou-se a organização e limpeza do código para assegurar a qualidade da solução. Foram também utilizadas APIs externas (Correios e Mercado Pago), a fim de garantir a acurácia de determinadas funcionalidades que são fundamentais a um e-commerce, mas que o desenvolvimento de um serviço próprio não caberia no backlog, visto o prazo do projeto.

As etapas do desenvolvimento web e mobile do projeto encerraram-se exitosas, com todos os requisitos essenciais descritos nos backlogs projetados. Dentre as principais funcionalidades entregues estão: cadastros de usuário e vendedor, possibilidade do vendedor cadastrar/editar produtos, cadastro de produtos via txt, exportação de lista de produtos em csv, página de pedidos feitos, página de pedidos recebidos (para vendedores), catálogo de produto, página de descrição de produto, página de carrinho e checkout.

Como projeção futura temos em mente etapas que visam o refinamento das soluções web e mobile, procurando sempre estarmos alinhados com o mercado e, principalmente, com as necessidades de nossos clientes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ressaltamos que o projeto não está 100% adepto aos princípios veganos, uma vez que nós, desenvolvedores da aplicação, não somos veganos e principalmente pelo fato de não termos controle sobre a cadeia produtiva de todos os serviços utilizados para o desenvolvimento e manutenção da aplicação.

Ainda assim, reforçamos que nossa intenção é contribuir para o crescimento dessa comunidade ao tornar seu nicho de mercado mais acessível através da tecnologia.

Um ponto de suma importância por nós identificado e que nos chamou muita atenção ao longo do desenvolvimento do projeto foi o forte sentimento de compaixão presente de forma unânime na comunidade vegana.

Dessa forma, encerramos a apresentação de nosso projeto com a seguinte frase:

"Compaixão é o maior efeito colateral de ser vegano".

REFERÊNCIAS

<https://portalvegano.com.br/>

<https://www.imediacomunicacao.com.br/como-o-marketplace-ajuda-na-crise-economica/>

<https://www.portaldenoticias.com.br/noticia/13438/mercado-vegano-passa-por-crescimento-e-setores-investem-no-segmento.html>

<https://resultadosdigitais.com.br/blog/dados-de-ecommerce-no-brasil/>

Por Agência Sebrae 14 de Outubro de 2019 às 12:48
| Informações do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena empresa
<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>

<https://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2021/02/28/venda-de-produtos-naturais-vegetarianos-e-veganos-cresce-no-e-commerce.ghtml>

<https://empreendedor.com.br/noticia/pesquisa-sobre-marketplaces-e-impactos-na-vida-dos-microempreendedores/>

<https://veganbusiness.com.br/a-certificacao-vegana-e-importante-para-os-consumidores/>

<https://www.migalhas.com.br/depeso/360832/os-documentos-fundamentais-para-adequacao-da-lpdp>

https://www.gov.br/governodigital/pt-br/seguranca-e-protectao-de-dados/guias/quia_tupp.pdf

SOBRE OS DESENVOLVEDORES



Felipe Higa

<https://github.com/FelipeTHiga><https://www.linkedin.com/in/felipe-higa-05283915b/>

Larissa El Majdob de Lima

<https://github.com/LarissaElMajdobLima><https://www.linkedin.com/in/larissa-el-majdob/>

Miguel Nunes

<https://github.com/MiguelNunesA><https://www.linkedin.com/in/miguel-nunes-a36417199/>

Rafael Rocha

<https://github.com/rafael-rochaalmeida><https://www.linkedin.com/in/rafa-rocha-almeida/>

Vitória Souza

<https://github.com/vitoriaadesouzasantos><https://www.linkedin.com/in/vitoria-souza-351008173/>

Repositórios do projeto:

<https://github.com/FelipeTHiga/BandTec-3ADSA-2021-2-Grupo-05><https://github.com/FelipeTHiga/VeganHouse.MobileApp>