





Vegan House

O lar do consumidor vegano

E-commerce

- 20,2 milhões de novos consumidores em 2020
- R\$ 35,2 bilhões gerados entre janeiro e março de 2021
- 1,3 milhão de lojas virtuais

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





Vegan House

Movimento vegan

O que é?



Vegan House



Movimento vegan

termo
buscado:
vegano



Brasil

01/2016 a 01/2021



Crescimento de mais de 300%


Fonte: Google Trends (acesso em 03/09/2021)



Vegan House



Movimento vegan



crece o número de
vegetarianos no Brasil

14% 
dos brasileiros
se declaram
vegetarianos 

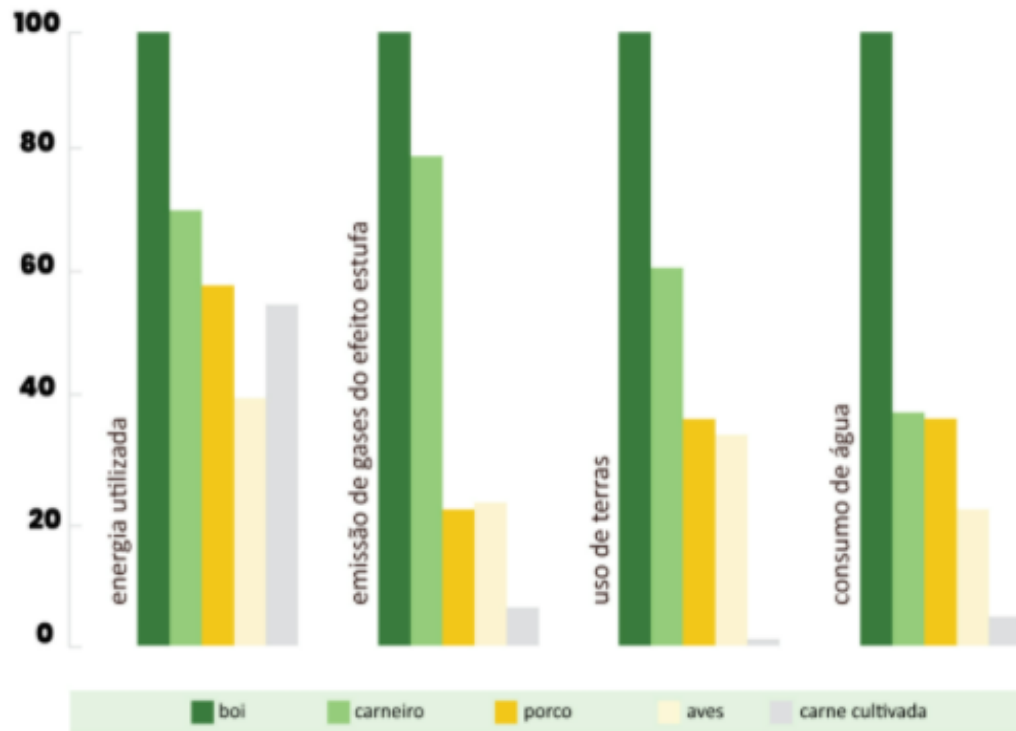
 **75%**
de crescimento
da população vegetariana nas
regiões metropolitanas*

* Comparado com a mesma pesquisa
feita pelo IBOPE em 2012.

55% 
dos brasileiros
consumiriam mais
produtos veganos se estivessem
indicados na embalagem



Movimento vegan



1 ERRADICAR
A POBREZA



2 ACABAR
COM A FOME



3 VIDA
SAUDÁVEL



4 EDUCAÇÃO
DE QUALIDADE



5 IGUALDADE
DE GÊNERO



6 ÁGUA E
SANEAMENTO



7 ENERGIAS
RENOVÁVEIS



8 TRABALHO DIGNO
E CRESCIMENTO
ECONÔMICO



9 INOVAÇÃO E
INFRAESTRUTURAS



10 REDUZIR AS
DESIGUALDADES



11 CIDADES E
COMUNIDADES
SUSTENTÁVEIS



12 PRODUÇÃO E
CONSUMO
SUSTENTÁVEIS



13 COMBATER AS
ALTERAÇÕES
CLIMÁTICAS



14 OCENOS, MARES
E RECURSOS
MARINHOS



15 ECOSISTEMAS
TERRESTRES E
BIODIVERSIDADE



16 PAZ E
JUSTIÇA



17 PARCERIAS PARA O
DESENVOLVIMENTO



1 ERRADICAR
A POBREZA



2 ACABAR
COM A FOME



3 VIDA
SAUDÁVEL



4 EDUCAÇÃO
DE QUALIDADE



5 IGUALDADE
DE GÊNERO



6 ÁGUA E
SANEAMENTO



7 ENERGIAS
RENOVÁVEIS



8 TRABALHO DIGNO
E CRESCIMENTO
ECONÔMICO



9 INOVAÇÃO E
INFRAESTRUTURAS



10 REDUZIR AS
DESIGUALDADES



11 CIDADES E
COMUNIDADES
SUSTENTÁVEIS



12 PRODUÇÃO E
CONSUMO
SUSTENTÁVEIS



13 COMBATER AS
ALTERAÇÕES
CLIMÁTICAS



14 OCENOS, MARES
E RECURSOS
MARINHOS



15 ECOSISTEMAS
TERRESTRES E
BIODIVERSIDADE



16 PAZ E
JUSTIÇA



17 PARCERIAS PARA O
DESENVOLVIMENTO



Onde está o
problema?

Pesquisa de campo

Entrevistas



Pesquisa de campo

Entrevistas

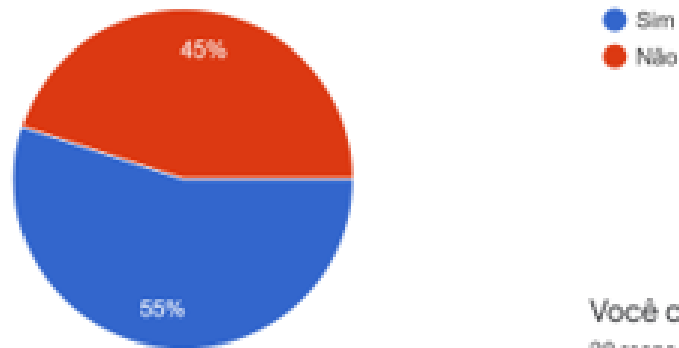


Pesquisa de campo

Formulário online

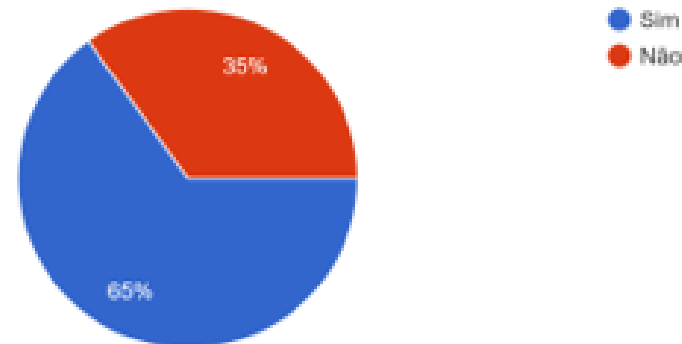
Você tem facilidade de encontrar produtos veganos?

20 respostas



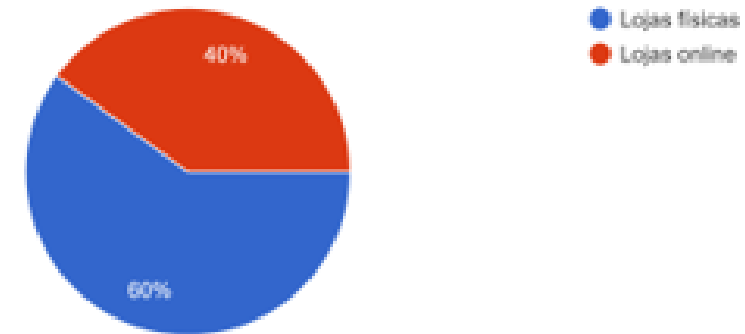
Você costuma fazer compras online?

20 respostas



Por onde você costuma fazer compras de produtos veganos?

20 respostas



Proto-persona

Usuário vegan que faz compras online

Quem? Nome, foto e uma frase que especifique o problema



Mariana, jovem
"Sou vegana e tenho dificuldade em encontrar produtos veganos acessíveis e de qualidade"

Palavras/frases que definem a persona

- 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

Dores e Necessidades

- 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

Mapa de persona











PERSONAL CANVAS

Tipo de Persona Pessoa vegana

Autor Felipe Higa & Vitória Santos

Data 09/02/2022

<p>Prioridade <input checked="" type="checkbox"/> Primária <input type="checkbox"/> Secundária</p>  <p>Afirmação/Comportamento</p> <p>"Sou vegana e tenho dificuldade em encontrar produtos veganos acessíveis e de qualidade"</p> <p>Nome <u>Mariana</u></p> <p>Idade <u>25</u></p> <p>Ocupação <u>Estudante</u></p> <p>Local <u>São Paulo</u></p> <p>Status <u>Solteira</u></p> <p>Biografia</p> <p>Trocou o estilo junkie food pelo vegan em 2011, o que curou as doenças 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>	<p>Personalidade</p> <p>EXTROVERTIDO INTROVERTIDO</p> <p>SENSITIVO INTUITIVO</p> <p>PENSAR SENTIR</p> <p>JULGAR PERCEBER</p> <p>PASSIVO ATIVO</p> <p>O que me envolve/me desperta interesse</p> <p>INCENTIVO</p> <p>MEDO</p> <p>CONQUISTA</p> <p>CRESCIMENTO</p> <p>PODER</p> <p>SOCIAL</p> <p>Marcas/apps/ Influencers favoritos</p> <p>    </p> <p>(Microempreendedores)</p> <p>Dispositivos e plataformas</p> <p></p>	<p>Especialidade Técnica</p> <p>IT E INTERNET</p> <p>SOFTWARES</p> <p>MOBILE E APPS</p> <p>REDES SOCIAIS</p> <p>INTERNET DAS COISAS E REALIDADE VIRTUAL</p> <p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none">Promover o crescimento da comunidade vegan.Conscientizar o público não vegan sobre a importância do movimento.Alcançar um mundo livre de crueldade animal e mais sustentável. <p>Razão principal para usar o seu serviço/produto</p> <ul style="list-style-type: none">Grande variedade de produtos.Proximidade com vendedores.Certificações dos produtos.Facilidade de navegação. <p>Fator decisivo</p> <p>Facilidade em encontrar variados tipos de produtos com certificação vegan em um só lugar.</p>	<p>Como me contactar</p> <p>ANÚNCIOS TRADICIONAIS E MALA DIRETA (CORREIO)</p> <p>ANÚNCIOS DIGITAIS E E-MAIL</p> <p>BLOG E/OU MÍDIAS SOCIAIS</p> <p>BOCA A BOCA</p> <p>EVENTOS/LUGARES FÍSICOS</p> <p>Pontos de dor</p> <ul style="list-style-type: none">Dificuldade em encontrar lojas online confiáveis de produtos veganosDificuldade em encontrar variedade de marcas/produtos veganosAlguns produtos ainda são muito carosPoucas lojas online dedicada ao contexto veganoConhecer todo o precedente dos produtos que consome <p>Relação com o seu produto/serviço</p> <p></p>
---	--	---	---



Proto-persona

Microempreendedora de produtos veganos

Quem? Nome, foto e uma frase que especifique o problema



Cláudia, 39 anos
"Sou dona de marca de cosméticos veganos e possuo dificuldade em atingir o público consumidor"

Palavras/frases que definem a persona

- Vegana
- Mentalidade 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

Dores e Necessidades

- 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

Mapa de persona









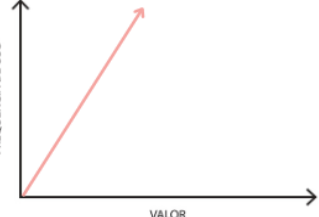


PERSONAL CANVAS

Tipo de Persona Microempreendedor de produtos veganos

Autor Felipe Higa & Vitória Santos

Data 09/02/2022

<p>Prioridade <input type="checkbox"/> Primária <input checked="" type="checkbox"/> Secundária</p>  <p>Afirmção/Comportamento</p> <p>Sou dona de marca de cosméticos veganos e possuo dificuldade em atingir o público consumidor</p> <p>Nome <u>Claudia</u></p> <p>Idade <u>39</u></p> <p>Ocupação <u>Produtora de cosméticos veganos</u></p> <p>Local <u>São Paulo</u></p> <p>Status <u>Casada</u></p> <p>Biografia</p> <p>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 atuar ativamente no movimento vegan e criou sua própria marca de produtos veganos.</p>	<p>Personalidade</p> <p>EXTROVERTIDO <input type="checkbox"/> INTROVERTIDO <input type="checkbox"/></p> <p>SENSITIVO <input type="checkbox"/> INTUITIVO <input type="checkbox"/></p> <p>PENSAR <input type="checkbox"/> SENTIR <input type="checkbox"/></p> <p>JULGAR <input type="checkbox"/> PERCEBER <input type="checkbox"/></p> <p>PASSIVO <input type="checkbox"/> ATIVO <input type="checkbox"/></p> <p>O que me envolve/me desperta interesse</p> <p>INCENTIVO <input type="checkbox"/></p> <p>MEDO <input type="checkbox"/></p> <p>CONQUISTA <input type="checkbox"/></p> <p>CRESCIMENTO <input type="checkbox"/></p> <p>PODER <input type="checkbox"/></p> <p>SOCIAL <input type="checkbox"/></p> <p>Marcas/apps/ Influencers favoritos</p> <p>     </p> <p>(Microempreendedores)</p> <p>Dispositivos e plataformas</p> <p></p>	<p>Especialidade Técnica</p> <p>IT E INTERNET <input type="checkbox"/></p> <p>SOFTWARES <input type="checkbox"/></p> <p>MOBILE E APPS <input type="checkbox"/></p> <p>REDES SOCIAIS <input type="checkbox"/></p> <p>INTERNET DAS COISAS E REALIDADE VIRTUAL <input type="checkbox"/></p> <p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none">Promover o crescimento da comunidade vegan.Conscientizar o público não vegan 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. <p>Razão principal para usar o seu serviço/produto</p> <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. <p>Fator decisivo</p> <p>Possibilita visibilidade e alcance dos produtos de pequeno empreendedores.</p>	<p>Como me contactar</p> <p>ANÚNCIOS TRADICIONAIS E MALA DIRETA (CORREIO) <input type="checkbox"/></p> <p>ANÚNCIOS DIGITAIS E E-MAIL <input type="checkbox"/></p> <p>BLOG E/OU MÍDIAS SOCIAIS <input type="checkbox"/></p> <p>BOCA A BOCA <input type="checkbox"/></p> <p>EVENTOS/LUGARES FÍSICOS <input type="checkbox"/></p> <p>Pontos de dor</p> <ul style="list-style-type: none">Queda nas vendas durante a pandemiaPrecisa de ajuda com a logística da vendaBaixo número de fornecedores certificadosTem dificuldade em divulgar sua marca e encontrar novos consumidoresAtualmente, a forma com que trabalha sua marca online traz poucos resultados <p>Relação com o seu produto/serviço</p> <p></p>
--	--	---	---



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 vegan



Proximidade do consumidor final com o produtor



Painel de gestão de produtos



Certificações



Certificações

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



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

Backlog

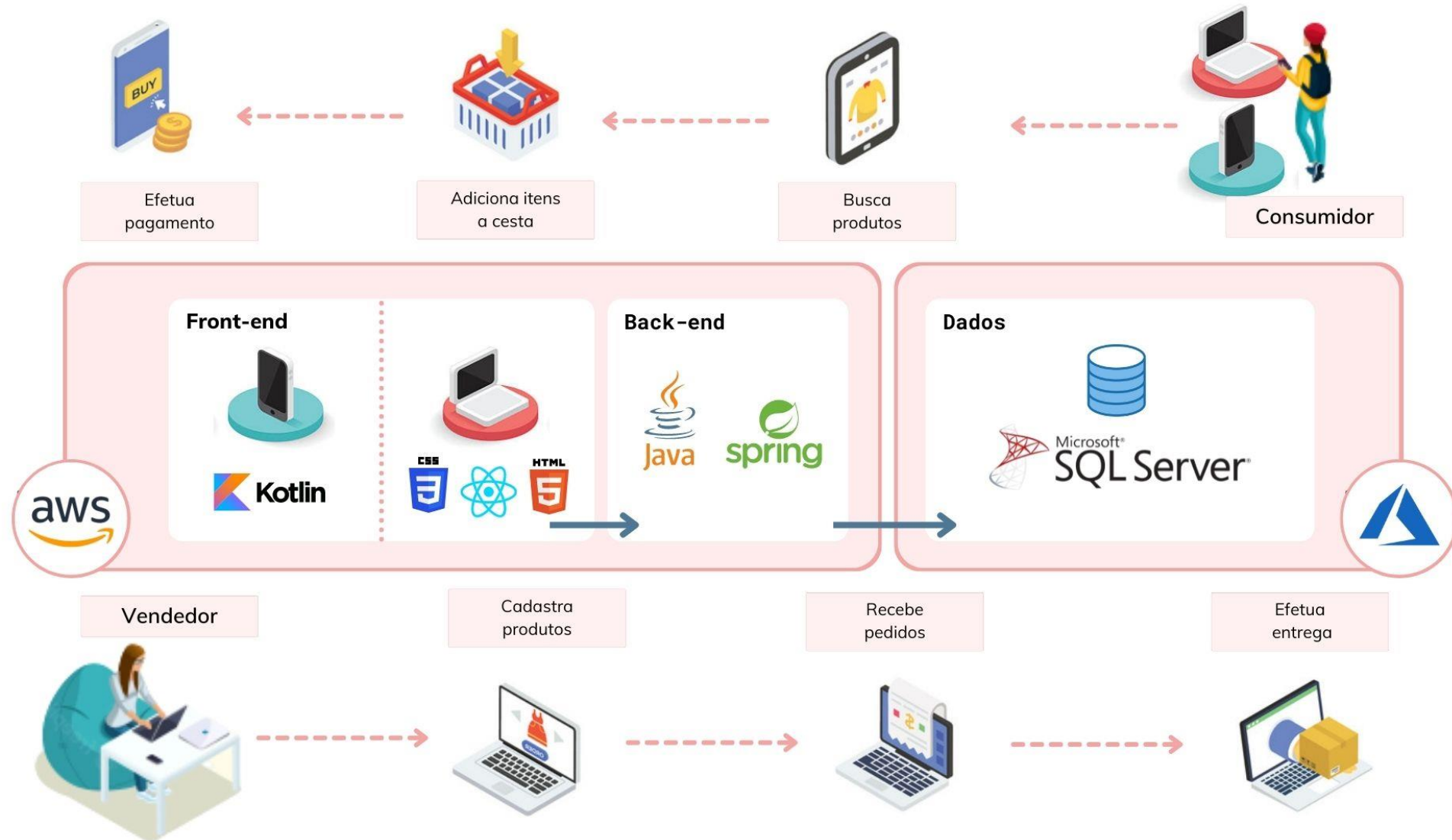
BACKLOG						
ID	Estado	Artefato	Essencial	Importante	Desejavél	Dificuldade
1	Planejada	Tela Home	X			Fácil
2	Planejada	Tela de cadastro de usuário comum	X			Fácil
3	Planejada	Tela de login	X			Fácil
4	Planejada	Tela de perfil do usuário	X			Fácil
5	Planejada	Tela de edição de endereço para o usuário	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 catalogo 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



Canvas de modelo de negócio

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

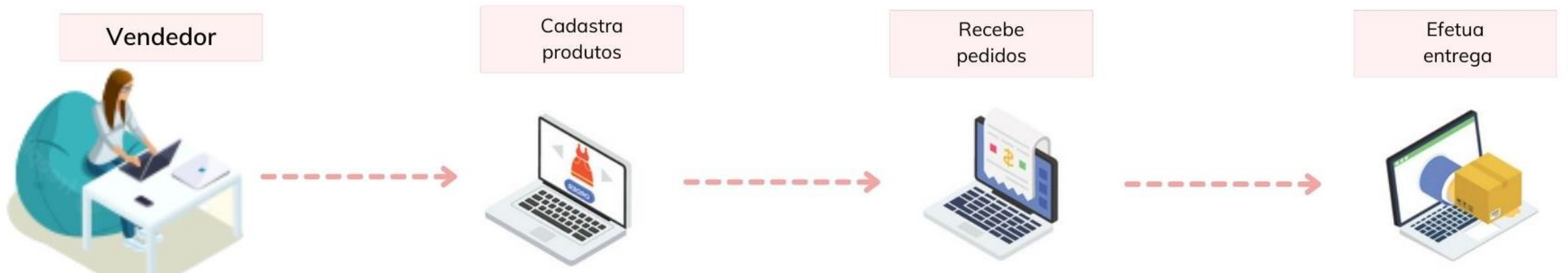
Desenho de solução



Desenho de solução



Desenho de solução



Desenho de solução

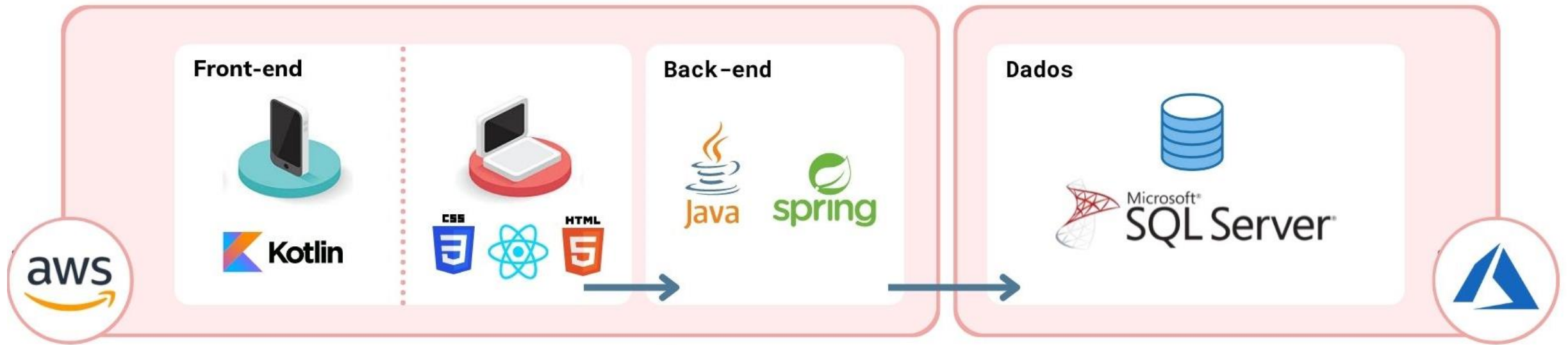
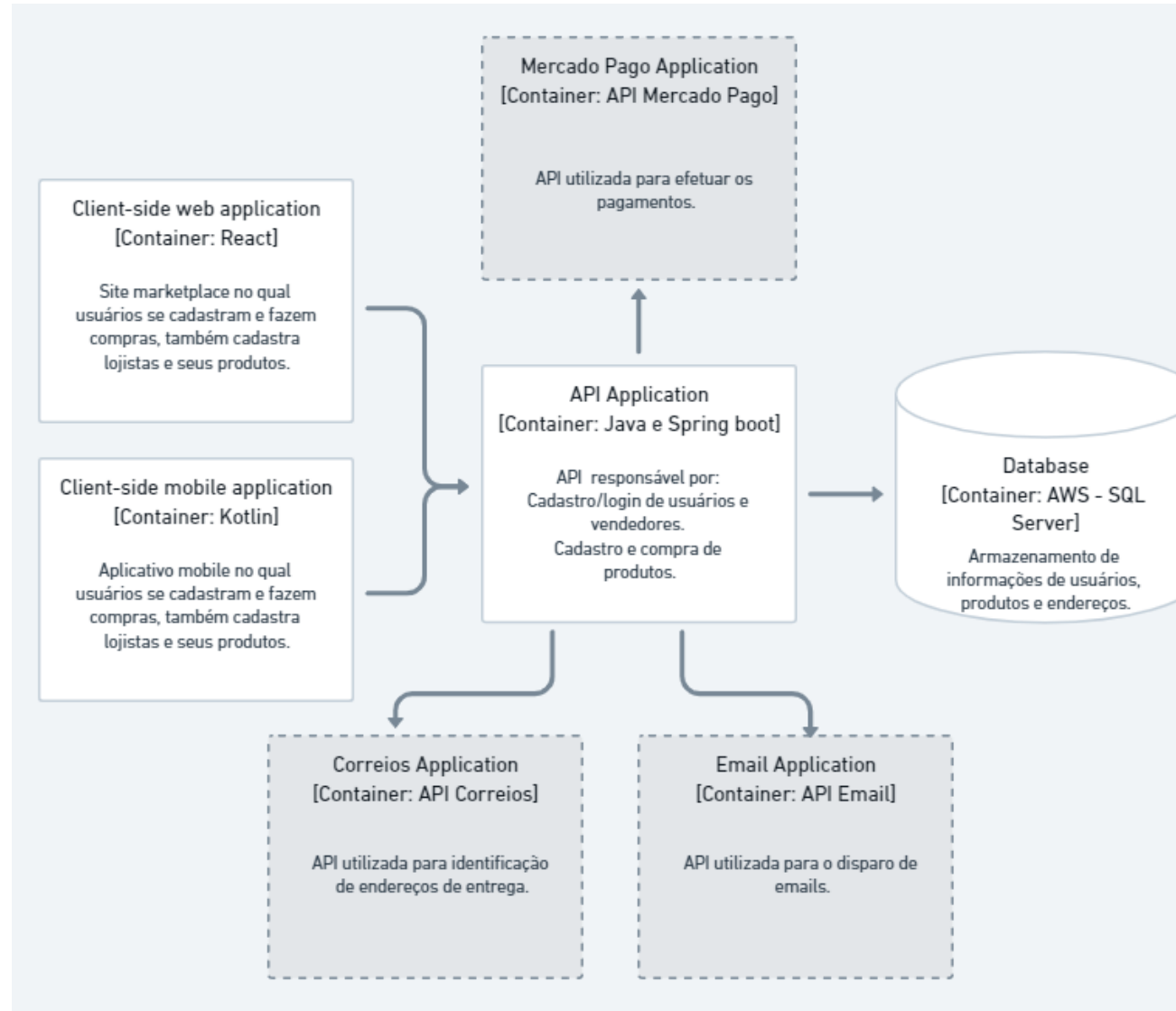
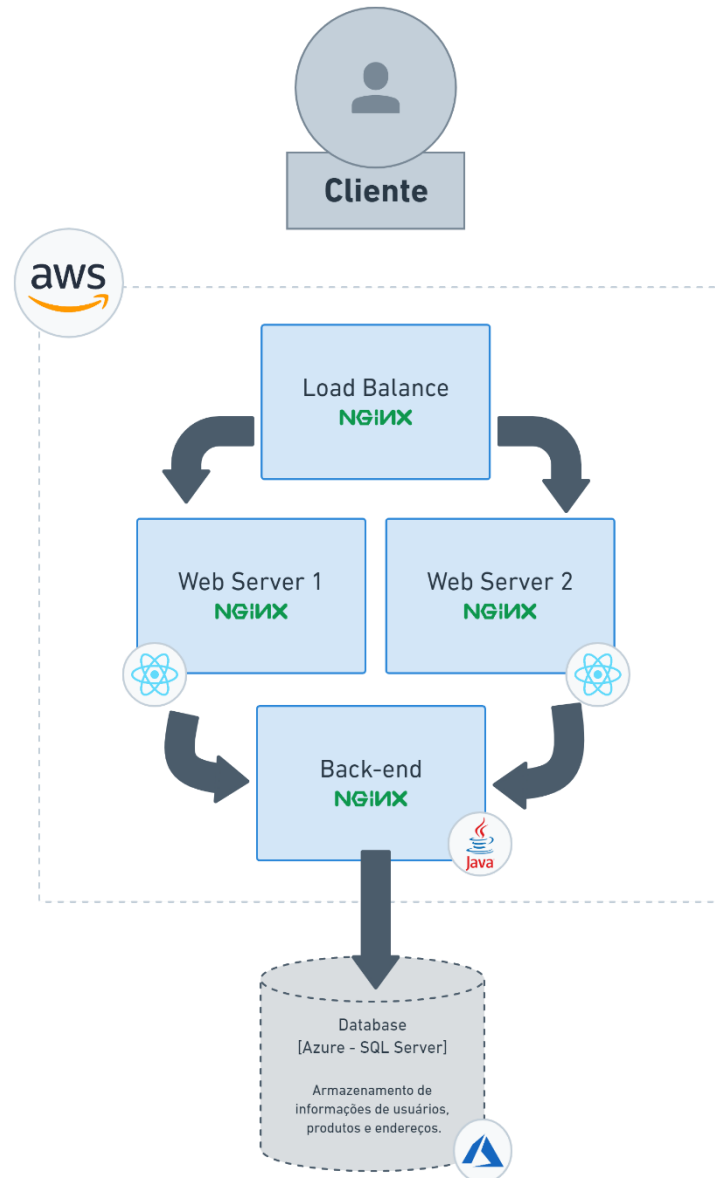


Diagrama de arquitetura de Software



Arquitetura Cloud



Testes de estresse

Amostra #	Tempo de início	Nome do Usuário Virtual	Rótulo	Tempo da am...	Estado	Bytes	Sent Bytes	Latency	Connect Time...
1	00:37:14.844	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	1785	✓	2712	138	1785	296
2	00:37:16.629	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	1629	✓	2712	138	1629	0
3	00:37:18.258	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	1075	✓	2712	138	1075	0
4	00:37:19.333	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	709	✓	2712	138	709	0
5	00:37:20.043	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	1137	✓	2712	138	1137	0
6	00:37:21.180	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	2395	✓	2712	138	2395	0
7	00:37:23.576	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	722	✓	2712	138	722	0
8	00:37:24.299	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	1480	✓	2712	138	1480	0
9	00:37:25.780	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	581	✓	2712	138	581	0
10	00:37:26.362	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	834	✓	2712	138	834	0
11	00:37:27.196	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	505	✓	2712	138	505	0
12	00:37:27.701	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	784	✓	2712	138	784	0
13	00:37:28.486	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	390	✓	2712	138	390	0
14	00:37:28.876	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	1130	✓	2712	138	1130	0
15	00:37:30.007	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	394	✓	2712	138	394	0
16	00:37:30.401	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	815	✓	2712	138	815	0
17	00:37:31.216	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	707	✓	2712	138	707	0
18	00:37:31.924	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	609	✓	2712	138	609	0
19	00:37:32.534	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	713	✓	2712	138	713	0
20	00:37:33.248	Acesso Catálogo de Produtos 1-1	Requisição HTTP	508	✓	2712	138	508	0



Testes de estresse

Amostra #	Tempo de início	Nome do Usuário Virtual	Rótulo	Tempo da am...	Estado	Bytes	Sent Bytes	Latency	Connect Time...
1	00:33:36.428	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	765	✓	1594	246	298	155
2	00:33:37.193	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	283	✓	1594	246	135	0
3	00:33:37.476	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	284	✓	1594	246	135	0
4	00:33:37.760	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	291	✓	1594	246	134	0
5	00:33:38.050	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	281	✓	1594	246	137	0
6	00:33:38.331	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	295	✓	1594	246	131	0
7	00:33:38.626	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	265	✓	1594	246	129	0
8	00:33:38.891	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	260	✓	1594	246	128	0
9	00:33:39.151	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	264	✓	1594	246	130	0
10	00:33:39.415	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	263	✓	1594	246	130	0
11	00:33:39.678	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	264	✓	1594	246	131	0
12	00:33:39.942	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	276	✓	1594	246	128	0
13	00:33:40.218	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	265	✓	1594	246	128	0
14	00:33:40.483	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	263	✓	1594	246	129	0
15	00:33:40.747	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	264	✓	1594	246	129	0
16	00:33:41.012	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	265	✓	1594	246	130	0
17	00:33:41.277	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	264	✓	1594	246	128	0
18	00:33:41.542	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	260	✓	1594	246	129	0
19	00:33:41.803	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	265	✓	1594	246	132	0
20	00:33:42.069	Acesso de Usuários 1-1	Requisição HTTP	265	✓	1594	246	129	0




Testes de estresse


Amostra #	Tempo de início	Nome do Usuário Virtual	Rótulo	Tempo da am...	Estado	Bytes	Sent Bytes	Latency	Connect Time...
1	00:41:08.218	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	721	✓	1594	246	275	142
2	00:41:08.940	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	301	✓	1594	246	143	0
3	00:41:09.242	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	295	✓	1594	246	143	0
4	00:41:09.537	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	292	✓	1594	246	139	0
5	00:41:09.829	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	292	✓	1594	246	137	0
6	00:41:10.122	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	284	✓	1594	246	133	0
7	00:41:10.407	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	296	✓	1594	246	142	0
8	00:41:10.704	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	268	✓	1594	246	132	0
9	00:41:10.972	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	270	✓	1594	246	132	0
10	00:41:11.242	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	273	✓	1594	246	133	0
11	00:41:11.515	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	277	✓	1594	246	138	0
12	00:41:11.792	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	276	✓	1594	246	133	0
13	00:41:12.068	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	262	✓	1594	246	129	0
14	00:41:12.330	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	262	✓	1594	246	129	0
15	00:41:12.592	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	260	✓	1594	246	129	0
16	00:41:12.853	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	265	✓	1594	246	129	0
17	00:41:13.119	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	289	✓	1594	246	147	0
18	00:41:13.408	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	260	✓	1594	246	129	0
19	00:41:13.668	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	261	✓	1594	246	128	0
20	00:41:13.930	Acessos no Site 1-1	Requisição HTTP	260	✓	1594	246	128	0




Deploy automatizado


 **Jenkins**

pesquisar


 1


 2


Vegan House


 sair


Dashboard


 Novo job

 Usuários

 Histórico de compilações

 Gerenciar Jenkins

 Minhas views

 New View

Fila de builds




Nenhum build na fila.

Estado do executor de builds

1 Parado


2 Parado


Adicionar descrição


S	W	Nome ↓	Último sucesso	Última falha	Última duração
		Deploy ambiente Vegan House	21 minutos #4	N/D	1 minuto 0 segundos 

Ícone: S M L

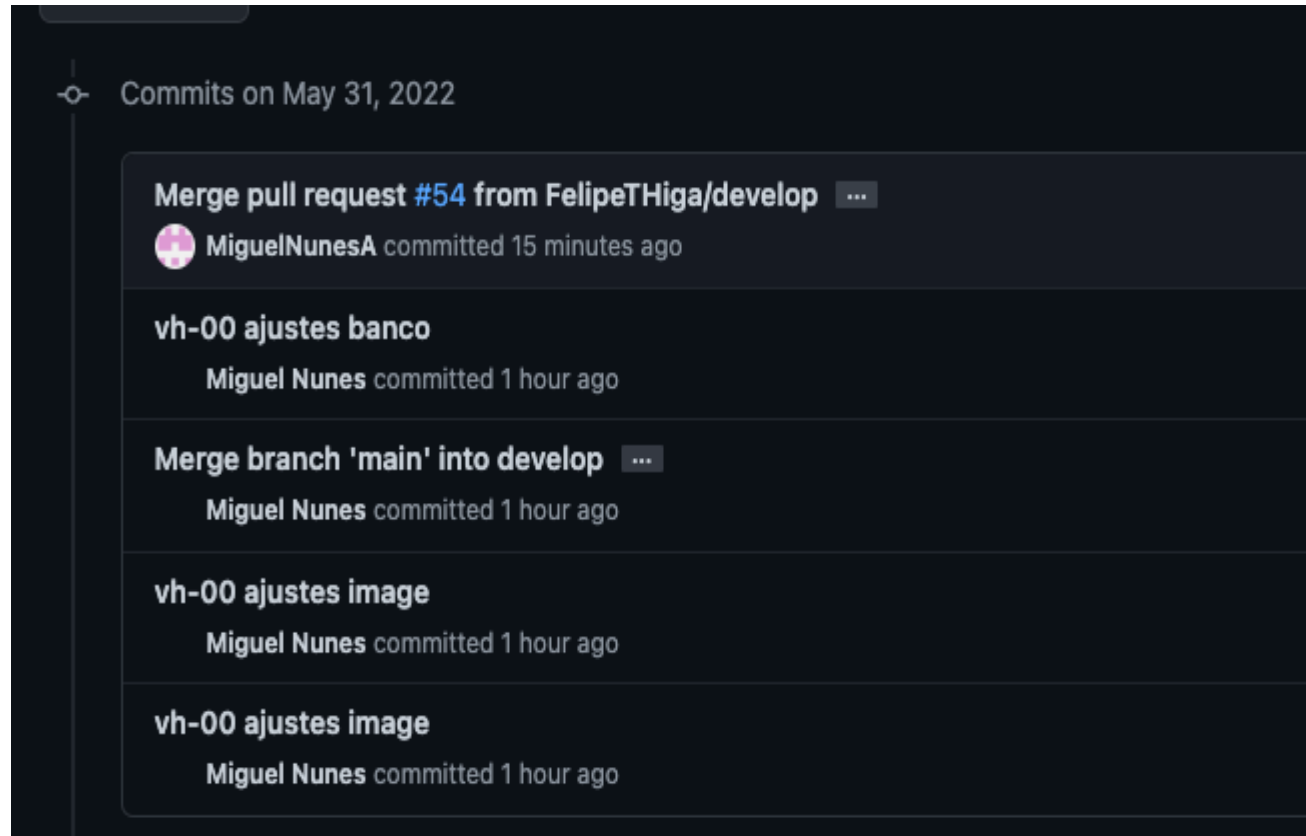
Legenda

 Atom feed de tudo

 Atom feed das falhas

 Atom feed apenas para os últimos builds

Deploy automatizado



Deploy automatizado

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



Changes

1. vh-00 ajustes image ([details](#) / [githubweb](#))
2. vh-00 ajustes image ([details](#) / [githubweb](#))
3. 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

Deploy automatizado

Mudanças

Summary

1. vh-00 ajustes image ([details](#))
2. vh-00 ajustes image ([details](#))
3. vh-00 ajustes banco ([details](#))

Commit [bdac6214b0e2e6e4c72edd53e1ae28b4f43e864f](#) 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](#)
vh-00 ajustes image

Demonstração

Considerações finais

“Compaixão é o melhor efeito
colateral de ser vegano.”





Obrigado!