

Projeto de desenvolvimento de software

3ª ENTREGA - Outros

GRUPO: MAMBOS DA BANDA



Licenciatura de Engenharia Informática

Professor André Sabino

Elementos do grupo:

Lesly Gombet- 20210355

Djaline Cortez- 20200482

Kevin Dos Santos- 20210448

Eularinani Ecombe- 20210329

Wesley Augusto- 20200344

Índice

Índice.....	2
INTRODUÇÃO.....	3
PÚBLICO-ALVO	3
TECNOLOGIAS UTILIZADAS.....	3
TAREFAS PRINCIPAIS.....	3
BOTÃO FÍSICO COM ESP32.....	4
LEAFLET.....	4
MÉTODO DE PAGAMENTO STRIPE.....	4
VISUAL STORYTELLING	5
INVESTIGAÇÃO	6
ANALISE COMPETITIVA.....	6
PROTO PERSONAS.....	7
PROPOSTA DE SOLUÇÃO COM CENÁRIOS E PERSONAS.....	8
A MARCA.....	9
PERSONALIDADE DA MARCA	10
MOOD BOARD.....	12
IDENTIDADE VISUAL.....	13
LOGO	13
Nossas logos.....	14
CORES.....	15
WIREFRAMES	17
MOCKUPS	22

INTRODUÇÃO

Neste trabalho pretendemos apresentar a nossa aplicação web, explicar o nosso objetivo e como funciona.

Podemos dizer brevemente que a nossa aplicação é uma conexão entre vendedores e compradores, ao contrário de outras aplicações, esta exhibe os produtos e as lojas nela registadas e assim conecta o comprador ao vendedor.

Nome do projeto: Mambos da banda

A aplicação agregará um conjunto de lojas de produtos para confeção de pratos típicos angolanos, o cliente procura pelo produto e aparecem as lojas que o tenham, o cliente então seleciona em que loja deseja fazer a compra, baseando-se em preços e distância. Isso é conveniente porque reduz o tempo dos clientes.

A pretensão com esta aplicação é ajudar pequenos negócios, pessoas que com pouco tentam conseguir uma renda, seja essa única ou extra, e pessoas em geral, angolanos ou não, mas que queiram preparar refeições angolanas. Tornando a procura e a oferta destes produtos bem mais rápida e prática.

PÚBLICO-ALVO

A nossa aplicação é destinada a pessoas angolanas ou não de idade mínima de 16 anos. Optamos por esta idade por questões de segurança, tanto pela culinária quanto por questões bancárias.

TECNOLOGIAS UTILIZADAS

- Java Script • React • Css • NodeJs • Kubernetes Cluster (Desenvolvimento Front-end e backend);
- Postgres • PostGis (Base de dados);
- Github (Gerenciamento de Projeto e do código);
- PgAdmin • VSCode (outras ferramentas).

TAREFAS PRINCIPAIS

A nossa solução conta com as seguintes funcionalidades:

- Qualquer utilizador poderá:
 - Visualizar lojas
 - Visualizar produtos
 - Registrar-se
- Utilizadores registados poderão:
 - Visualizar lojas que contêm um produto

- Visualizar mapa das lojas
 - Adicionar produtos ao carrinho
 - Finalizar compra
-
- As lojas terão:
 - Um nome
 - Uma lista de produtos (quantidade e preço)
 - Localização

Novas funcionalidades

- Pagamento com uma api de pagamentos (Stripe)
- Integração de mapas com api's de mapas (Leaflet, Open Streets maps e map box)
- Botão físico com iot esp32.

BOTÃO FÍSICO COM ESP32

O botão associado ao microcontrolador ESP32 no nosso website oferece uma funcionalidade conveniente aos usuários. Ao pressionar esse botão, você pode adicionar automaticamente produtos pré-selecionados ao carrinho de compras. Essa abordagem simplifica o processo de compra, proporcionando uma maneira fácil e direta para os usuários adicionarem itens específicos ao carrinho. Isso melhora a experiência do usuário, tornando a compra mais rápida e intuitiva.

LEAFLET

O Leaflet permite incorporar mapas personalizados com camadas interativas, marcadores, polígonos, informações detalhadas e interação do usuário. O Leaflet é usado na loja Mambos da Banda para criar mapas interativos, permitindo que os usuários vejam a localização das lojas de produtos para pratos típicos angolanos. Esses mapas mostram marcadores para indicar onde estão essas lojas

MÉTODO DE PAGAMENTO STRIPE

O Stripe é um serviço de processamento de pagamentos online bastante popular e amplamente utilizado por várias lojas online e plataformas de comércio eletrônico. Oferece aos usuários a capacidade de aceitar pagamentos por cartão de crédito, débito e outras formas de pagamento online de forma segura e conveniente.

O que facilita:

1. Processamento de Pagamento Simplificado;
2. Segurança nas Transações;
3. Diversidade de Métodos de Pagamento;

4. Integração fácil com a Plataforma.

VISUAL STORYTELLING

Visual storytelling é uma técnica que usa imagens, gráficos, diagramas, infográficos e outros elementos visuais para contar histórias de maneira mais envolvente e emocional. Esta técnica é usada para criar conexões mais fortes com o seu público e tornar sua mensagem mais memorável.

Existem vários tipos de visual storytelling que podem ser usados em diferentes contextos, dependendo do objetivo e do público-alvo e nós vamos usar comics.

<p>Uma jovem mulher angolana, chamada Weza, caminha pelas ruas, procurando por uma loja que venda ingredientes para confeção de pratos típicos de Angola.</p> 	<p>Weza está em frente a uma loja que vende alguns ingredientes que ela precisa, mas não todos.</p> 	<p>Weza entra em outra loja, mas encontra poucas opções.</p> 
<p>Weza então chega a casa frustrada e desanimada, sem saber onde mais procurar.</p> 	<p>De repente, ela pega seu laptop e pesquisa na internet. Ela encontra um site chamado "Mambos da banda" que apresenta uma lista várias lojas com diferentes ingredientes.</p> 	<p>Ela pesquisa um produto e o site mostra uma lista de lojas que vendem esse produto, com preços e localizações claros e precisos. Ela adiciona todos os ingredientes ao carrinho de compras e finaliza a compra.</p> 
<p>Weza fica feliz e aliviada ao ver que pode encontrar tudo o que ela precisa em um só lugar.</p> <p>Finalmente posso preparar minha comida angolana favorita!</p> 	<p>Weza em sua cozinha, feliz e satisfeita, preparando um prato típico de Angola.</p> 	<p>Com Mambos da banda, nossos clientes em Portugal podem encontrar todos os ingredientes que precisam para cozinhar pratos típicos angolanos em um só lugar, economizando tempo e dinheiro. Valorizamos o patriotismo, a eficiência e a honestidade, oferecendo a melhor seleção de produtos de diferentes lojas com preços competitivos e localizações convenientes.</p>

DEBATE

O nosso tema surgiu durante o 1º semestre na UC de projeto de desenvolvimento móvel e vamos explicar como chegamos ao nosso tema: Chegando em Portugal foi muito difícil encontrar lojas que vendessem produtos da culinária angolana, muitas das lojas não têm redes sociais/websites, e demoramos bastante tempo a encontrar essas lojas e a saber onde ficam localizadas. Vimos que vários angolanos se encontravam na mesma situação. Esta situação tornava difícil a aquisição de produtos para a confeção de pratos típicos angolanos. Essa dificuldade motivou-nos a escolher o tema venda de produtos para a confeção de pratos típicos angolanos de modo a resolver este problema, tornar a procura e a oferta destes produtos mais rápida e prática E ajudar pequenos negócios, pessoas que com pouco tentam conseguir uma renda seja essa única ou extra, e pessoas em geral, angolanas ou não, mas que queiram preparar refeições angolanas.

INVESTIGAÇÃO

Poucas são as informações sobre a venda de produtos alimentícios africanos em Portugal, mas um artigo fala sobre a crise de 2014 e a concorrência asiática que levou várias lojas que comercializavam produtos alimentícios africanos a fechar as portas.

Nos anos que antecederam o início da crise económica de 2007, surgiram lojas, mercearias e salões de beleza em zonas estratégicas de Lisboa, frequentadas por clientes africanos. No Cais do Sodré, à beira do rio Tejo, nasceu há cerca de 30 anos a mais antiga loja que começou a comercializar produtos alimentares diversos de origem africana.

"Temos vários produtos, vêm de Angola, Guiné, São Tomé, Cabo Verde... Temos mandioca, vários feijões para a cachupa", nomeia José Carlos, que trabalha há quase 15 anos numa das duas casas que ainda continuam abertas nesta área da cidade, servida por vários meios de transporte público.

"Temos atualmente africanos que vêm aqui comprar coisas para levar para outros países, como Alemanha, para venderem lá

ANALISE COMPETITIVA

Para sabermos a importância e a eficácia da nossa aplicação web pesquisamos por aplicações parecidas ou que tenham qualquer semelhança com a nossa.

Pudemos ver que com exatamente o mesmo fim que a nossa não há. Mas a Uber Eats, Glovo, Bolt Food, AliExpress e Alibaba.

Embora AliExpress e Alibaba vendam uma variedade enorme de produtos, todas elas agregam várias lojas e comercializam os produtos destas, utilizam a localização tanto para entrega como para levantamento de compras.

Todas estas aplicações fazem a entrega dos produtos, então a longo prazo pretendemos incorporar esta funcionalidade também, pois sabemos que é uma mais-valia.

Com esta pesquisa pudemos ver que a nossa aplicação será bem-sucedida, pudemos ver que as pessoas precisam e procuram aplicações desse tipo.

PROTO PERSONAS

Elizabeth Rocha



Cargo

Reformada

Idade

60 anos

Nível mais alto de educação

Mestrado

Forma de comunicação preferida

Email

Objetivos ou motivações

Confecioar pratos típicos de vários países para passar bem o seu tempo

Consegue informações em

Internet

Maiores desafios

Encontrar produtos angolanos

Elsa da Conceição



Cargo

Estudante de Gastronomia

Idade

18 a 24 anos

Nível mais alto de educação

Superior incompleto

Setor

Alimentos e bebidas

Forma de comunicação preferida

Email e redes sociais

Objetivos ou motivações

Ser uma chef renomada

Consegue informações em

cursos online

Maiores desafios

Encontrar produtos da sua cultura

Ricardo Almeida



Cargo
Empreendedor

Idade
35 anos

Nível mais alto de educação
Licenciado

Método preferido de comunicação

Email e redes sociais

Ferramentas que eles precisam para fazer seu trabalho

Internet

Metas ou Objetivos

Vender produtos angolanos para ganhar algum dinheiro depois de ser despedido

Maiores Desafios

Não tem uma loja física e precisa de publicitar o seu negócio

PROPOSTA DE SOLUÇÃO COM CENÁRIOS E PERSONAS



**ELIZABETH
ROCHA**

CENÁRIO

Elizabeth Rocha é uma mulher encantadora de 60 anos, recentemente aposentada e residente em Lisboa, Portugal. Com um mestrado em história da antropologia, ela dedicou a maior parte de sua vida ao ensino e à pesquisa acadêmica. Agora, na aposentadoria, seu principal objetivo é confeccionar pratos típicos de vários países para aproveitar seu tempo e compartilhar suas descobertas culinárias com amigos e familiares.

PERSONA

- Nome: Elizabeth Rocha
- Idade: 60 anos
- Formação: Mestrado
- Localização: Lisboa, Portugal
- Objetivo: Cozinhar pratos típicos de vários países como um passatempo gratificante

Elizabeth é uma pessoa apaixonada por descobrir novos sabores e conhecer diferentes culturas por meio da comida. Ela se esforça para manter a autenticidade em suas receitas, e um dos maiores desafios que enfrenta é encontrar produtos específicos de Angola, como a muamba, o dendê e a fuba, que são cruciais para recriar pratos típicos angolanos. Ela valoriza a importância de usar ingredientes genuínos para capturar a essência da culinária de cada país.

A sorte de Elizabeth mudou quando ela descobriu "Mambos da Banda" uma aplicação web que oferece uma variedade de produtos autênticos para a confecção de pratos típicos angolanos. Agora, ela pode encomendar os ingredientes necessários com facilidade, permitindo que sua paixão culinária continue a florescer. Graças a essa descoberta, Elizabeth pode criar pratos autênticos de Angola e compartilhar a riqueza da culinária angolana com aqueles ao seu redor, tornando sua aposentadoria ainda mais gratificante.



**ELSA
DA CONCEIÇÃO**

CENÁRIO

Elsa da Conceição, uma jovem de 20 anos, está empenhada em seguir seu sonho de se tornar uma chef renomada. Atualmente, ela é estudante de gastronomia e está cursando o ensino superior, mas sua paixão pela culinária a motiva a buscar conhecimento e experiência prática na área. Elsa nasceu em Luanda, Angola, e seu objetivo é celebrar e compartilhar a riqueza da culinária angolana com o mundo.

Elsa enfrenta um desafio significativo em sua jornada culinária: a dificuldade em encontrar produtos autênticos da cultura angolana em Lisboa, onde está atualmente estudando. Ela compreende a importância da autenticidade em suas criações culinárias e sabe que ingredientes específicos, como o óleo de palma, a fuba, e o peixe seco, são essenciais para recriar pratos típicos angolanos com precisão.

Com a ajuda da aplicação "Mambos da Banda," Elsa está mais próxima de realizar seu sonho de se tornar uma chef renomada que celebra a culinária angolana. Essa descoberta foi uma verdadeira bênção para ela, pois agora pode adquirir os ingredientes necessários com facilidade e conveniência, garantindo que suas criações culinárias mantenham a autenticidade e os sabores genuínos de Angola. Ela está ansiosa para continuar aprimorando suas habilidades culinárias, compartilhando sua paixão pela comida de Angola e superando os desafios que surgem em seu caminho durante sua jornada acadêmica e profissional.

PERSONA

- Nome: Elsa da Conceição
- Idade: 20 anos
- Educação: Estudante de gastronomia com ensino superior incompleto
- Localização: Lisboa, Portugal
- Objetivo: Tornar-se uma chef renomada, promovendo a culinária angolana



**RICARDO
ALMEIDA**

CENÁRIO

Ricardo Almeida, um homem de 35 anos, mora em Lisboa, Portugal, e enfrentou recentemente o desafio de ser demitido de seu emprego. Ele é um licenciado em psicologia e, depois de perder o emprego, decidiu buscar novas oportunidades de renda. Ele viaja muito para Angola de férias e consigo sempre trás produtos alimentícios angolanos. Seu objetivo principal é vender produtos angolanos para ganhar algum dinheiro e garantir sua subsistência.

Um dos maiores desafios de Ricardo é o fato de não ter uma loja física para vender os produtos angolanos que deseja comercializar. Ele reconhece a importância da publicidade e da visibilidade para atrair clientes, mas não tem os recursos para abrir um estabelecimento físico. É aí que ele descobre "Mambos da Banda" uma aplicação web que permite a compra e venda de produtos para a confecção de pratos típicos angolanos.

Com a ajuda da aplicação "Mambos da Banda," Ricardo consegue criar uma presença online para o seu negócio, alcançando um público mais amplo. Ele pode selecionar seus produtos angolanos na plataforma, atrair clientes interessados em cozinhar pratos típicos de Angola e, assim, começar a ganhar algum dinheiro para sua subsistência. Essa descoberta traz esperança e uma nova perspectiva para Ricardo, que está determinado a fazer seu negócio prosperar e superar os desafios enfrentados após sua demissão.

PERSONA

- Nome: Ricardo Almeida
- Idade: 35 anos
- Educação: Licenciado
- Localização: Lisboa, Portugal
- Objetivo: Vender produtos angolanos para obter renda após perder o emprego

A MARCA

- Por que este nome?

Escolhemos este nome porque “**mambos**” é uma gíria utilizada em Angola que significa algo, coisa, alguma coisa. E pode ser referido a um tema de assunto, ou a um objeto.

Já o termo “**na banda**” os angolanos utilizam para se referir a Angola.

Sendo assim demos o nome “**Mambos da banda**” que significa **coisas (ingredientes) provenientes de Angola**.

Adaptando ao contexto cultural dos clientes angolanos e demonstrando um comprometimento com a preservação das tradições culinárias angolanas, tendo em conta as preferências e necessidades dos clientes de forma personalizada e eficiente.

- **Por que existimos?**

Para trazer Angola mais perto de si.

- **O que fazemos?**

Conectamos o comprador ao vendedor, reduzimos o tempo dos clientes tornando a procura e a oferta destes produtos mais rápida e prática.

- **Como nos comportamos?**

Ajudamos pequenos negócios, pessoas que tentam conseguir uma renda única ou extra, e pessoas em geral, angolanos ou não, que queiram preparar refeições angolanas.

PERSONALIDADE DA MARCA

A personalidade da marca refere-se às características, atributos e valores que uma marca incorpora e comunica ao público. É a forma como uma marca se apresenta e se diferencia das outras, criando uma identidade única e reconhecível. Assim como as pessoas, as marcas têm personalidades distintas que podem ser expressas através de sua linguagem, tom de voz, estilo visual e comportamento geral.



A escolha da personalidade da marca baseada em valores como honestidade, eficiência e patriotismo reflete a identificação e alinhamento com os valores e características que os clientes ideais da nossa empresa possuem. Ao comunicar esses atributos, buscamos atrair, estabelecer conexões emocionais e construir uma imagem autêntica e diferenciada no mercado.

- A honestidade é um valor importante para transmitir confiança aos clientes, mostrando que a nossa empresa é transparente, íntegra e confiável em suas operações.
- A eficiência destaca a capacidade da nossa marca em resolver o problema específico dos clientes, oferecendo uma solução rápida e conveniente para a compra de ingredientes para pratos típicos angolanos. Essa característica é fundamental para atender às necessidades dos clientes que valorizam a otimização do tempo.
- O patriotismo, estamos direcionando a nossa mensagem para clientes que têm um senso de identidade e apreço pela cultura e culinária angolana, reforçando a conexão emocional com esses consumidores.

Por outro lado, a escolha de não ser **apático, falso e antipatriota** está relacionada à diferenciação da nossa marca e ao posicionamento em relação a outras empresas. Ao definir claramente o que a nossa marca não é, estamos estabelecendo uma imagem oposta a características indesejáveis, atraindo aqueles que se identificam com seus valores positivos e afastando potenciais clientes que não se alinham com essas características.

Quem é o seu cliente ideal (e como você fala com eles?)

O cliente ideal ou ICP (ideal customer profile), é uma representação fictícia do

cliente perfeito para cada negócio. Ele é criado com base em dados reais e características comuns dos nossos clientes existentes e potenciais.

O nosso cliente ideal são clientes que tenham as seguintes características: Pessoas de nacionalidade angolana, de idade mínima de 16 anos, residentes em Portugal, que gostam da comida angolana com acesso à “internet”. Clientes que procuram resolver o problema de comprar os ingredientes para confeção de pratos típicos angolanos. Clientes que valorizam o patriotismo, a eficiência, honestidade e o tempo encontrando vários produtos de diferentes lojas num único lugar com os diferentes preços e respetivas localizações.

O cliente ideal é uma ferramenta estratégica que ajuda as empresas a entenderem melhor quem são seus principais consumidores e a direcionarem suas estratégias de marketing e vendas de forma mais eficiente.

MOOD BOARD



O nosso Mood Board contém:

1. Fotografias de Angola: O mood board começa com uma seleção de fotografias que representam a paisagem e a cultura de Angola. Essas fotografias ajudam a estabelecer a conexão com o país e a criar uma atmosfera autêntica.
2. Fotografias de alimentos típicos: Incluímos fotografias de mercados de rua (praça) e outros pratos tradicionais. Essas imagens despertam o interesse e a curiosidade dos visitantes do site, mostram a diversidade e a riqueza da culinária angolana.
3. Fotografia da bandeira de Angola: Para reforçar a identidade nacional. A bandeira com suas cores distintivas vermelho, preto e amarelo - simboliza o país e serviu como uma inspiração para a paleta de cores do website.
4. Paleta de cores: A paleta de cores utilizada no website refletiu-se nas cores da bandeira de Angola e harmoniza-se com as fotografias de alimentos e de Angola em si. Nesse caso, a paleta consiste em cores como amarelo vibrante para transmitir energia e alegria, preto para trazer elegância e sofisticação, vermelho para evocar paixão e vitalidade, e bege para trazer uma sensação de calor e autenticidade. Essas cores são usadas nos elementos visuais do site, como o logotipo, botões, fundo, elementos gráficos e tipografia.

IDENTIDADE VISUAL

LOGO

Criamos um logótipo que projeta a mensagem do que fazemos de forma concisa e explícita.



Um cesto de compra para explicar que vendemos ingredientes e não somos um restaurante e a Bandeira de Angola que significa Angola mais perto de si em todo o lugar.

Na psicologia das cores, o "vermelho, quando combinado com o amarelo, pode estimular o metabolismo e até mesmo a fome – não à-toa grandes redes culinárias utilizam essa combinação de cores nos seus logos"⁽¹⁾

Decidimos combinar o vermelho e amarelo para os nossos clientes terem a sessão de fome e quererem comprar rapidamente os nossos produtos para

confeccionar os seus pratos, como a bandeira de Angola também contém o vermelho e amarelo adicionei o preto no cesto e a bandeira de Angola.

Nossas logos



Logótipo



Logótipo vertical



Logótipo horizontal

LOGÓTIPOS ALTERNATIVOS

Para manter a integridade das formas e cores do logótipo quando aplicado sobre fundos escuros, e/ou monocromáticos usamos a mesma matriz da versão preferencial.



UTILIZAÇÃO INCORRETA DO LOGÓTIPO

Seguem-se alguns exemplos de utilização incorreta do logótipo: casos em que a legibilidade é diminuída, a integridade comprometida, a forma distorcida e o impacto reduzido.

- Nunca retirar a Bandeira de Angola



- Não deixar os ingredientes do cesto em branco quando o fundo é preto



- Nunca misturar dois fundos de cores diferentes



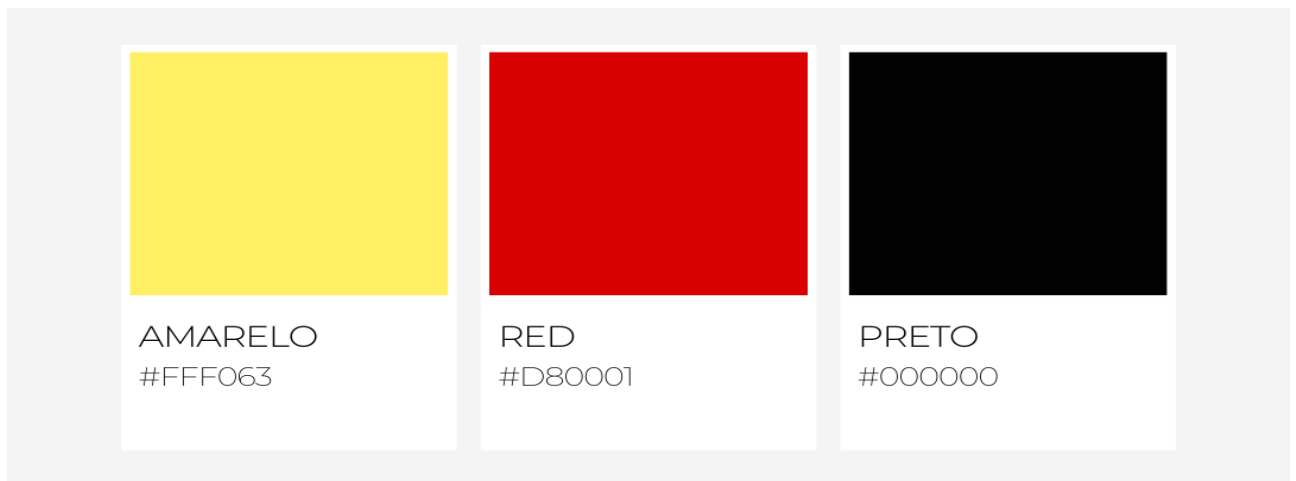
- Nunca fazer alterações, adições ou substituições às palavras, alinhamentos e/ou cores contidas no logótipo



- A Mambos da banda não permite nem licencia a suas marcas registadas, logótipos ou outra propriedade intelectual para uso na mercadoria.

CORES

Cores usadas no nosso logótipo:



Cores usadas no web site:

Nosso gradiente

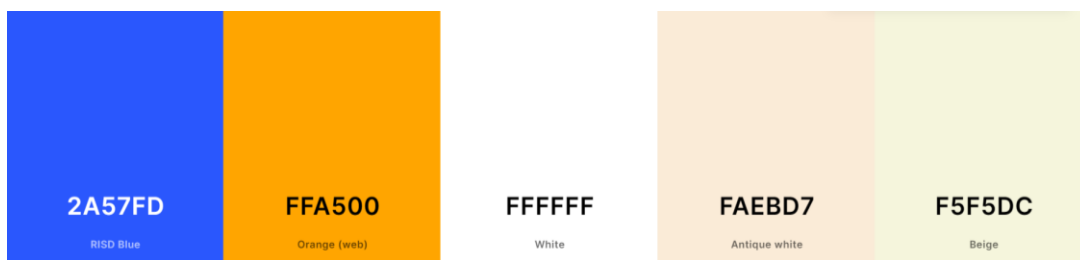
Cabeçalho: gradient(-45deg, #f3b311, #f16e16)



● Hex: #F3B311
rgba(243, 179, 17, 1)

● Hex: #F16E16
rgba(241, 110, 22, 1)

Cores primárias




Cores secundarias

FFFFFF	FFFEE	FFFDD	FFFFAA	FFFF50	FFFF00
FFC000	FFDD00	FF9900	CC9966	DD9900	808000
00FF00	00DD00	00BB00	00AA00	008000	006000
00FFFF	00DDDD	00AAAA	008080	000099	000060
00DDFF	0080FF	0080D0	0000FF	0000DD	000080
FF00FF	FF00DD	FF0080	8000FF	8000DD	8000B0
FF0000	DD0000	800000	600000	800080	000000

WIREFRAMES

Página registro

MAMBOS DA BANDA



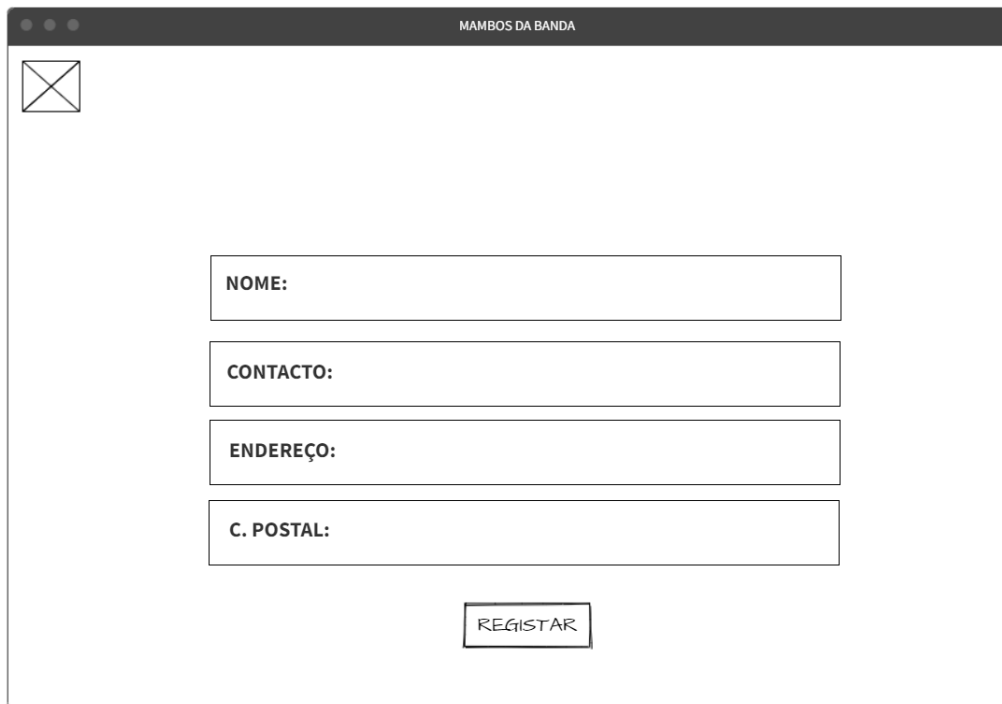
NOME:

EMAIL:

PALAVRA PASSE:

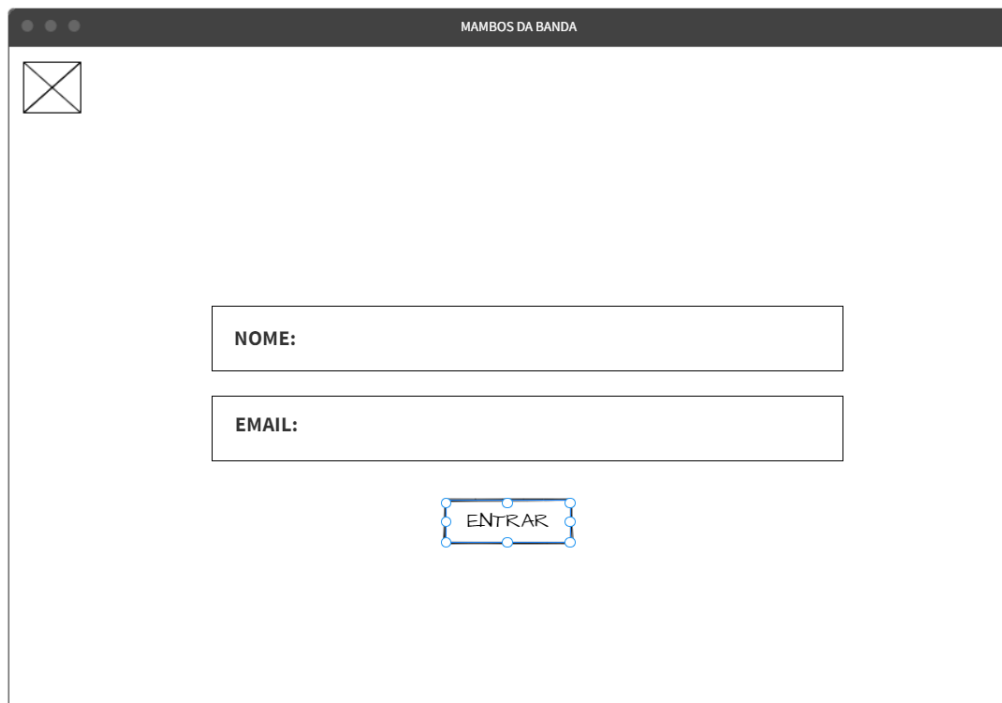
REGISTAR

Registo de loja



A web browser window titled "MAMBOS DA BANDA" displays a registration form. In the top-left corner, there is a square icon with an 'X' inside. The form consists of four stacked text input fields, each with a label to its left: "NOME:", "CONTACTO:", "ENDEREÇO:", and "C. POSTAL:". Below these fields is a rectangular button labeled "REGISTAR".

Login



A web browser window titled "MAMBOS DA BANDA" displays a login form. In the top-left corner, there is a square icon with an 'X' inside. The form consists of two stacked text input fields, each with a label to its left: "NOME:" and "EMAIL:". Below these fields is a rectangular button labeled "ENTRAR". The button has a blue border and small blue circles at its corners, indicating it is selected or active.

Registo de base de dados

MAMBOS DA BANDA

GUARDAR

QTD

Página inicial

MAMBOS DA BANDA

REGISTAR

ENTRAR

LOCALIZAÇÃO

COMEÇAR

HOME

SOBRE

CARRINHO

Lojas

MAMBOS DA BANDA

LOJA 1

... km de ti

LOJA 2

... km de ti

LOJA 3

... km de ti

LOJA 4

... km de ti

Produtos da loja

MAMBOS DA BANDA

PRODUTO 1

VALOR QTD

PRODUTO 2

VALOR QTD

PRODUTO 3

VALOR QTD

PRODUTO 4

VALOR QTD

TOTAL

FINALIZAR

Produto

MAMBOS DA BANDA





DESCRIÇÃO

VALOR QTD

Check-Out

MAMBOS DA BANDA



Check-Out

Dados pessoais

Primeiro nome:

Segundo nome:

Data de nascimento:

Contacto

Número:

Endereço:

Seguinte

Pagamento

MAMBOS DA BANDA

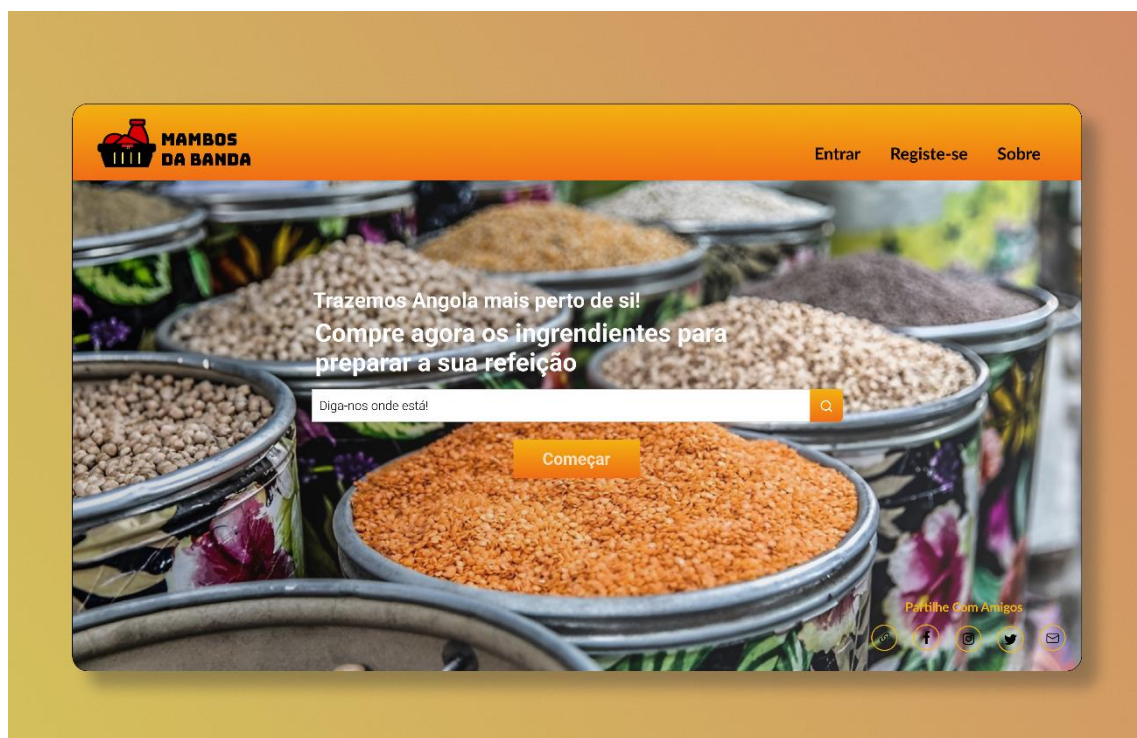
Método de Pagamento

API de pagamento

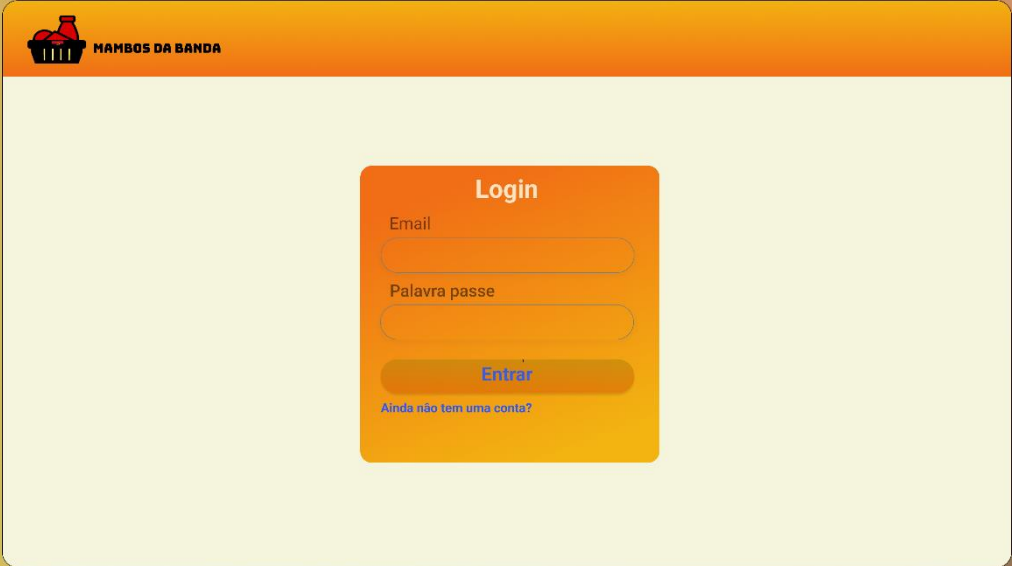
Pagar em dinheiro

MOCKUPS

Página inicial



Página de login



The login form is titled "Login" and is located within a white container on a light orange background. It features a header with the "MAMBOS DA BANDA" logo. The form includes two input fields for "Email" and "Palavra passe", followed by an "Entrar" button. A link "Ainda não tem uma conta?" is positioned below the button.

MAMBOS DA BANDA

Login

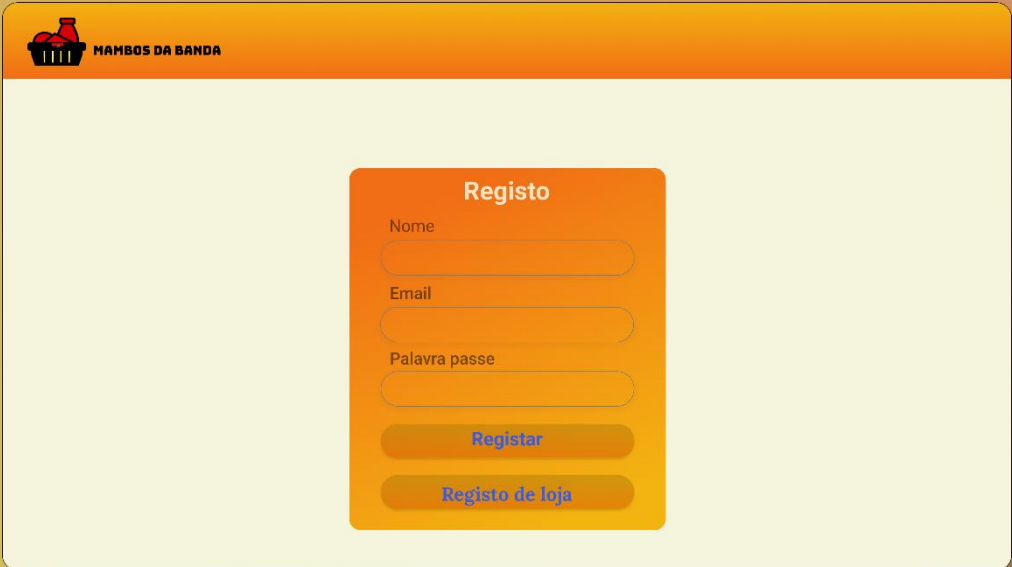
Email

Palavra passe

[Entrar](#)

[Ainda não tem uma conta?](#)

Página de registo



The registration form is titled "Registo" and is located within a white container on a light orange background. It features a header with the "MAMBOS DA BANDA" logo. The form includes three input fields for "Nome", "Email", and "Palavra passe", followed by "Registar" and "Registo de loja" buttons.

MAMBOS DA BANDA

Registo

Nome

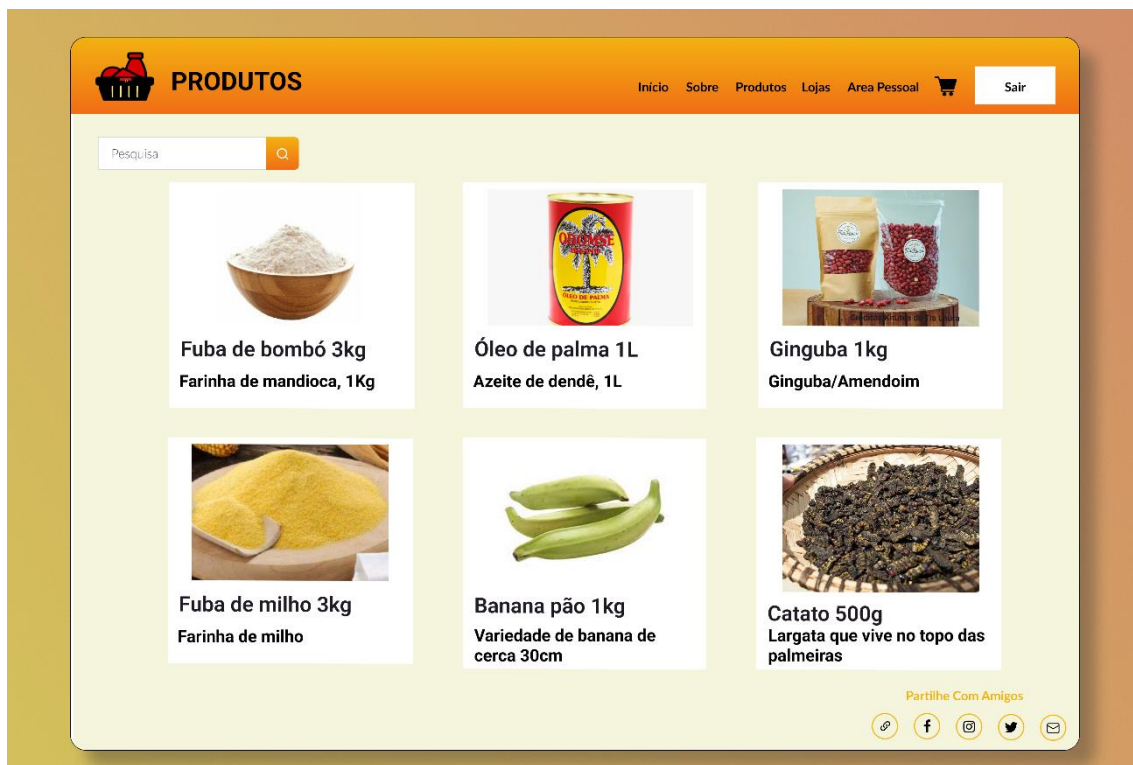
Email

Palavra passe

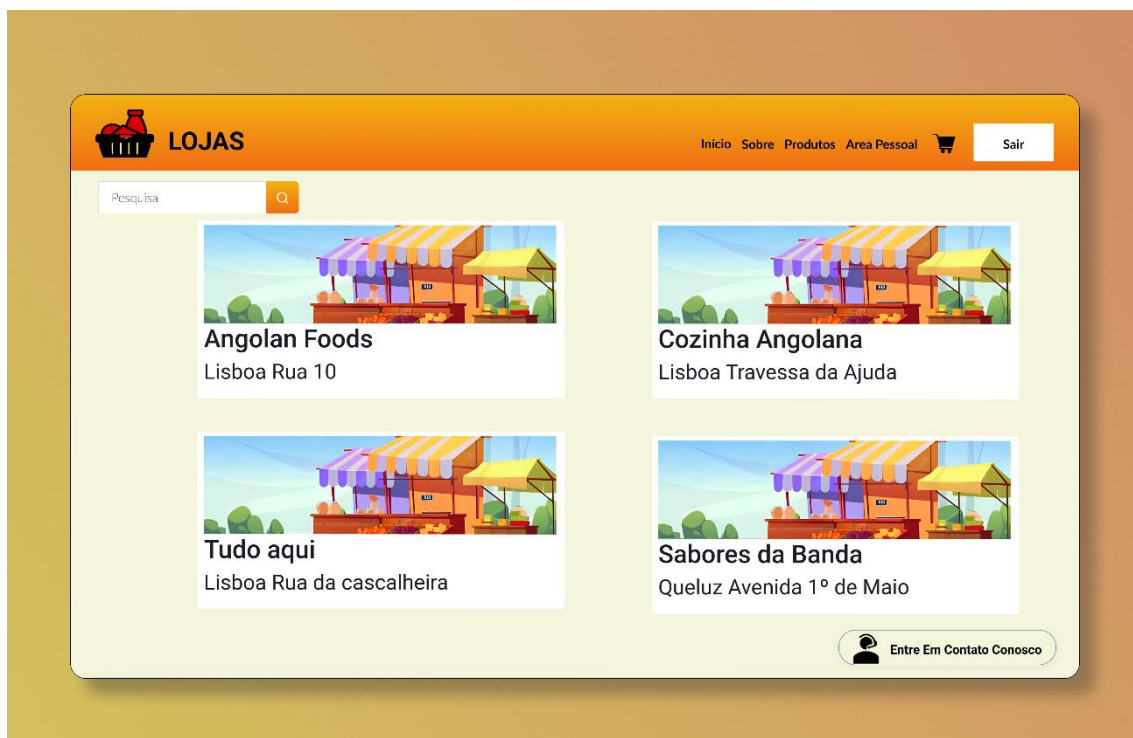
[Registar](#)

[Registo de loja](#)


Página dos produtos





Todas as lojas



Página de um produto (quando o cliente não está registado, aparecesse apenas informação do produto, mas se estiver registado aparece as lojas que vendem tal produto com sua distância e preço)





**PRODUTOS**

[Início](#) [Sobre](#) [Produtos](#) [Lojas](#) [Área Pessoal](#)  [Sair](#)







Ginguba 1kg
Ginguba/Amendoim


Lojas com o produto a venda:






**Angolan Foods**
Endereço: Lisboa Rua 10
  2.34km de ti
Preço: 8.5€
Em stock: 20 Unidades


Adicionar ao Carrinho


**Cozinha Angolana**
Endereço: Lisboa Travessa da Ajuda
  1.6km de ti
Preço: 10€
Em stock: 10 Unidades



Adicionar ao Carrinho

 [Entre Em Contato Conosco](#)

[Partilhe Com Amigos](#)
    


Carrinho

**PRODUTOS**


[Início](#) [Sobre](#) [Produtos](#) [Lojas](#) [Área Pessoal](#)  [Sair](#)


Nome Do Produto	Nome Da Loja	Quantidade	Preço Por Unidade	Preço Total
Loengo	Angolan Foods	2	€1.00	€2.00
Dendem 500g	Cozinha Angolana	4	€6.50	€26.00

Comprar

 [Entre Em Contato Conosco](#)

Check out

**PRODUTOS**

[Início](#) [Sobre](#) [Produtos](#) [Lojas](#) [Área Pessoal](#)  [Sair](#)

Check-Out

☒ Eu concordo com os [Termos de uso](#)

Dados pessoais
Forneça exatamente como está no seu passaporte

Primeiro nome

Alexandra

Segundo nome

Rodrigues

Data de nascimento

12.05.1992

Contacto


Número

9XXXXXXXXX

Endereço

Rua da palma, 3, 1500-127, Lisboa

Seguinte →

 [Entre Em Contato Conosco](#)

Pagamento

