



INSTITUTO FEDERAL DE BRASÍLIA
TECNOLOGIA EM SISTEMAS PARA INTERNET
PROJETO INTEGRADOR II

PROPOSTA DE NEGÓCIO DE BASE TECNOLÓGICA

CAPIADVENTURE: sistema para divulgação e agendamento de trilhas em Brasília.



Prof.^a Kerlla de Souza Luz

Discentes:

JOÃO HENRIQUE A T FALCONERES - TSI2AV - 231016600056

LARISSA VIEIRA PINHEIRO - TSI2AV - 231016600052

LEANDRO SOUZA ROCHA - TSI3AV - 222016600011

LUCIANO ROGIS - TSI2AV - 221016600052

BRASÍLIA, DEZEMBRO DE 2023

SUMÁRIO

1. MODELO DE NEGÓCIOS.....	3
1.1. Proposta de Valor.....	3
1.2. Modelo de Negócio Canvas - BUSINESS MODEL CANVAS.....	3
2. ANÁLISE SWOT.....	4
3. PERFIL DOS MEMBROS DA EQUIPE.....	4
4. PESQUISA DE MERCADO.....	5
4.1. Problemas de Pesquisa.....	5
4.2. Objetivos da Pesquisa.....	5
4.3. Fonte de Dados.....	6
4.4. Amostra.....	6
4.5. Instrumento de Pesquisa.....	6
4.6. Análise dos Dados.....	7
5. POSICIONAMENTO DE MERCADO.....	12
5.1. Diferencial Competitivo.....	12
5.2. Principal Público-Alvo.....	13
5.2.1. Segmentos de Clientes.....	13
5.2.2. Canais de Entrega.....	14
5.3. A marca.....	14
5.3.1. O nome do negócio e produto/serviço.....	14
5.3.2. Logotipo.....	14
6. ESTRATÉGIAS DE MARKETING.....	15
6.1. Promoção.....	15
7. MODELAGEM DO SISTEMA.....	16
7.1. Diagrama de Caso de Uso.....	16
7.2. Especificação de casos de uso.....	16
7.3. Diagrama de Classes.....	17
7.4. Dicionário de Dados.....	17
7.5. Protótipo das Interfaces.....	18
7.5.1. Logar Cliente.....	18
7.5.2. Deixar uma mensagem aos desenvolvedores.....	18
7.5.3. Visualizar trilhas.....	19
7.5.4. Visualizar meus agendamentos.....	20
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	21
REFERÊNCIAS.....	22

1. MODELO DE NEGÓCIOS

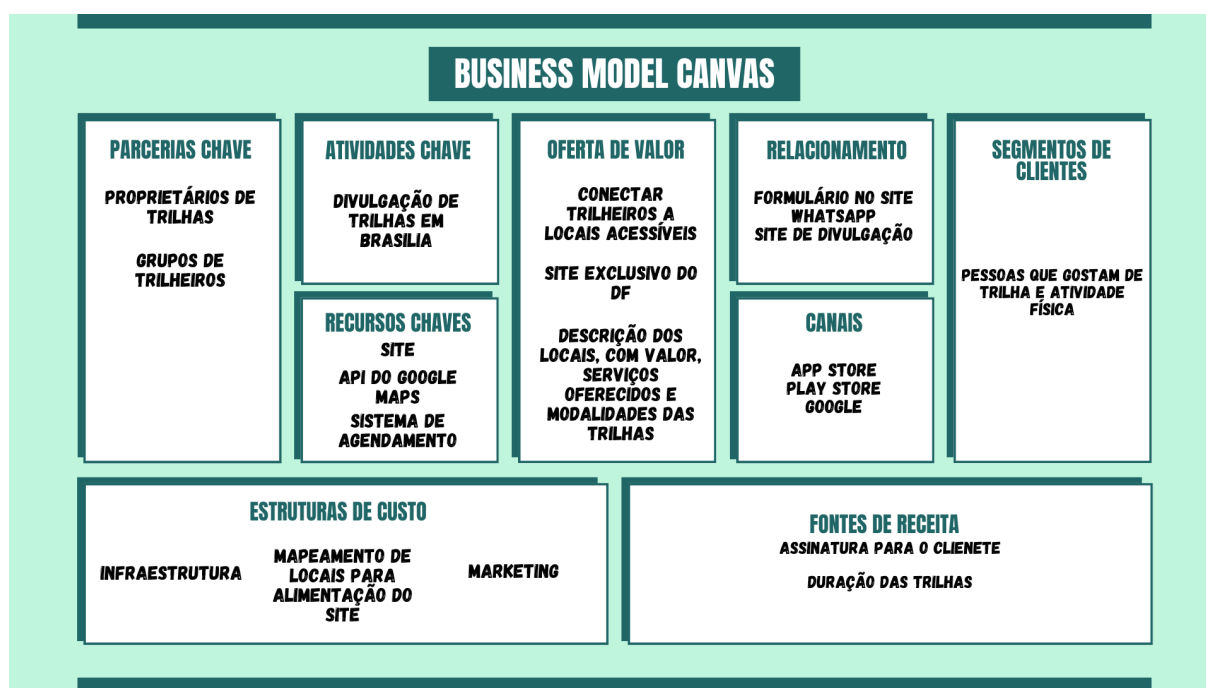
Foi observado que em Brasília há pouca divulgação de locais com trilhas, e também uma dificuldade de agendamento e como os usuários e amantes de trilhas consigam entrar em contato com o proprietário.

1.1. Proposta de Valor

Visto a dificuldade que os moradores de Brasília encontram em achar trilhas e atividades ao ar livre na cidade, nossa equipe desenvolverá um site que conectará trilheiros a proprietários de trilhas, públicas e privadas. Em nosso site, colocaremos as informações das trilhas, como dificuldade, se pode ser feita a pé ou de bicicleta, se possui valor para entrada. Conterá também com um sistema, onde o interessado em fazer a trilha, poderá agendar diretamente pelo site ou entrar em contato com o proprietário.

1.2. Modelo de Negócio Canvas - BUSINESS MODEL CANVAS

O modelo permite uma visão mais estratégica do negócio em sua totalidade.



Como ele é possível gerar valor e detectar os diferenciais competitivos para o CapAdventure. Fonte do modelo: Canva. < <https://www.canva.com/> >

2. ANÁLISE SWOT

Estes quatro fatores direcionam a tomada de decisão no cenário interno e externo do negócio.



Na perspectiva do nosso projeto, a análise FOFA (SWOT) nos direciona a dar enfoque em Brasília, já que os concorrentes são mais generalistas na abrangência geográfica.

3. PERFIL DOS MEMBROS DA EQUIPE

Nosso time é composto por quatro membros. Todos podem realizar as mesmas atividades no projeto, mas cada um possui uma afinidade com uma habilidade específica.

Profissional	João Henrique A T Falconeres
Formação Acadêmica	Tecnologia em Sistemas para Internet - cursando
Experiência Profissional	
Papel no Projeto	Desenvolvedor/Analista/Design
Profissional	Larissa Vieira Pinheiro

Formação Acadêmica	Tecnologia em Sistemas para Internet - cursando
Experiência Profissional	Já atuei com vendas, suporte remoto ao cliente e como auxiliar administrativo. Possuo conhecimentos em logística, faturamento, atendimento ao cliente presencial e online, controles de estoques e demandas administrativas em geral.
Papel no Projeto	Design/Desenvolvedora/Analista
Profissional	Leandro Souza Rocha
Formação Acadêmica	Curso técnico em informática e Cursando Graduação de TI
Experiência Profissional	Já estagiei no IFB Taguatinga e cursei o técnico em informática no IFB Taguatinga. Ainda não trabalhei em nenhum emprego.
Papel no Projeto	Analista/Desenvolvedor
Profissional	Luciano Rogis
Formação Acadêmica	Cursando Ensino Superior
Experiência Profissional	Até então não houve oportunidade de desenvolver atividades e habilidades práticas em campo. Nenhum cargo exercido.
Papel no Projeto	Analista de Negócios / Desenvolvedor Auxiliar / Suporte

4. PESQUISA DE MERCADO

4.1. Problemas de Pesquisa

Identificar quais são as demandas da população de Brasília acerca das necessidades que abrangem o lazer do ecossistema de trilhas e quais os proprietários estariam interessados em fazer parceria.

Dado esse objetivo, será de suma importância captar a opinião dos usuários para que a plataforma entregue uma experiência que atenda todos os públicos. (valor do sistema).

4.2. Objetivos da Pesquisa

- Conhecer o perfil da média dos clientes.
- Desenvolver políticas de controle voltadas aos menores de idade na participação da experiência.
- Buscar formas de oferecer serviços acessíveis.
- Identificar o volume de parceiros interessados na proposta da plataforma.
- Estudar a possibilidade de capitalização dos serviços oferecidos pela plataforma.
- Conhecer quais tipos de terrenos/lugares/ambientes que os usuários possuem interesse.
- Averiguar a disponibilidade de cada local ofertado.
- Aprender e implementar padrões de qualidade já utilizados no mercado.
- Identificar fragilidades nas organizações que já entregam serviços semelhantes.
- Conhecer diferentes tipos de atividades são possível oferecer para os clientes.
- Permitir a venda de produtos que possuem relação com o tema da plataforma dos parceiros comerciais.
- Estudar quais serão as despesas dos sistemas e como essas serão sanadas.
- Respeitar a legislação vigente acerca dos direitos e deveres de responsabilidade do cliente e das organizações envolvidas

4.3. Fonte de Dados

Preenchimento do formulário e pesquisa de satisfação.

4.4. Amostra

O formulário foi respondido por 24 pessoas.

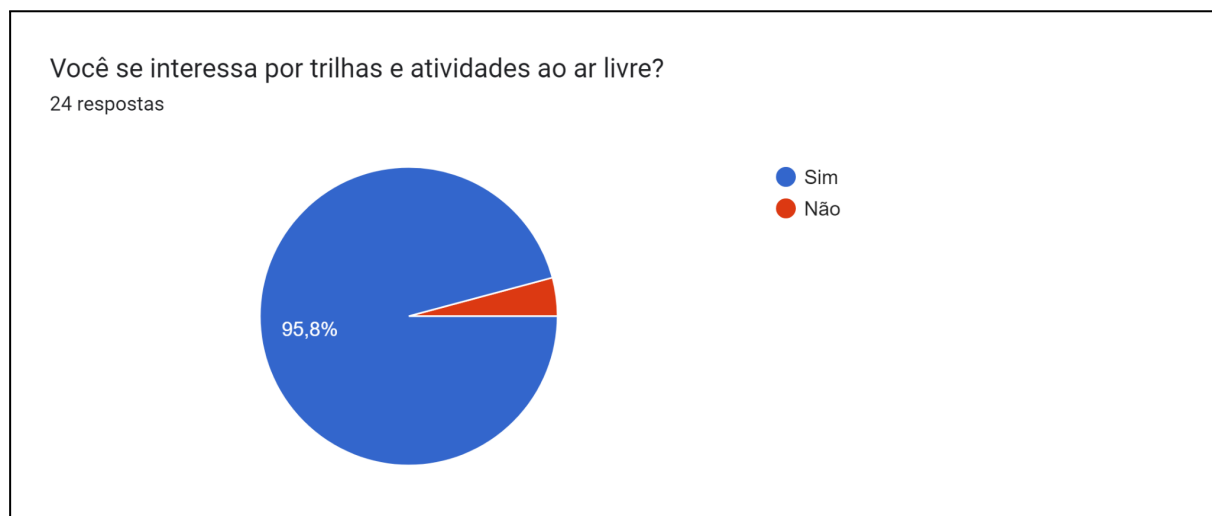
4.5. Instrumento de Pesquisa

Google Forms - formulário online.

<https://forms.gle/SSDQ5HaiXbzibJ3Y6>

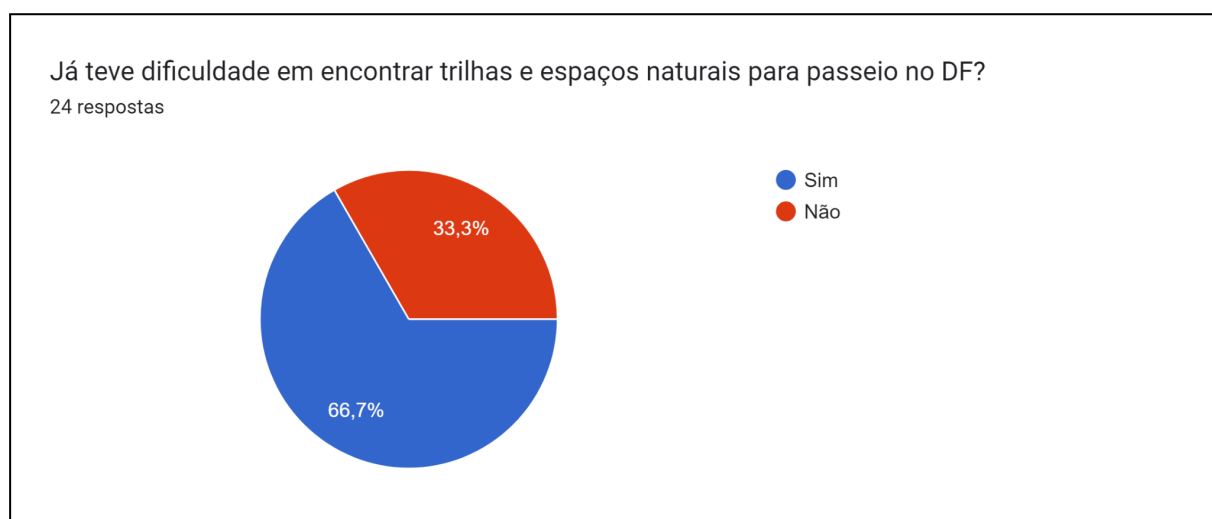
4.6. Análise dos Dados

PERGUNTA 1



A grande maioria dos entrevistados confirma o interesse em atividades de lazer ao ar livre. Apenas 3.2% não se interessa por esse tipo de atividade.

PERGUNTA 2

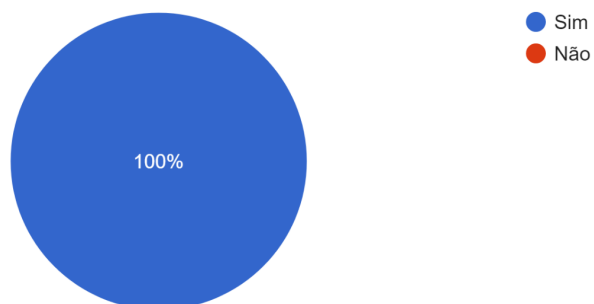


Neste caso, vemos que apenas 33% dos participantes não sentem nenhuma dificuldade em encontrar trilhas, parques, atividades de camping e outras experiências semelhantes. Por outro lado, cerca de 66% admitem que existe certa dificuldade em encontrar esse tipo de entretenimento.

PERGUNTA 3

Você aceita participar da pesquisa?

24 respostas

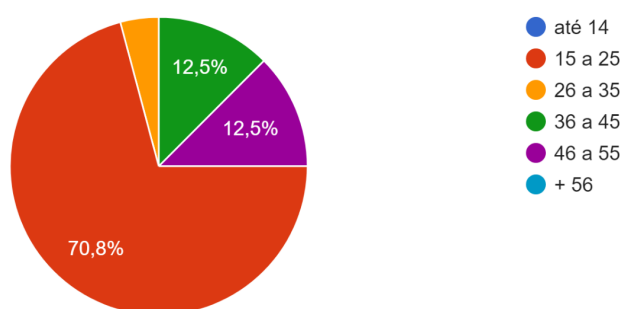


Todos os candidatos aceitaram participar da pesquisa.

PERGUNTA 4

Qual sua idade?

24 respostas

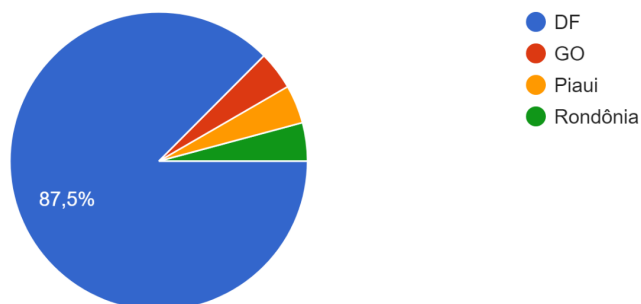


Nosso maior número de entrevistados tem a idade de 15 a 25 anos, seguidos por pessoas de 36 a 55 anos.

PERGUNTA 5

Qual é seu estado?

24 respostas

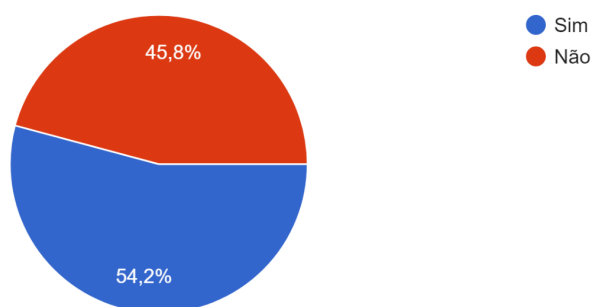


Os entrevistados brasileiros somam 87,5% dos resultados, a grande maioria.

PERGUNTA 6

Você já foi em trilhas no DF?

24 respostas

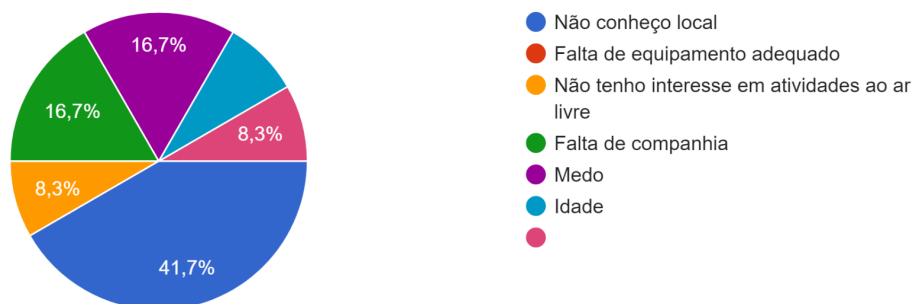


Mais da metade dos entrevistados já foram em trilhas no Distrito Federal.

PERGUNTA 7

Caso não tenha ido em uma trilha, por qual motivo?

12 respostas

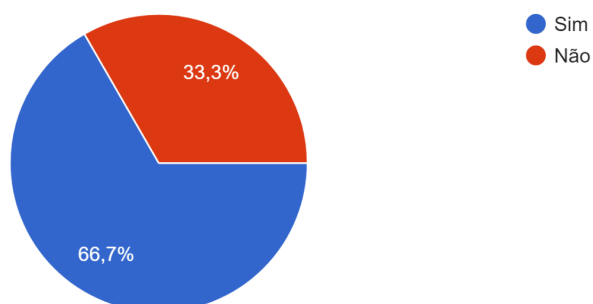


Boa parte dos entrevistados alegam não conhecer locais para fazer trilhas no DF, onde nosso sistema auxiliaria com este problema. Quanto a questão da falta de companhia, relatada por 16% dos participantes, podemos futuramente implantar uma espécie de conexão no site para que trilheiros se encontrem, ou mesmo indicar grupos de trilhas através de nosso site.

PERGUNTA 8

Já teve dificuldade em encontrar trilhas e espaços naturais para passeio no DF?

24 respostas

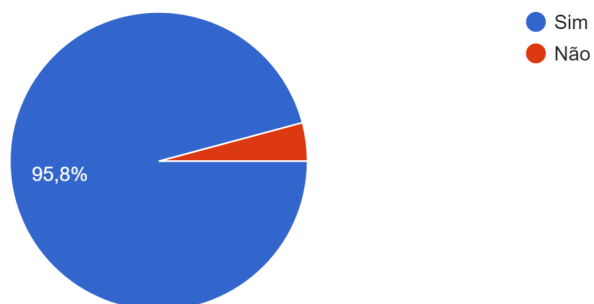


Do total, 66% dos entrevistados alegam já ter enfrentado dificuldades para encontrar trilhas no DF. Mais uma vez, nosso site se torna viável.

PERGUNTA 9

Você acha que as trilhas de Brasília são pouco divulgadas?

24 respostas

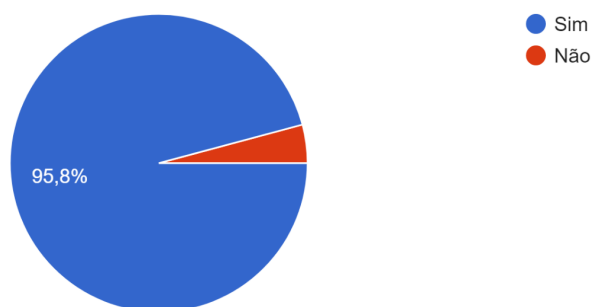


A maioria dos entrevistados acha que as trilhas do Distrito Federal tem pouca divulgação.

PERGUNTA 10

Gostaria de conhecer mais locais ao ar livre/trilhas no DF?

24 respostas

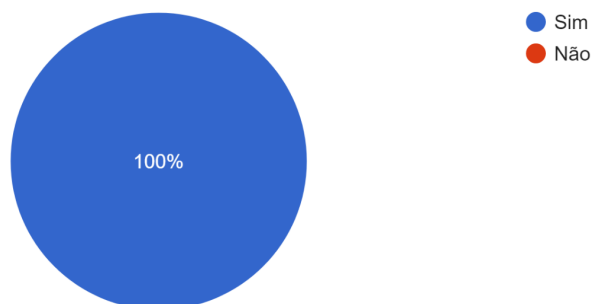


A maioria dos entrevistados, 95% tem interesse em conhecer mais trilhas do DF.

PERGUNTA 11

Acha viável um site/app com informações sobre locais com trilhas no DF?

24 respostas

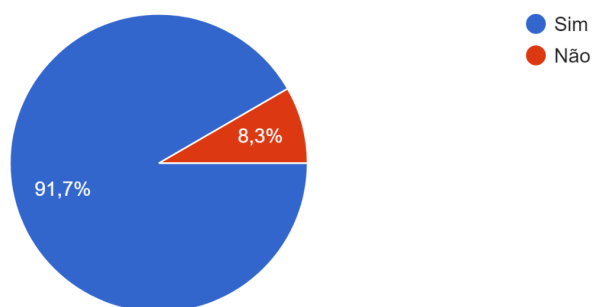


Todos os participantes da pesquisa consideram uma ideia viável para construção de um site.

PERGUNTA 12

Usaria este site?

24 respostas



Do total, mais de 90% das pessoas que responderam o questionário afirmam que usariam nosso site. Como conclusão, temos um site que será bem vindo e utilizado pelo público-alvo.

5. POSICIONAMENTO DE MERCADO

5.1. Diferencial Competitivo

Fazendo uma breve pesquisa dos principais negócios desse tipo no mercado, percebemos que todos eles abrangem todos os lugares do mundo, mesmo que não seja uma regra, essas plataformas tendem apenas a mostrar as principais localidades e podem deixar passar muitos espaços que seria interessante ao público realizar visita, nossa plataforma terá enfoque apenas no DF e tentaremos detectar a maioria dos espaços de lazer ao ar livre, com diferencial em atender a população do Distrito Federal com mais atenção e personalização.

Nosso produto: CAPIADVENTURE - Guia de trilhas no DF

Itens avaliativos	Tripadvisor	Wikiloc	CapiAdventure
Gratuidade	De 500 a 20.000 BRL pela reserva (PAID)	Inclui versão paga opcionalmente: Wikiloc Premium	Gratuito
Atendimento ao cliente	Central de Ajuda, Telefone, email e endereço	Central de Ajuda (sem atendente)	Central de Perguntas, formulário e e-mail
Portabilidade de plataforma	Web, app Android e iOS	Web, app Android e iOS	Web, app Android e iOS
Implementação de usabilidade	Responsivo, estético e moderno	Responsivo e moderno	Responsivo e simples
Abrangência geográfica	Mundo	Mundo	Distrito Federal
Sede	EUA	EUA (Não confirmado)	Brasília/DF

5.2. Principal Público-Alvo

Pessoas físicas de Brasília e entorno, que têm interesses em atividades ao ar livre e trilhas. Atletas, competições de trilheiros e praticantes de ciclismo.

5.2.1. Segmentos de Clientes

Quanto à segmentação geográfica, focaremos em pessoas de Brasília e do entorno, podendo atingir também turistas.

Já na segmentação B2C, focaremos em pessoas de todos os sexos e idade, sem pré-restrições.

Na segmentação psicográfica e comportamental, teremos foco em pessoas com apreço por atividades ao ar livre, trilheiros, ciclistas, montanhistas e pessoas que buscam mudar de estilo de vida.

5.2.2. Canais de Entrega

Os canais de entrega serão as redes sociais (Instagram, E-mail...), website de divulgação e também, os clientes também poderão entrar em contato com o suporte, tanto dos desenvolvedores, quanto dos proprietários das trilhas, via telefone/whatsapp.

5.3. A marca

5.3.1. O nome do negócio e produto/serviço

O nome CapiAdventure vem da junção do animal Capivara e da palavra adventure que significa aventura na língua inglesa.

A ideia de utilizar a capivara vem do fato de esse animal estar bem presente na cidade de Brasília-DF que é a cidade na qual o nosso serviço será ofertado, o que nos fez usar o animal como nosso mascote.

Como o nosso projeto é focado em trilhas, nós chegamos a ideia de que a palavra aventura se enquadra perfeitamente para ser usada como nome do nosso projeto, então acabamos optando por usar a palavra em inglês para dar uma fonética mais interessante.

5.3.2. Logotipo

A nossa logotipo consiste de uma capivara vestida de escoteiro.

Essa ideia se deve a capivara ser nosso mascote, já ao fato de ela estar vestida de escoteiro é para dar uma ideia de exploração de trilhas e informações que são os objetivos do nosso projeto.

Figura 1 - Logomarca



Imagem gerada por IA - <https://dreamlike.art/create>

6. ESTRATÉGIAS DE MARKETING

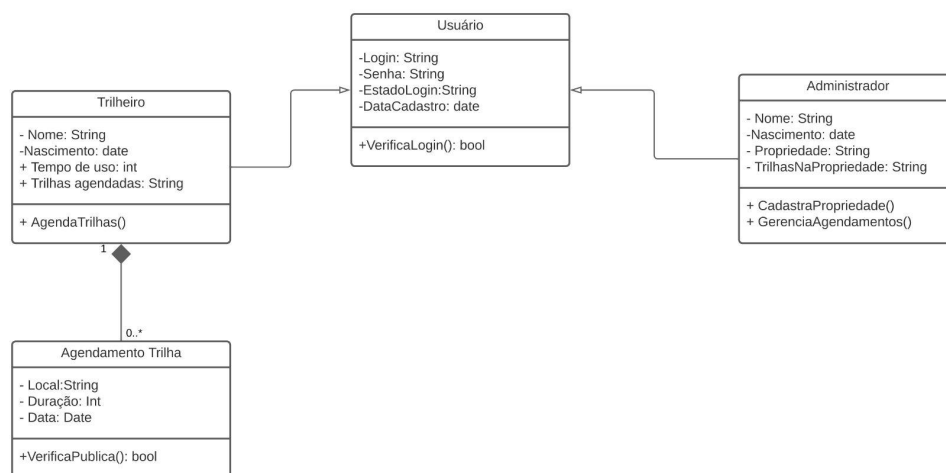
6.1. Promoção

A promoção será feita via página WEB de divulgação (link abaixo), instagram da plataforma e também dos proprietários das trilhas, que poderão divulgar aos seus clientes nosso site como meio de agendar visitas a suas trilhas.

Link do site de divulgação: <https://resfenol.github.io/Capadventure/>

	uso é encerrado
fluxo alternativo(exceção)	<p>Campos em brancos</p> <p>Linha 4: caso haja campos em brancos o sistema emite a mensagem: “login ou senha incorreto”</p> <p>Linha 3: caso o usuário insira login ou senha incorreto o sistema exibe a msg: “login ou senha incorreta”.</p> <p>validar campo CPF</p> <p>Linha 3: caso o campo CPF seja invalido o sistema exibe a msg: “digite um CPF valido”.</p>

7.3. Diagrama de Classes



7.4. Dicionário de Dados

Tabela: Usuário					
nome da coluna (atributo)	Tipo	Tamanho	Restrições	Valor padrão /máscara	Descrição
Login(email)	Texto	25	Not null	N/A	Login para acesso
Senha	Numérico	6	Not null	N/A	Senha de acesso

Tabela: Trilheiro					
nome da coluna (atributo)	Tipo	Tamanho	Restrições	Valor padrão /máscara	Descrição
Nome	Texto	30	Not null	N/A	Nome user
Nascimento	Numérico	8	Not null	N/A	Data de nascimento
Uso	Numérico	6	Not null	N/A	Tempo de Uso
Trilhas	Texto	100	Not null	N/A	Trilhas Agendadas

7.5. Protótipo das Interfaces

7.5.1. Logar Cliente

The mockup shows a desktop view of the Candango Trail website. The header includes the logo, navigation links (Trilhas, Fale Conosco, Login), and a green sidebar with a 'Login' section. The main content area features a 'Trilhas em destaque' section with three placeholder cards for locations: Sobradinho/DF, Paranoá/DF, and Gama/DF. Below this is a 'Sobre nós' section with placeholder text. The login sidebar contains fields for 'Usuário' and 'Senha', links for 'Criar uma conta' and 'Esqueci a senha', and a 'Login com Google' button.

Desktop - 7

Candango Trail

Trilhas Fale Conosco Login

Login

Usuário

Senha:

Criar uma conta

Esqueci a senha

Login com Google

Trilhas em destaque

Sobradinho/DF

Paranoá/DF

Gama/DF

Sobre nós

O projeto surgiu com Procurando locais em Brasília para sair da rotina e ... Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book.

7.5.2. Deixar uma mensagem aos desenvolvedores

The screenshot shows the 'Fale Conosco' page of the Candango Trail website. The header includes the site logo and navigation links: 'Trilhas', 'Fale Conosco', and 'Login'. The main heading is 'Fale Conosco'. Below it, a message says 'Preencha seus dados abaixo e entraremos em contato com você!'. The form consists of five input fields: 'Nome:', 'Telefone:', 'E-mail:', 'Motivo do contato:', and 'Mensagem:'. A green 'Salvar' button is at the bottom of the form.

7.5.3. Visualizar trilhas

The screenshot shows the 'Trilhas' page. The header has the site logo and navigation links: 'Trilhas', 'Fale Conosco', and 'Login'. A sidebar on the left contains a menu with 'Sobradinho', 'Gama', and 'Paraná'. The main content area is titled 'Trilhas em destaque' and displays four placeholder cards, each labeled 'Sobradinho/DF'. Below this, there is a 'Sobre nós' section with a paragraph of Lorem Ipsum text.

The screenshot shows the 'Trilhas em Sobradinho' page. The header has the site logo and navigation links: 'Trilhas', 'Fale Conosco', and 'Login'. The main heading is 'Trilhas em Sobradinho'. The page features two trail cards. The first card is titled 'Fazenda Bom Jesus' and describes a trail in Sobradinho, DF, with a 'Mais informações' link. The second card is titled 'Fazenda Recanto Feliz' and describes another trail in Sobradinho, DF, also with a 'Mais informações' link.



7.5.4. Visualizar meus agendamentos



Descrição comandos da tela (interface)

Item	Comando	Ação	Restrições / observações
01	Logo	Redireciona para a página inicial (index)	Funciona apenas com a imagem devido uma limitação de programação
02	Login	Autenticar usuário por meio do usuário e senha cadastrados na base de dados	Todos os campos devem estar preenchidos - O login pode ser realizado via Google
03	Fale Conosco	Dispõe de ajuda e dá suporte a problemas detectados pelos utilizadores da plataforma	Nome, Email e Motivo são campos obrigatórios - A solicitação do usuário pode levar tempo para ser atendida devido a limitação da equipe
04	Trilhas	Apresenta diversas opções de trilhas que podem ser melhor entendidas ao serem acessadas	n/a
05	Agendamento	Realiza agendamentos dos usuários na trilha desejada, mostra o estado do agendamento e o histórico	A disponibilidade do serviço de agendamento pode variar

Descrição dos campos da tela

Login

Item	Nome	Tipo	Tamanho	Máscara	Obrigatório	Editável	Visível
01	Login	Texto	8	n/a	s	s	s
02	Senha	Texto	6	n/a	s	s	s

Fale Conosco

Item	Nome	Tipo	Tamanho	Máscara	Obrigatório	Editável	Visível
01	Nome	Texto	15	n/a	true	true	true
02	Telefone	Texto	13	(00) 00000-0000	false	true	true
03	Email	Texto	25	_@_	true	true	true
04	Motivo do Contato	Texto	50	n/a	true	false	true
05	Mensagem	Texto	150	n/a	false	false	true

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observação: até uma página.

Apresentem algumas conclusões do grupo em relação à realização deste trabalho, tanto do conteúdo quanto da forma. E ainda, abordam:

- Interconexões do tema com os conceitos de inovação e empreendedorismo;
- Opinião parcialmente sobre a ideia de negócio;
- Opinião acerca de dificuldades e recompensas de terem realizado essa atividade.

REFERÊNCIAS

Apresentem as referências que foram utilizadas para realizar o trabalho de acordo com as normas ABNT.