

DESENVOLVIMENTO DE UM APLICATIVO DE PROMOÇÕES DE SUPERMERCADOS

TAGLIAFERRO, João Bueno
REIS, Lucas Gabriel dos
MATTHIES, Renato

Centro Universitário Hermínio Ometto – FHO, Araras–SP, Brasil

Resumo

O setor supermercadista no Brasil enfrenta desafios quanto à divulgação de ofertas e à competitividade regional. Diante disso, este projeto propõe o desenvolvimento de um aplicativo focado na exibição de promoções diárias de supermercados, com foco inicial no estado de São Paulo. O sistema permite que os estabelecimentos sejam previamente validados por meio de documentação, garantindo a segurança das informações inseridas. O aplicativo possibilita aos usuários a seleção de sua cidade e, a partir disso, a visualização de todos os supermercados cadastrados e suas respectivas ofertas atualizadas. A solução visa beneficiar tanto o consumidor, com acesso rápido a promoções locais, quanto os supermercados, que ganham um novo canal de divulgação de ofertas.

Palavras-chave: e-commerce, desenvolvimento de software, varejo, custo benefício.

1. Introdução

1.1 Contextualização

Segundo dados da ABRAS (2024), o setor supermercadista brasileiro movimenta mais de 10% do PIB nacional, demonstrando sua relevância econômica e a necessidade de soluções digitais que o modernizem.

O comportamento de consumo tem mudado drasticamente com o uso intensivo de dispositivos móveis e aplicativos, especialmente no contexto da busca por economia. Os consumidores buscam cada vez mais formas de comparar preços e encontrar promoções de forma ágil. Enquanto plataformas de delivery dominaram o cenário da conveniência, ainda há espaço para soluções voltadas à divulgação de ofertas regionais, especialmente em supermercados. De acordo com o portal E-commerce Brasil (2023), mais de 70% dos consumidores consultam preços online antes de realizar compras em lojas físicas.

1.2 Tema de Pesquisa

¹ FHO|UNIARARAS. Aluno do Curso de Sistemas de Informação, João Bueno Tagliaferro, joao.bueno.t@alunos.fho.edu.br

² FHO|UNIARARAS. Aluno do Curso de Sistemas de Informação, Lucas Gabriel dos Reis, lucas.reis@alunos.fho.edu.br

³ FHO|UNIARARAS. Professor do Curso de Sistemas de Informação, Renato Cividini Matthiesen, renato.matthiesen@fho.edu.br

O tema deste TCC é o desenvolvimento de um aplicativo que centraliza ofertas diárias de supermercados validados, categorizados por cidade no estado de São Paulo. O foco está na facilidade de acesso às promoções e na segurança das informações, garantida por uma etapa de validação documental dos estabelecimentos.

1.3 Motivações e Justificativas

A motivação parte da observação de que consumidores frequentemente precisam visitar diversos canais para descobrir promoções locais. Por outro lado, pequenos e médios supermercados têm dificuldade em promover ofertas de forma digital eficiente. Um aplicativo que conecta ambos os lados podem gerar valor social e econômico.

1.4 Objetivos

Objetivo Geral:

Criar um aplicativo para exibição de promoções de supermercados, organizado por cidade, com validação prévia dos estabelecimentos.

Objetivos Específicos:

Permitir que supermercados enviem documentação e cadastrem ofertas.

Criar uma interface intuitiva para o usuário visualizar promoções por localidade.

Estabelecer filtros por produtos e datas.

Validar a experiência com usuários reais.

Garantir segurança nos dados com autenticação para mercados.

2. Revisão Bibliográfica

2.1 Fundamentação Teórica e Técnica

A transformação digital no varejo tem impulsionado a adoção de ferramentas como aplicativos móveis, que facilitam o consumo e ampliam os canais de relacionamento entre empresas e consumidores (FILGUEIRAS et al., 2023).

Além disso, a digitalização dos pequenos comércios passa a ser vista como uma oportunidade estratégica para alcançar competitividade, mesmo frente às grandes redes. Essa tendência é potencializada pelo uso de tecnologias de geolocalização, inteligência de dados e design centrado no usuário.

Segundo Barbosa et al. (2021), a combinação entre boa usabilidade e acessibilidade garante que o aplicativo atenda públicos diversos, inclusive pessoas com limitações visuais ou motoras. Isso reforça a importância de interfaces simples e objetivas.

Outro aspecto fundamental é a segurança da informação, especialmente no que tange ao cadastro de estabelecimentos e à exibição pública de ofertas. A adoção de autenticação e validação documental reforça a confiabilidade da plataforma proposta.

2.2 Trabalhos Relacionados

Diversos trabalhos acadêmicos têm explorado soluções tecnológicas voltadas ao ambiente supermercadista. Silva e Costa (2020) realizaram uma análise sobre os principais desafios enfrentados no desenvolvimento de aplicativos para supermercados, com destaque para a dificuldade de atualização frequente das informações e da integração com sistemas internos de gestão.

Ferreira (2021) investigou a relevância de recursos como filtros por localização, reforçando a importância da geolocalização em sistemas de busca por promoções. Já o trabalho de Quintão (2019) propôs um aplicativo voltado à organização de compras mensais, com foco em listas e praticidade, mas sem oferecer integração com promoções em tempo real.

Em contraste, o presente projeto se destaca por sua ênfase na curadoria das ofertas publicadas e na validação documental dos supermercados cadastrados, garantindo maior confiabilidade nas informações exibidas aos usuários.

3. Metodologia

3.1 Pesquisa

A pesquisa teórica revisa literatura sobre UX e tecnologia aplicada ao desenvolvimento de aplicativos regionais, com foco na experiência do usuário e práticas de design centrado no cliente. Também foram analisados artigos científicos, trabalhos de conclusão de curso (TCCs) e publicações acadêmicas que abordam soluções tecnológicas no setor varejista, especialmente voltadas a supermercados.

A pesquisa de mercado, por sua vez, incluiu a análise de aplicativos já existentes como o OfertaON, SuperApp e redes sociais.

3.2 Desenvolvimento/Execução

O desenvolvimento do aplicativo será dividido em etapas claras, utilizando metodologias ágeis para garantir flexibilidade e eficiência. As fases do projeto são:

Levantamento de Requisitos

Design da Interface

Desenvolvimento do Front-end

Desenvolvimento do Back-end

Banco de Dados

Testes de Integração

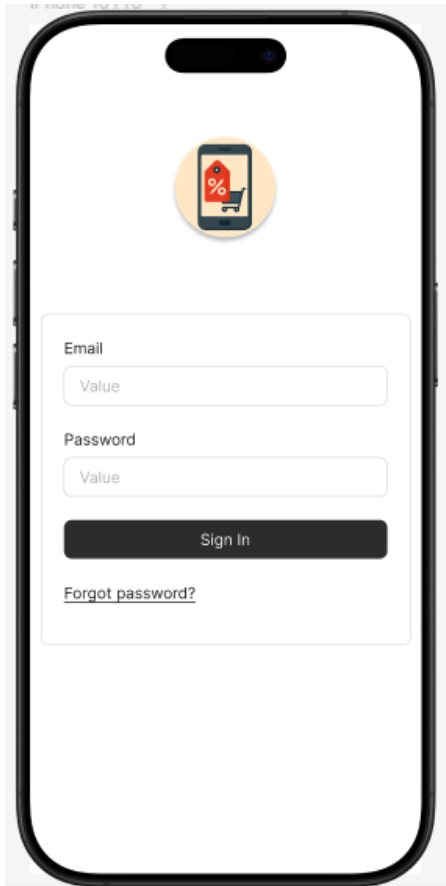


Figura 1 – Protótipo da tela de login do aplicativo.

3.3

Validação

A validação do projeto será realizada em testes com usuários. Serão realizados testes com um grupo de usuários reais para avaliar a usabilidade do aplicativo. Os usuários serão solicitados a realizar tarefas específicas. O feedback dos usuários será coletado e utilizado para realizar ajustes finais no aplicativo.

3.4 Segurança e Autenticação

Para garantir a autenticidade dos mercados cadastrados no sistema, foi implementado um processo de validação manual. No momento do cadastro, o responsável preenche um formulário com dados do mercado e do representante legal, como CNPJ, razão social, endereço, CPF e cargo do responsável. Também é exigido o envio de documentos comprobatórios, como cartão CNPJ, contrato social e comprovante de endereço.

Após o envio, os dados ficam com status de "pendente de aprovação" e são analisados por um administrador no painel de gestão. Este pode aprovar ou rejeitar o cadastro com base nas informações e documentos fornecidos. Somente após a

aprovação o mercado pode publicar promoções no aplicativo, garantindo maior segurança e confiabilidade aos usuários.

4. Resultados Esperados

Possibilidade de fidelização do usuário final por meio de uma experiência contínua e intuitiva, seguindo práticas baseadas em estudos sobre comportamento digital no uso de aplicativos (SILVA et al., 2023).

Maior acesso da população a promoções locais.

Canal gratuito de divulgação para pequenos mercados.

Organização por cidade e filtros por tipo de produto.

Validação de comércios para garantir confiabilidade.

Facilidade de expansão para outros estados no futuro.

5. Considerações Finais

Este projeto responde à necessidade de ferramentas digitais acessíveis e úteis para consumidores e comércios locais. A proposta une tecnologia, economia e usabilidade para facilitar o dia a dia de quem busca economizar e vender com mais visibilidade.

Tais impactos vão ao encontro das tendências observadas no setor, que caminha para uma maior integração digital como forma de se manter competitivo.

Ao mesmo tempo, o projeto contribui com o processo de digitalização de pequenos e médios estabelecimentos comerciais, promovendo inclusão tecnológica e acessibilidade.

5.1 Trabalhos Futuros

Sistema de favoritos e notificações.

Busca por produto e comparação entre mercados.

Recurso de avaliação de promoções.

Módulo de entrega integrado.

Referências Bibliográficas

ABRAS. Indicadores Econômicos. Associação Brasileira de Supermercados, 2024. Disponível em: <<https://www.abras.com.br/economia-e-pesquisa/indicadores-economicos>>. Acesso em: 19 maio 2025.

BARBOSA, D. N. F. et al. Acessibilidade e usabilidade em aplicativos móveis: uma revisão sistemática. *Revista Tecnologia e Sociedade*, v. 17, n. 44, p. 278–296, 2021. Disponível em: <<https://periodicos.unifor.br/rteo/article/view/12099>>. Acesso em: 19 maio 2025.

CARVALHO, P. S. MySQL no desenvolvimento de aplicações. 2022. Disponível em: <https://www.mysql.com>. Acesso em: 5 maio 2025.

DNC. Guia completo para interface e prototipagem no Figma. 2024. Disponível em: <https://www.escoladnc.com.br/guias/figma>. Acesso em: 5 maio 2025.

E-COMMERCE BRASIL. Tendências de consumo e comportamento. São Paulo, 2023. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br>. Acesso em: 5 maio 2025.

FERREIRA, C. E. Desenvolvimento de aplicativo para compras em supermercados. *Revista de Inovação e Tecnologia*, v. 10, n. 2, p. 45–56, 2021.

FILGUEIRAS, L. V. L. et al. Transformação digital no varejo: tendências e impactos. *Revista de Administração*, v. 58, n. 1, p. 23–38, 2023. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/RevistaGauchadeEnfermagem/article/view/135023>>. Acesso em: 19 maio 2025.

KOTLER, P. et al. *Marketing 4.0: do tradicional ao digital*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

NIELSEN, J.; BUDIU, R. *Mobile usability*. Berkeley: New Riders, 2012.

OLIVEIRA, T. F.; ANDRADE, A. M. Estratégias digitais de fidelização de clientes em plataformas móveis. *Revista de Estudos da Comunicação*, v. 23, n. 2, p. 145–160, 2022. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/rever/article/view/58051>>. Acesso em: 19 maio 2025.

QUINTÃO, I. B. App multiplataforma para supermercados. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Sistemas de Informação) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.

SANTANA, J. C. L. *Node.js no desenvolvimento de sistemas web*. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2023.

SILVA, A. L. et al. Análise do comportamento digital de consumidores em aplicativos móveis. *Revista UNIFACS*, v. 26, n. 3, p. 59–74, 2023. Disponível em: <<https://revistas.unifacs.br/index.php/redu/article/view/7804>>. Acesso em: 19 maio 2025.

SILVA, J. P.; COSTA, M. F. Aplicativos de e-commerce para supermercados: desafios e oportunidades. *Revista Eletrônica de Sistemas de Informação*, v. 19, n. 1, p. 33–44, 2020.

VIEIRA, L. A. Design de interfaces com Figma. São Paulo: Novatec, 2022.