

## FEIRAGUAY ONLINE STORE

COUTINHO, Ernandes A. <sup>1</sup> ; MARTINS, Antonio H. F. <sup>1</sup> ; NERIS, Natanael M. <sup>1</sup> ; OLIVEIRA, Yan P. M. <sup>1</sup> ; QUEIROZ, Pedro. P. M. <sup>1</sup>  
Orientador Prof. ALVIM, Ícaro V. <sup>2</sup>

<sup>1</sup>Alunos do Curso Técnico em Desenvolvimento de Sistemas ministrado pelo SENAI Feira de Santana - Bahia, matriculados na Turma 85678. pedropaulo727mqs@gmail.com.

<sup>2</sup>Docente do Curso Técnico em Desenvolvimento de Sistemas – SENAI Feira de Santana - Bahia. [icaro.alvim@fieb.org.br](mailto:icaro.alvim@fieb.org.br).

### INTRODUÇÃO

A sociedade atual vivencia uma nova era de comunicação. Nesse sentido, a internet e as redes sem fio surgem como novas plataformas de comunicação de massa (Castells, 2013, p. 15). Essa facilidade no acesso à informação tem modificado o comportamento das pessoas, alterando, inclusive, modelos tradicionais de negócios (Guldini, 2018, p. 60). E para isso, a principal ferramenta adotada pelos usuários tem sido o celular que, por meio da internet, permite o acesso digital de forma móvel e instantânea. Consequentemente, os dispositivos móveis, os smartphones, passaram a funcionar como microcomputadores, fazendo uso de aplicativos que têm se constituído como principal meio de comunicação entre a empresa e seu público alvo, independente da classe social(Coutinho, 2014, p. 46). Contudo, essa inovação tecnológica ainda não atingiu o Feiraguay, visto que, nesse polo comercial, prevalece um formato de distribuição e venda de produtos de modo presencial. Diante dessa realidade, foi pensado um aplicativo que permita ao comerciante/cliente, do Feiraguay, aderir ao comércio eletrônico, com a realização de suas compras pelo smartphone e receber o produto em sua casa, com visualização de todo o trajeto até sua residência.

### METODOLOGIA

Este projeto foi desenvolvido por meio da pesquisa aplicada, tendo em vista que pretende gerar conhecimentos para aplicação prática com propósito de atingir o objetivo proposto (Silva, 2013, p.20). Quanto à forma de abordagem, optou-se por meio de apresentação do gráfico com informações sobre a movimentação do horário de pico no Feiraguay. Além disso, foi utilizada como tipologia exploratória, pois, segundo Segundo Gil (2008), esse tipo de pesquisa visa proporcionar maior familiaridade com um problema e tem o objetivo de torná-lo explícito, ampliando o conhecimento acerca do fenômeno com possibilidades em estudo superior. E quanto aos procedimentos, esta pesquisa foi estruturada através de pesquisas bibliográficas uma vez que se baseou em livros, sites, revistas, artigos científicos entre outros meios, a fim de obter o máximo de informações que possibilitaram o desenvolvimento desse trabalho.

### OBJETIVO

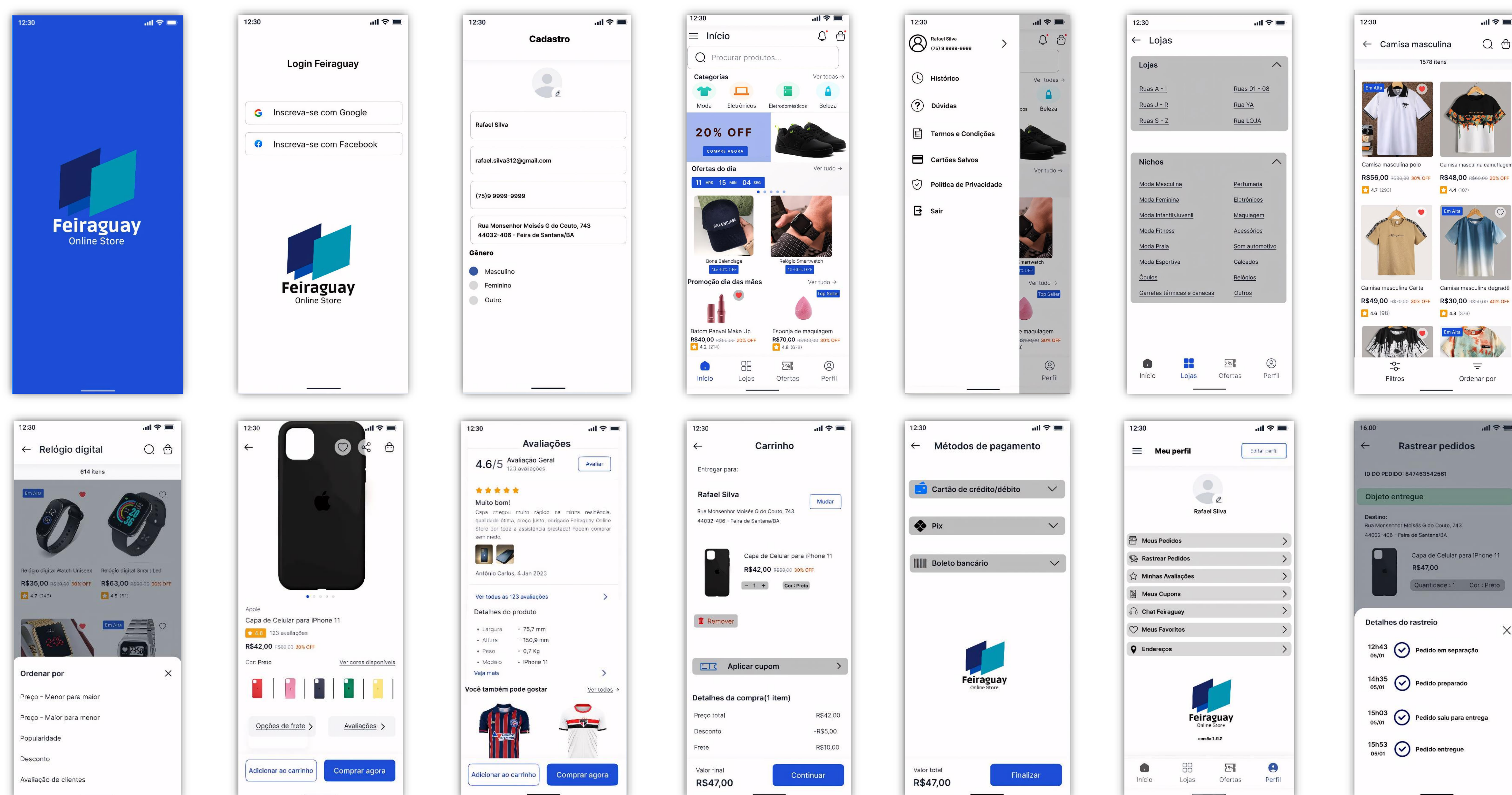
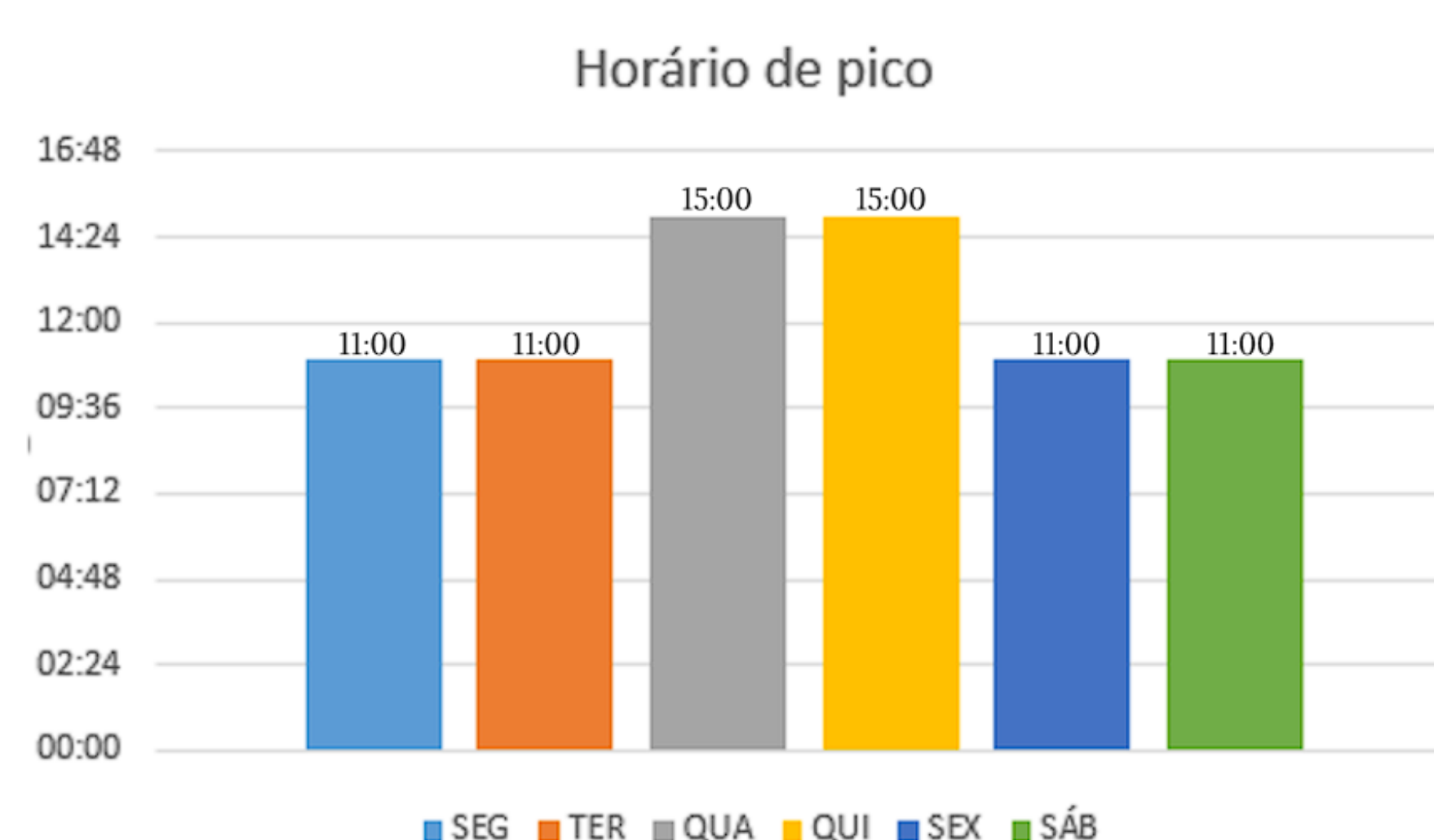
Desenvolver um aplicativo móvel para facilitar a interação entre comerciante/cliente com aumento da distribuição, compra e venda de produtos, no Feiraguay.

### PROBLEMA DE PESQUISA

Como proporcionar a inserção do Feiraguay no meio tecnológico para gerar um fortalecimento da performance de distribuição, compra e venda de seus produtos?

### RESULTADOS

Prévia estruturada por meio do design do aplicativo Feiraguay Online Store. O protótipo foi construído baseando-se em características específicas do Feiraguay, de acordo com sua organização e estoque de produtos. Neste aplicativo, o desenvolvimento será realizado por meio da utilização de qualidade de software (usabilidade, funcionalidade, confiabilidade e eficiência), com foco na portabilidade e responsividade.



### REFERÊNCIAS

- CASTELLS, M. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2013.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.
- SILVA, Edna Lúcia da e MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. 3. ed. rev. atual. – Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.
- GUIDINI, P. A. **A comunicação com o mercado por meio de aplicativos: desafios e oportunidades**. *Signos do Consumo*, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 59-69, jan./jun. 2018.
- COUTINHO, Gustavo Leuzinger. A era dos smartphones: um estudo exploratório sobre o uso dos smartphones no Brasil. 2014. 60 f., il. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social)—Universidade de Brasília, Brasília, 2014.