

## Relatório - Minimum Viable Product

### Projeto Prato Cheio

Luiza Chieza Fortes Garcia

#### Definição dos objetivos

O sistema **Prato Cheio** é uma plataforma digital desenvolvida para facilitar e incentivar a doação de alimentos entre doadores, como donos de comércios de alimentos e pessoas físicas, e receptores, representados por instituições sociais cadastradas.

O objetivo principal do sistema é reduzir o desperdício de alimentos e promover ações solidárias, conectando quem deseja doar com instituições que necessitam de recursos alimentares. Por meio de uma interface intuitiva, o **Prato Cheio** simplifica o processo de doação, permitindo que os usuários localizem instituições próximas, realizem doações com praticidade e acompanhem o impacto gerado por suas contribuições.

Funcionalidades do sistema:

1. **Cadastro de Itens para Doação**

O aplicativo permite que os usuários cadastrem os alimentos que desejam doar, especificando detalhes como o tipo de item e a quantidade disponível. Além disso, o sistema facilita a combinação da forma de entrega diretamente entre doadores e instituições, oferecendo uma experiência prática e eficiente.

2. **Campanhas Solidárias**

O **Prato Cheio** também oferece a opção de participação em campanhas solidárias. Os usuários podem adquirir alimentos diretamente por meio da plataforma, escolhendo entre opções pré-selecionadas. O sistema se encarrega de organizar a entrega das doações para as instituições sociais beneficiadas, proporcionando maior comodidade e ampliando o alcance das ações solidárias.

3. **Localização de Instituições Cadastradas**

A plataforma disponibiliza uma funcionalidade para localizar instituições sociais próximas ao usuário. Isso facilita a identificação de organizações que atendam aos critérios desejados para as doações, incentivando conexões rápidas e eficazes.

4. **Gestão de Doações**

O aplicativo permite que os usuários acompanhem o status das doações realizadas, como pendentes, em andamento ou concluídas. Essa funcionalidade promove maior transparência e controle sobre as ações realizadas por cada doador.

5. **Impacto Social e Feedback**

Para estimular o engajamento, o **Prato Cheio** apresenta relatórios simples sobre o impacto gerado pelas doações, como número de refeições proporcionadas ou famílias beneficiadas.

## Persona 1



### Marcela Almeida

Professora universitária

“No ato de doar, alimentar o corpo é nutrir o coração.”

44 anos

Casada, 2 filhos

Rio de Janeiro

Marcela Almeida, de 44 anos, é professora universitária no Rio de Janeiro, onde vive com o marido e seus dois filhos adolescentes. Apaixonada por história e literatura, ela também é uma entusiasta da filantropia. Com um coração generoso e uma mente criativa, Marcela está sempre em busca de novas maneiras de expandir o impacto de suas ações e inspirar a comunidade a se unir em prol do bem-estar comum.

**Personalidade:** Altruísta | Engajada | Transparente | Dedicada | Consciente

#### Comportamento e motivações:

Marcela acredita que todos têm a responsabilidade de contribuir para o bem-estar da comunidade. Ela sente que suas doações são uma forma de ajudar a reduzir desigualdades e apoiar quem está em necessidade.

Marcela faz doações mensais para instituições de caridade que atuam com segurança alimentar. Ela participa de campanhas sazonais, como o Natal e a Páscoa, para garantir que haja um aporte extra em períodos críticos.

Prefere doar alimentos não perecíveis e itens que têm longa durabilidade, como grãos, enlatados e produtos embalados. Ela também busca produtos que sejam nutricionalmente equilibrados.

Os motivos religiosos estimulam a prática da caridade através da doação de alimentos .

#### Necessidades e objetivos:

Marcela precisa de informações claras e detalhadas sobre como suas doações estão sendo utilizadas. Ela valoriza a transparência e a prestação de contas das instituições de caridade.

A facilidade e conveniência no processo de doação são cruciais para garantir que ela possa manter sua contribuição regular sem complicações.

Marcela deseja aumentar o impacto de suas doações e explorar maneiras de apoiar mais projetos e causas relacionadas à segurança alimentar.

Pretende educar e conscientizar seu círculo social e profissional sobre a importância da doação de alimentos e da solidariedade. Seu objetivo é inspirar mais pessoas a se envolverem e contribuírem para a causa.

## Cenário do problema

A agenda de Marcela é constantemente preenchida por aulas, reuniões e eventos acadêmicos. Ela frequentemente trabalha até tarde corrigindo provas ou preparando materiais para suas turmas. Durante a semana, encontrar tempo para procurar instituições confiáveis ou organizar uma entrega de doações é algo praticamente inviável. Embora Marcela esteja ciente de várias iniciativas voltadas para a segurança alimentar, ela não sabe quais organizações estão próximas de sua casa ou quais realmente têm necessidade dos alimentos que deseja doar. Essa incerteza faz com que ela se preocupe com a eficácia de suas contribuições. Marcela quer doar, mas sua falta de tempo e informação gera uma sensação de impotência. Isso não apenas dificulta suas doações, mas também a impede de exercer plenamente seu papel de conscientizadora em sua comunidade, algo que ela valoriza profundamente

## Persona 2



### Sergio Carvalho

Proprietário de um pequeno mercado.

“Promover a responsabilidade social também é uma meta em nosso negócio”

55 anos

Casado, 3 filhos

Rio de Janeiro/RJ

Sérgio é o proprietário do **Mercado São João**, um negócio local herdado do pai que se destaca pelo bom atendimento e produtos de qualidade. Com uma longa trajetória no setor, ele valoriza o feedback dos clientes e busca constantemente maneiras de melhorar a experiência de compra em seu mercadinho. Acredita firmemente na responsabilidade social das empresas e não mede esforços para manter o negócio como um ponto de referência confiável e acolhedor para todos que frequentam a loja.

**Personalidade:** Trabalhador | Inovador | Generoso | Eficiente | Comprometido

### Comportamento e motivações:

Sérgio doa regularmente alimentos que estão fora do padrão de comercialização, mas ainda próprio para o consumo para instituições sociais locais.

Sérgio vê o engajamento social das marcas como uma responsabilidade crucial e um diferencial competitivo. Ele acredita que a participação em causas sociais fortalece a relação com a comunidade e melhora a imagem da empresa. Para ele, atuar socialmente demonstra compromisso e empatia genuína

Apesar de seu desejo de contribuir, não compreende totalmente a legislação sobre doação de alimentos. Ele percebe que falta de conhecimento pode afetar a conformidade e a eficácia de suas doações. José considera buscar orientação para alinhar suas práticas às exigências legais.

### **Necessidades e objetivos:**

Sérgio precisa de um sistema mais eficiente para coordenar a comunicação com as instituições de caridade e assegurar que os alimentos doados sejam bem geridos. Ele busca uma plataforma que facilite a logística de doação e o acompanhamento da destinação dos produtos.

Sérgio precisa de um sistema simples e eficiente para organizar e transportar as doações. A logística de coletar e entregar os alimentos deve ser prática para não interferir nas operações do mercadinho.

Sérgio necessita de uma maneira estruturada para documentar e relatar suas doações de alimentos, visando otimizar os benefícios fiscais disponíveis. A criação de relatórios detalhados sobre as doações permitirá que ele registre e comprove suas contribuições para obter incentivos fiscais. Isso também ajudará a melhorar a transparência e a gestão das suas práticas de doação.

Sérgio deseja explorar ações de marketing social que destacam o engajamento de sua empresa com causas sociais. Ele busca estratégias que mostrem publicamente seu compromisso com a responsabilidade social, atraindo clientes e fortalecendo a imagem da empresa. Participar de campanhas e eventos de impacto social pode gerar uma percepção positiva e aumentar a visibilidade do mercadinho.

### **Cenário de problema**

Embora Sérgio queira doar de forma regular e eficiente, ele sente que a logística, a falta de comunicação simplificada com instituições e a insegurança sobre aspectos legais dificultam a concretização de seu objetivo. Como resultado, ele acaba desperdiçando oportunidades de fortalecer seu impacto social e melhorar a imagem do Mercado São João como um agente positivo na comunidade. As instituições sociais que poderiam receber as doações de Sérgio frequentemente enfrentam dificuldades para se conectar com doadores regulares. Algumas não têm estrutura suficiente para gerenciar ou transportar alimentos, enquanto outras carecem de visibilidade para atrair parceiros locais.

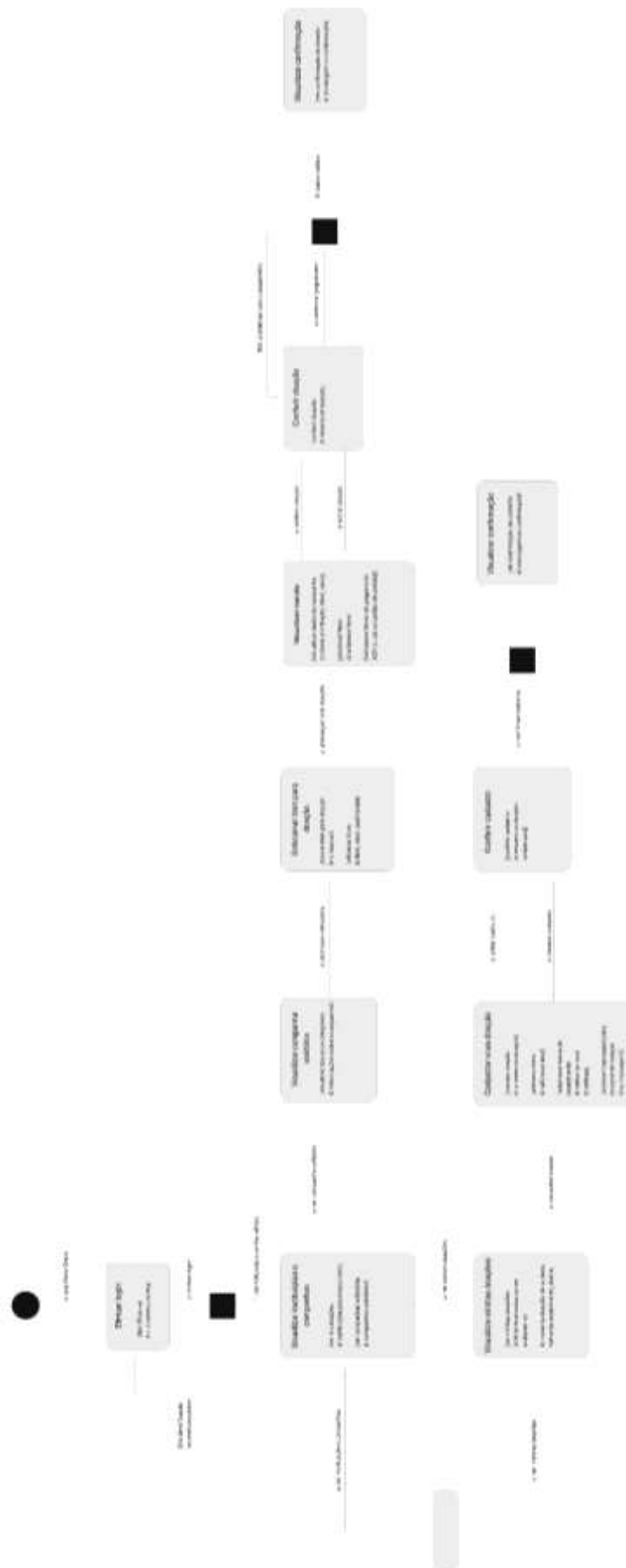
### **Objetivos**

Marcela tem o objetivo de participar de uma campanha solidária alinhada aos seus valores, permitindo que ela doe alimentos de forma prática e significativa. Ela deseja contribuir com uma iniciativa confiável que promova transparência no uso das doações e resultados concretos no combate à fome. Além disso, ela busca conveniência no processo, com opções como compra direta de alimentos pela plataforma e organização da entrega.

Sérgio tem o objetivo de cadastrar uma doação no aplicativo de forma rápida e eficiente para destinar alimentos excedentes do seu mercado a uma instituição social. Ele quer garantir que a doação seja realizada de maneira segura, atendendo às necessidades da instituição escolhida, sem comprometer sua rotina operacional. Ele busca um sistema que facilite o registro dos itens, a organização da logística de entrega e que ofereça transparência no processo.

## Modelo de Interação MoLIC

<https://www.figma.com/board/C9cMJb5KADFrhThmOiyqAa/Moolic?node-id=0-1&t=T0jMO7PdshQerkw-1>



## Wireframe ou User Interface

Link do protótipo de alta-fidelidade interativo:

<https://www.figma.com/proto/Gw3pic9Loj5xFLCvfNN23Q/prato-cheio?t=XsLnH3z4JXWmEgUD-1&scaling=scale-down&content-scaling=fixed&page-id=0%3A1&node-id=443-607&starting-point-node-id=438%3A934>

Link do projeto:

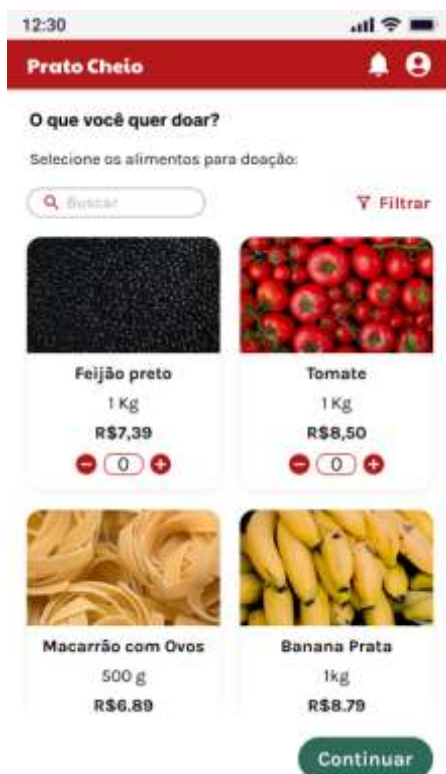
<https://www.figma.com/design/Gw3pic9Loj5xFLCvfNN23Q/prato-cheio?node-id=0-1&t=hrqtC6RQwgYJHyTm-1>



Componentes: toolbar, link, carrossel, painel expansível



Componentes: botão de ação, link, sliders



Componentes: campo de busca, botão de ação, link, steppers, cards, barra de ferramenta, thumbnails.

12:30

Prato Cheio



SACOLA

Campanha Solidária

Apoie o almoço de Natal  
Por ONG Criança Feliz

Itens adicionados

2 x 1 kg de farinha de trigo

R\$ 6,59



2 x 1 kg de farinha de trigo

R\$ 6,59



2 x 1 kg de farinha de trigo

R\$ 6,59



 Adicionar item

Forma de pagamento

 Pix

☐

 Cartão de crédito

LUIZA C F GARCIA

Visa \*\*\*\* 7654



 Alterar cartão

Total R\$ 26,06

Continuar

Componentes: radio button, botão de ação, link

12:30

Prato Cheio







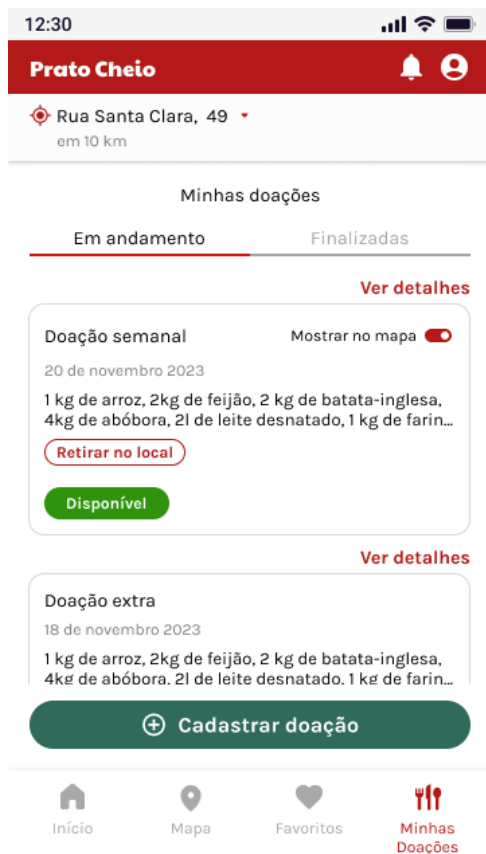
PARABÉNS!

Sua doação foi enviada com sucesso!

Obrigado por ser parte desta jornada!  
Juntos, estamos fazendo a diferença na luta  
contra a fome!

Componente: -





Componentes: abas, botão de ação, toolbar, switch, cards, painel expansível



Componentes: links, switch, botão de ação, formulário, check box

12:30

**Prato Cheio**

RESUMO DA DOAÇÃO CADASTRADA

Mostrar no mapa ☒

Nome da doação [Editar](#)

Doação semanal

Itens adicionados [Editar](#)

1 kg de farinha de trigo  
1 kg tomate  
1 kg de arroz

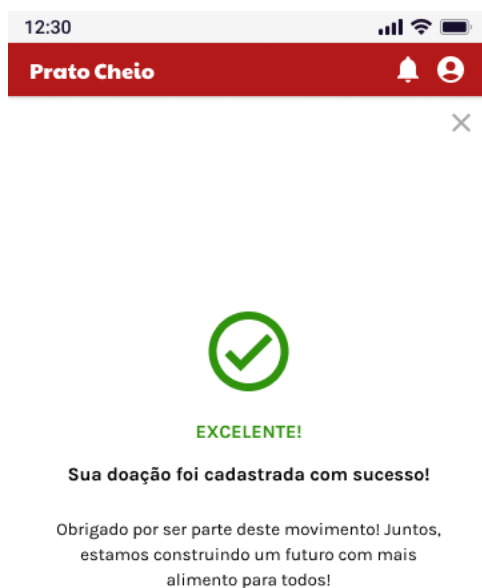
Forma de recebimento [Editar](#)

Entrega em 10 km  
Retirar no local

Mensagem [Editar](#)

Confirmar cadastro

Componentes: botão de ação, link, switch



Componentes: -