



CONEXÃO UNIFAMETRO 2021

XVII SEMANA ACADÊMICA

ISSN: 2357-8645

## DESENVOLVIMENTO DE UMA PLAFATORMA DIGITAL PARA O COMÉRCIO E NOTÍCIAS LOCAIS DOS BAIRROS - " JORNAL DO BAIRRO " - PROJETO IC

**Vinícius de Alcântara Barros**

Iniciação Científica Bolsista - Análise e Desenvolvimento de Sistemas  
vinicius.barros@aluno.unifametro.edu.br

**Vinicius Alves Fernandes**

Iniciação Científica Voluntário- Análise e Desenvolvimento de Sistemas  
vinicius.alves@aluno.unifametro.edu.br

**Fábio Henrique Fonseca de Sousa**

Iniciação Científica Orientador- Professor do Curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas  
fabio.sousa@professor.unifametro.edu.br

**Área Temática:** Desenvolvimento de Produtos e Projetos

**Encontro Científico:** IX Encontro de Monitoria e Iniciação Científica

### RESUMO

De acordo com os últimos meses, desde abril de 2020, a sociedade passou por momentos decisórios relacionados à saúde, educação, e principalmente à economia. A pandemia de Covid-19 causada pelo vírus SARS-CoV-2 trouxe grandes dificuldades para o mercado, impactando fortemente micros e pequenos comércios locais. Em contrapartida, as oportunidades de crescimento tecnológico avançaram, deixando abertas janelas para a criação de produtos e serviços tecnológicos com o intuito de dar sustentação ao fluxo do dia a dia do comerciante. O projeto Desenvolvimento de uma plataforma digital para o comércio e notícias locais tem como objetivo realizar um estudo, análise e desenvolvimento de uma plataforma digital para estreitar e expandir as vendas de comércios locais aos seus clientes e potenciais clientes que moram e/ou vivem em bairros próximos. Como hipótese do projeto, e dados recolhidos do formulário disponibilizado por nós, cerca de 32 pessoas responderam que seria útil a utilização da plataforma digital para aumentar suas vendas. A porcentagem de pessoas que adotariam a ideia é de aproximadamente 85.7%. que acreditam em alavancar suas vendas e alcance de conhecimento do negócio do comerciante no seu bairro de atuação, além do mapeamento do comportamento e perfil do cliente local.

**Palavras-chave:** Plataforma Digital; Comércio, Covid-19; Jornada do Usuário; Métodos Ágeis

### INTRODUÇÃO

De acordo com matéria disponibilizada no site do Sebrae em 2020, com o fechamento do comércio e de diversos outros empreendimentos como medida preventiva de



**CONEXÃO UNIFAMETRO 2021**

**XVII SEMANA ACADÊMICA**

**ISSN: 2357-8645**

combate ao coronavírus, os empreendedores estão preocupados, sem saber que atitude tomar para garantir a sobrevivência dos negócios. Durante o período de crise e isolamento social, donos de pequenas empresas e microempreendedores tendem a sofrer mais com a baixa nas vendas e no faturamento. (SEBRAE, 2020). A pandemia causada pelo vírus SARS-CoV-2 ocasionou várias repercussões não apenas na área da saúde, mas também repercussões e impactos sociais, políticos, econômicos, históricos e culturais. As fatalidades de mortos e infectados com Covid-19 concorrem diretamente com as infraestruturas precárias do sistema de saúde, com a exposição de populações vulneráveis, a dificuldade da sustentação econômica do sistema financeiro e da população, além da saúde mental das pessoas em tempos de isolamento social e dificuldade de acesso a bens essenciais como alimentação, medicamentos, transporte, material de limpeza, entre outros (FIOCRUZ,2020).

De acordo com estimativas do IBGE(2020), a população que reside na capital cearense ultrapassa a marca de 2,6 milhões de pessoas, correspondendo a quase 30% da população estadual. Considera-se a capital mais densa do Brasil, um dos 10 municípios mais densos do País. A cidade de Fortaleza comanda uma região metropolitana com mais de 4 milhões de habitantes que compõem outros 18 municípios. Na ordem dos padrões de estruturação das cidades brasileiras, Fortaleza se apresenta como uma cidade bastante dissociada, marcada por bairros locais verticalizados à beira mar conectados ao eixo sudeste, que se direciona para os bairros compostos por condomínios fechados e de classe média. A dissociação se intensifica quando é observado que a maior parte dos conjuntos habitacionais se localiza ao sudoeste e ao oeste, para onde milhares de famílias se dirigiram involuntariamente desde os anos 1970, com um considerável e notório incremento nesta última década. Por outro lado, quando se fala de cidade informal e precária, a capital cearense abriga quase 1,1 milhão de habitantes em locais urbanos insalubres e precários, vivendo em apenas 11% do território municipal(IBGE,2020).

Com esta perspectiva dos bairros periféricos menos favorecidos, o projeto jornal do bairro visa entender de maneira profunda a realidade vivida pelos pequenos empreendedores dos bairros de Fortaleza com as incertezas geradas pela pandemia do Covid-19, visto que este evento vem afetando grande parte dos comerciantes que já tinham dificuldades em manter seus próprios negócios. A partir das pesquisas realizadas para fundamentar a proposta do projeto para fomentar o comércio (IBGE, 2020), será elaborada uma plataforma web que ajudará a dar visibilidade e incentivo aos comércios que existem nos demais bairros de Fortaleza, para que

os empreendedores possam viabilizar a comercialização de seus produtos e serviços, assim permitindo que possam atingir os seus clientes mesmo com as dificuldades existentes.

## METODOLOGIA

O primeiro passo da estratégia executada neste projeto foi a busca em noticiários, jornais, sites de economia, entre outros meios de comunicação, os dados e informações que ajudasse a definir quais as necessidades, cenários de atuação, público envolvido e ofensores nos cenários do comércio local dos bairros de Fortaleza. Com a identificação desses dados foi criado um questionário e aplicado em 32 pessoas com potenciais características de comerciantes e clientes. Com o resultado do questionário, identificou-se que 85.7% do público passariam a comprar mais em comércios locais se existisse um aplicativo focado no mercado do bairro local. Em mãos com o resultado da entrevista, foi possível direcionar quais métodos seriam utilizados para mapear e criar perfis que representassem os comerciantes e clientes nas transações de negócios locais. Dentre os clientes, foram identificadas pessoas que na pandemia passaram a não sair de casa de forma alguma, suas compras eram feitas em supermercados grandes, por telefone, em bairros adjacentes a sua moradia. Outros clientes já faziam suas compras pessoalmente nos supermercados, deixando de lado os comércios locais por medo de frequentar e por não saber o que o comércio teria para oferecer. Em relação ao perfil de comerciantes, foram identificados comerciantes que não estavam preparados e nem sabiam para onde ir com a pandemia, perdendo mais de 50% dos seus clientes por não ter um serviço de entrega ou uma forma de apresentar seus produtos disponíveis para a venda.

Com estes cenários mapeados e questionários aplicados em pessoas com perfil de cliente e comerciantes, um dos métodos utilizados para detalhar os caminhos e comportamentos dos clientes foi a Jornada do Usuário, da metodologia *Lean Inception*(CAROLI, 2018). O método focou na compreensão das fases de interação do cliente com os serviços ou produtos oferecidos pelo comércio, construindo modelagens de fluxos para definir processos. Outro método utilizado foi a criação de personas da metodologia *Lean Inception*(CAROLI, 2018). O método teve como objetivo mapear e criar personagens fictícios de clientes ideias para o negócio. As personas foram criadas com bases em dados e características reais de clientes entrevistados por meio de um questionário online. Com a jornada do usuário e personas criadas, foi possível identificar o público alvo representado por comerciantes e clientes, que seriam beneficiados com o produto digital do projeto.

Com os requisitos coletados, o projeto iniciará a construção de um *Minimum Viable Product - MVP* (CAROLI, 2018) da plataforma digital web do Jornal do Bairro. Nesta fase, a ideia é criar uma versão enxuta com funcionalidades essenciais que atendam o básico de ações e necessidades dos fluxos de compras em comércios. A versão será disponibilizada para certos comerciantes e clientes testarem no seu dia a dia, gerando feedbacks para melhorias na versão e assim chegar em ajustes para uma versão final.

A plataforma será criada nas tecnologias Node e React, utilizando a arquitetura Rest e tecnologia do banco de dados PostgreSQL.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com o mapeamento e criação da jornada do usuário como cliente e como comerciante, foi possível criar três jornadas do usuário, mapeando os fluxos de compra do cliente junto ao comerciante, da compra de insumos pelo comerciante para abastecer o seu comércio e a jornada da venda de mercadorias para o cliente na perspectiva do comerciante.

Mediantes informações levantadas das jornadas e questionário aplicado para coletar características comuns entre os usuários foram criadas quatro Personas representando os principais stakeholders da plataforma:

Comerciante Antônio José, consultor de seguros, tem 64 anos, possui o ensino médio completo, gosta de se comunicar por meio de telefone ou pessoalmente. Utiliza bastante um bloco de notas para anotações e um sistema básico para dados cadastrais de produtos do seu comércio. Seu maior desafio para aumentar o seu comércio é a utilização de mídias sociais para atrair mais clientes.

Gerente de vendas e logística, Maria Silveira, tem 35 anos, possui o ensino superior incompleto, gosta de se comunicar por meio de telefone, e-mail, pessoalmente e por mídias sociais. Utiliza softwares para criar e gerenciar relatórios e planilhas. Seu maior desafio para aumentar a clientela está relacionado com a dificuldade de comunicação com clientes e distribuidoras para fechar acordos, ela necessita de um desenvolvimento profissional mais assertivo em sua área.

Desenvolvedor de Software, Matias Fernandes, tem 22 anos, possui o ensino superior completo, gosta de se comunicar por diversas plataformas digitais. Matias deseja consumir produtos de qualidade sem precisar ir muito longe de sua casa, porém ele gostaria de um local isolado para ter acesso a esse tipo de informação, pois quando visualiza um anúncio

no instagram, ele acaba esquecendo de olhar mais afundo, já que a rede social possui várias distrações.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Utilizando práticas ágeis e colaborativas, o projeto encontra-se na fase de descoberta e entendimento dos cenários e de público alvo do comércio local de bairros. Nas atividades mencionadas, a equipe do projeto tem se deparado com desafios para ter acesso aos dados e informações do dia a dia do cliente e comerciante, dificuldade de gerir o tempo para garantir disponibilidade para as atividades do projeto em detrimento a outros compromissos afirmados com a família, faculdade e trabalho.

## REFERÊNCIAS

**CAMPOS, ANA CRISTINA.** IBGE: 62,4% das empresas foram afetadas negativamente pela pandemia. AGENCIA BRASIL, 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-07/ibge-624-das-empresas-foram-afetadas-negativamente-pela-pandemia>. 2020 - Acesso em: 06 Maio 2021.

**CAROLI, P.** Lean Inception: Como Alinhar Pessoas e Construir o Produto Certo. Editora Caroli. Rio Grande do Sul. 01/2018

**FIOCRUZ.** Impactos sociais econômicos, culturais e políticas da pandemia. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/impactos-sociais-economicos-culturais-e-politicos-da-pandemia>. Acesso em 20 de setembro de 2021

**FOLHA DE S. PAULO.** Plataformas de compras levam socorro a pequenos negócios na pandemia. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/2020/04/plataformas-de-compras-levam-socorro-a-pequenos-negocios-na-pandemia.shtml>. 2020 - Acesso em: 3 Mar. 2021;

**IBGE.** INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Anual. Tabela 6407: População residente, por sexo e grupos de idade, 2019. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6407>>. Acesso em: 01 jun. 2020

**SEBRAE.** Conheça as principais dificuldades dos empreendedores na crise. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/conheca-as-principais-dificuldade->



**CONEXÃO UNIFAMETRO 2021**

**XVII SEMANA ACADÊMICA**

**ISSN: 2357-8645**

dos-empresendedores-na-crise,7a7119a21f041710VgnVCM1000004c00210aRCRD

Acesso em: 15 de maio de 2021.