



ETEC JORGE STREET

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO TÉCNICO EM INFORMÁTICA
INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO**

MERKA

**Bruno Mesquita Lucio
Eduardo Rosim
Iuri Benatti Godinho
Jonas Giroto Rubem de Macedo
Matheus Graminha Moreli
Nícolas Arcas Firmino**

**Professora Orientadora:
Ângela Cristina Ribeiro Domingues Piazzentin**

**São Caetano do Sul / SP
2017**

MERKA

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como pré-requisito para
obtenção do Diploma de Técnico em
Informática integrado ao Ensino
Médio.

**São Caetano do Sul / SP
2017**

“Seus clientes mais insatisfeitos são sua melhor fonte de aprendizado.”

William Gates, Empresário (1955).

Dedicamos este projeto aos nossos amigos e familiares principalmente, ao nosso grupo que trabalhou arduamente para a conclusão desta ideia, e aos nossos professores, responsáveis pelo incentivo.

RESUMO

O Merka (acrônimo para **Mercado em Casa**, com o “K” diferenciando-o) é um aplicativo que promete unificar o microempreendedor, o qual trabalha em casa (tanto como aquele que produz quanto aquele que revende) e seu cliente, que procura, em sua região, serviços confiáveis e de boa qualidade. O Merka pretende também disponibilizar avaliações, as quais servem tanto como um *feedback* direto ao fornecedor, como uma noção do que o mesmo fornecerá ao cliente, e se atenderá suas necessidades específicas. A nossa missão é facilitar a vida das pessoas, a qual anda árdua e corrida, não dando tempo para atividades simples como um almoço ou um tempo de lazer.

Palavras-chave: Trabalho, Cliente, Microempreendedor.

ABSTRACT

Merka (an acronym for “Mercado em Casa”, with the " K " differentiating it) is an application that promises to unify the microentrepreneur, who works at home (both the one who produces and the one who resells) and his client, who searches, in his region, reliable and good quality services. Merka also intends to provide assessments, which serve both as direct feedback to the supplier, as a notion of what the supplier will provide to the customer, and whether they will meet their specific needs. Our mission is to make life easier for people, which is arduous and unrelenting, not giving time for simple activities such as lunch or a leisure time.

Keywords: Work, Client, Microentrepreneur

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Cálculo de Orçamento de Projeto de Software.....	15
Figura 2: Custos de materiais.....	16
Figura 3: Custos de recursos humanos.....	16
Figura 4: Custos para comercialização final.....	16
Figura 5: Custo total do projeto.....	17
Figura 6: Mapa de empatias.....	18
Figura 7: Canvas.....	19
Figura 8: Cronograma.....	20
Figura 9: Quadro de participantes.....	22
Figura 10: Modelagem Conceitual – Quadro com as entidades relacionadas.....	23
Figura 11: Modelagem Conceitual - Modelagem Mer-Der.....	25
Figura 12: Dicionário de Dados.....	26
Figura 13: Diagrama de Caso de Uso em UML.....	28
Figura 14: Diagrama de eventos do caso de uso em UML.....	29
Figura 15: Logo.....	30
Figura 16: Slogan.....	30
Figura 17: Ícone do Aplicativo.....	30
Figura 18: Tela principal.....	31
Figura 19: Tela de Cadastro.....	32
Figura 20: Tela de Busca/Acesso da Loja do Usuário.....	33
Figura 21: Lista de Lojas na Área Pesquisada.....	34
Figura 22: Tela de Informações sobre a Loja.....	35
Figura 23: Tela de Produtos da Loja.....	36
Figura 24: Tela de Cadastro da Loja.....	37
Figura 25: Tela de Customização da Loja.....	38
Figura 26: Tela para a Adição de Produtos.....	39
Figura 27: Tela de Avaliação da Loja.....	40
Figura 28: Basic 4 Android.....	41
Figura 29: Visual Basic.....	41
Figura 30: SQLite.....	42
Figura 31: Árvore de Navegação.....	42
Figura 32: Alcance de Entrega.....	43

Figura 33: Aumento de Vendas Ocasionado pelo App	44
Figura 34: Atendimento de Clientes.....	44
Figura 35: Divulgação de Serviços	45
Figura 36: Média de Uso do App	45
Figura 37: Fotos da pesquisa de campo.....	48
Figura 38: Fotos da pesquisa de campos	48
Figura 39: Fotos da pesquisa de campos	49
Figura 40: Formulário de pesquisa de campo.....	50
Figura 41: Formulário de pesquisa de campo.....	51

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS.....	9
SUMÁRIO.....	11
1.INTRODUÇÃO.....	13
TEMA.....	13
DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	13
PROBLEMA.....	13
OBJETIVOS.....	14
OBJETIVOS GERAIS.....	14
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
JUSTIFICATIVA.....	14
METODOLOGIA.....	14
FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	15
2.PLANEJAMENTO DO PROJETO.....	15
ÁREA DE REALIZAÇÃO.....	15
CUSTOS.....	15
CUSTOS DE MATERIAIS.....	16
CUSTO RECURSOS HUMANOS.....	16
CUSTOS PARA A COMERCIALIZAÇÃO FINAL DO PROJETO.....	16
CUSTO TOTAL DO PROJETO.....	17
EXECUÇÃO DO PROJETO.....	18
MAPA DE EMPATIAS.....	18
CANVAS.....	19
CRONOGRAMA.....	20
3.DESENVOLVIMENTO DO PROJETO.....	21
QUADRO DE PARTICIPANTES.....	21
MODELAGEM DO BANCO DE DADOS.....	23
NORMALIZAÇÃO.....	23
RELACIONAMENTO ENTRE AS ENTIDADES.....	23
CARDINALIDADE DOS RELACIONAMENTOS.....	24
RESTRIÇÕES DE INTEGRIDADE DOS RELACIONAMENTOS.....	24
ATRIBUTOS, ENTIDADES, RELACIONAMENTOS, CHAVES PRIMÁRIAS E ESTRANGEIRAS.....	24
DIAGRAMA MER DER.....	25
DICIONÁRIO DE DADOS.....	26

CENÁRIO CASO DE USO EM UML.....	26
ATORES DO CASO DE USO EM UML.....	27
CASOS DE USO EM UML.....	27
DIAGRAMA DE CASO DE USO EM UML.....	28
DIAGRAMA DE EVENTOS DO CASO DE USO EM UML.....	29
APLICATIVO.....	30
FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS	41
ÁRVORE DE NAVEGAÇÃO.....	42
4.RESULTADOS OBTIDOS	43
RESULTADOS E DISCUSSÃO	43
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	46
REFERÊNCIAS	47
APÊNDICES	48
APÊNDICE A – FOTOS DA PESQUISA DE CAMPO	48
APÊNDICE B – FORMULÁRIO UTILIZADO PARA PESQUISA DE CAMPO.....	50

1. INTRODUÇÃO

O Merka (acrônimo para **Mercado em Casa**, com o “K” diferenciando-o) é um aplicativo que promete unificar o microempreendedor, o qual trabalha em casa (tanto como aquele que produz quanto aquele que revende) e seu cliente, que procura, em sua região, serviços confiáveis e de boa qualidade. O Merka pretende também disponibilizar avaliações, as quais servem tanto como um *feedback* direto ao fornecedor, como uma noção do que o mesmo fornecerá ao cliente, e se atenderá suas necessidades específicas.

TEMA

Venda de produtos caseiros para pessoas que possuem uma vida muito atarefada.

DELIMITAÇÃO DO TEMA

O Merka se encaixa em um propósito socioeconômico: pretendemos movimentar um mercado independente, onde você fará seus horários, seu salário. Em resumo: O Merka pretende flexibilizar o mercado de trabalho, abrindo vertentes para indivíduos que não possuem recursos financeiros para abrir sua própria empresa.

PROBLEMA

Várias pessoas necessitam dos serviços prestados pelo Merka para complementar a sua renda, portanto, os serviços do Merka se tornam necessários a partir do ponto em que são introduzidos na vida de um indivíduo. Porém, alguns clientes (não fornecedores) possuem uma vida atarefada, não podendo parar apenas para a compra de um serviço.

Para conseguir se encaixar no universo desse tipo de usuário, o Merka deve mudar sua metodologia? Ou deve apenas se manter como está?

OBJETIVOS

Os objetivos do Merka podem ser divididos em gerais e específicos, sempre voltados para a ajuda financeira dos comerciantes caseiros

OBJETIVOS GERAIS

Na situação atual do país, diversos indivíduos possuem incapacidade financeira de iniciar uma empresa/filial. Sendo assim, diversas possibilidades econômicas são simplesmente descartadas. O Merka pretende reverter isso. Com um sistema de unificação, baseando-se na qualidade dos produtos de um fornecedor e uma divulgação por parte do aplicativo, o mesmo terá maior sucesso em sua jornada.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para o cliente, a interface será simples e rápida, deste modo, além de o aplicativo ser extremamente leve ele ainda será objetivo: o cliente terá acesso ao seu perfil em menos de dois cliques; encontrará o que precisa em simples toques; tudo será extremamente facilitado para que haja flexibilidade e objetividade: a principal meta do Merka.

JUSTIFICATIVA

O grupo decidiu que o Merka seria um amparo extra à microempreendedores.

Na situação atual do Brasil, onde há uma crise assolando trabalhadores, uma “ponte” para novas oportunidades é sempre bem-vinda. O aplicativo serve, igualmente, como um adendo ao salário de indivíduos que já possuem um emprego, tanto quanto um que não possui.

METODOLOGIA

Utilizando um sistema de avaliação por estrelas, o qual apresentará um *feedback* do consumidor ao fornecedor, e também como uma forma do consumidor saber se aquele produto ou serviço atende às suas necessidades. Também será possível redigir comentários, que possuirão a mesma função. Como dito anteriormente, haverá objetividade no uso do aplicativo, tanto para o fornecedor quanto para o cliente. Haverá a

abordagem web, um site simples que mostrará links de download do aplicativo e orientações.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica foi baseada em pesquisas e artigos sobre a economia do ano de 2017. Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), a taxa de desemprego chegou a 12,6% em agosto de 2017, o que equivale a cerca de 13,1 milhões de desempregados. Esse fato afeta diversos setores da economia com uma crise, dando assim a oportunidade de diversas pessoas produzirem produtos em casa para completar a renda familiar.

2. PLANEJAMENTO DO PROJETO ÁREA DE REALIZAÇÃO

Este estudo foi realizado na ETEC Jorge Street em São Caetano do Sul, São Paulo, no laboratório de Informática, pelos alunos do Curso Técnico de Informática.

CUSTOS

As despesas para a confecção do produto final envolveram materiais e força de trabalho humana.

CÁLCULO DE ORÇAMENTO DE PROJETO DE SOFTWARE	
MEU PROJETO MERKA	
CATEGORIA	*VALOR ITEM
Trabalho	R\$ 3.882,66
Materiais ou outros	R\$ 270,00
*TOTAL FINAL	R\$ 4.152,66

Figura 1: Cálculo de Orçamento de Projeto de Software

CUSTOS DE MATERIAIS

As despesas em materiais foram totalizadas em cento e dezenove reais.

CÁLCULO DE CUSTO DO PROJETO			
NOME DO PROJETO		*Custo de Materiais:	R\$ 119,00
*Não preencher os campos com asterisco, serão preenchidos automaticamente			
ITEM	CUSTO UNITÁRIO	QUANTIDADE	TOTAL ITEM*
B4	R\$ 119,00	1	R\$ 119,00

Figura 2: Custos de materiais

CUSTO RECURSOS HUMANOS

As despesas hora-homem foram totalizadas em cinquenta reais.

CÁLCULO DE CUSTO DO PROJETO	
NOME DO PROJETO: MERKA	
*Não preencher os campos com asterisco, serão preenchidos automaticamente	
CATEGORIA	*VALOR ITEM
Hora-homem	R\$ 50,00
*TOTAL FINAL	
	R\$ 50,00

Figura 3: Custos de recursos humanos

CUSTOS PARA A COMERCIALIZAÇÃO FINAL DO PROJETO

As despesas para a finalização do projeto totalizaram quinhentos e cinquenta reais.

CÁLCULO DE CUSTOS PARA COMERCIALIZAÇÃO FINAL DO PROJETO	
NOME DO PROJETO: MERKA	
*Não preencher os campos com asterisco, serão preenchidos automaticamente	
CATEGORIA	*VALOR ITEM
Comercialização final	R\$ 550,00
*TOTAL FINAL	
	R\$ 550,00

Figura 4: Custos para comercialização final

CUSTO TOTAL DO PROJETO

As despesas do projeto foram totalizadas em quatro mil, cento e cinquenta e dois reais e sessenta e seis centavos.

CÁLCULO DE ORÇAMENTO DE PROJETO DE SOFTWARE	
MEU PROJETO X	
CATEGORIA	*VALOR ITEM
Trabalho	R\$ 3.882,66
Materiais ou outros	R\$ 270,00
*TOTAL FINAL	R\$ 4.152,66

Figura 5: Custo total do projeto

EXECUÇÃO DO PROJETO

MAPA DE EMPATIAS

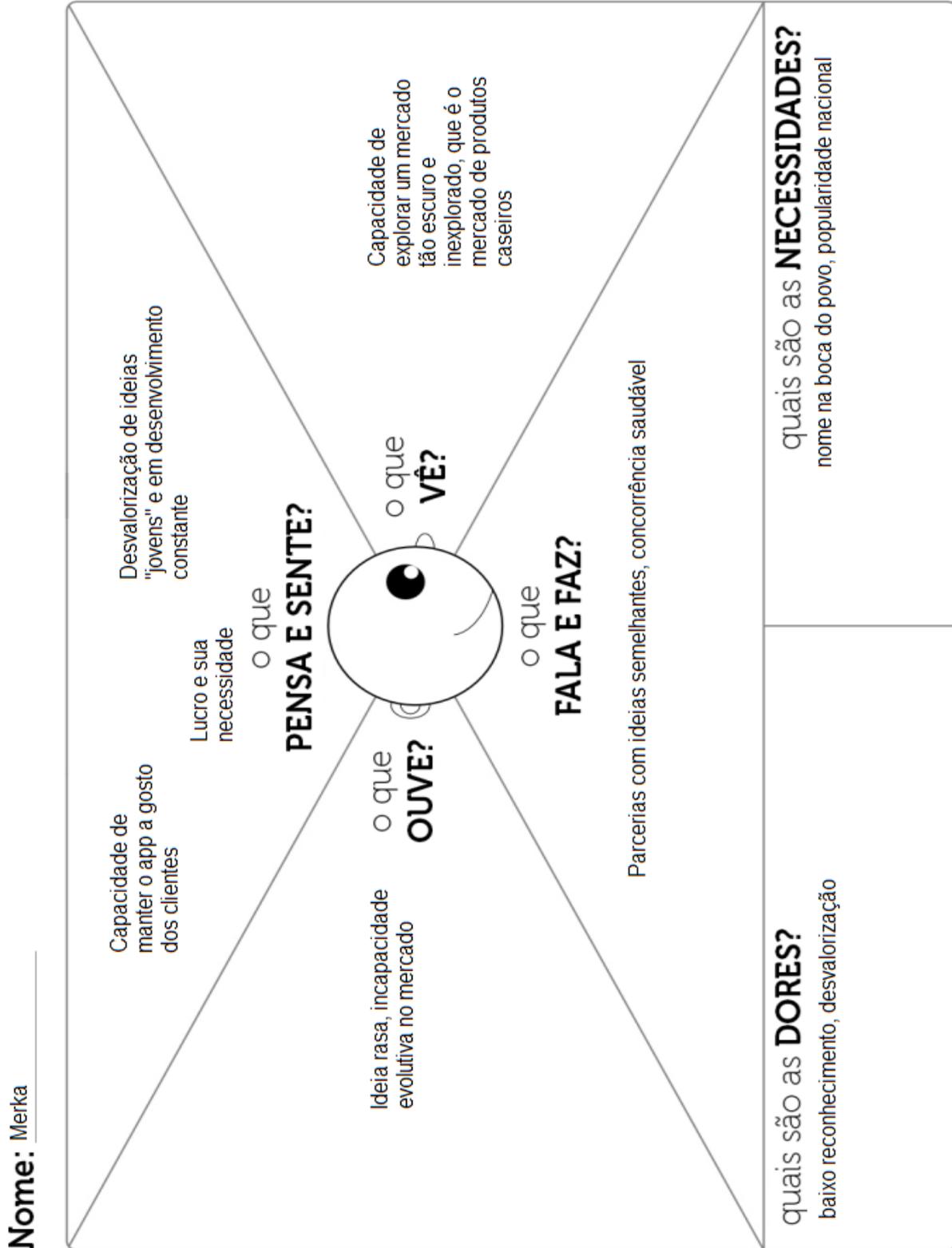


Figura 6: Mapa de empatias

CANVAS

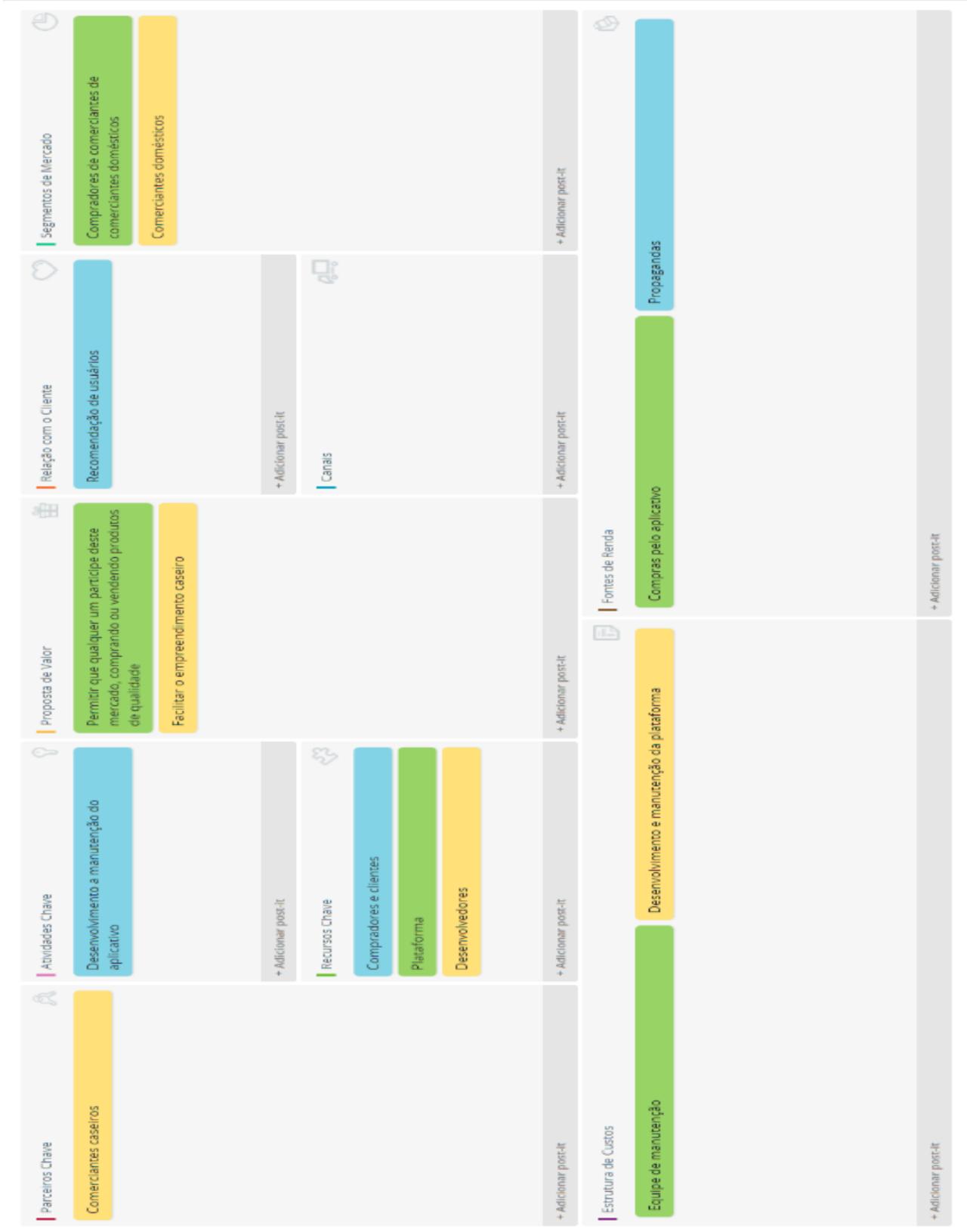


Figura 7: Canvas

CRONOGRAMA

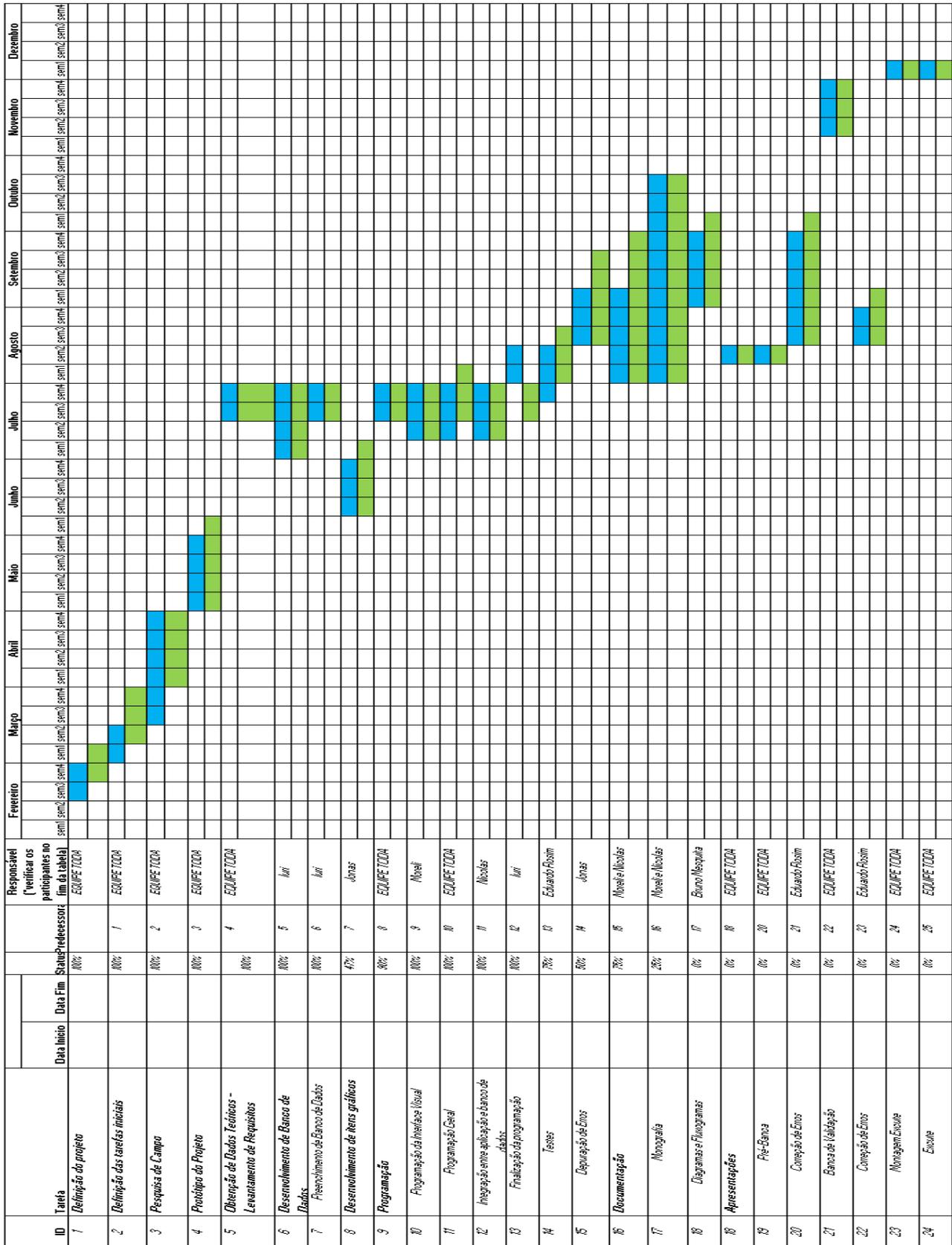


Figura 8: Cronograma

3.DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

QUADRO DE PARTICIPANTES

Participantes	Nome dos participantes	Nº Tarefa	Descrição da Tarefa
Gerente de Projetos	Iuri Benatti Godinho	Passo 1	Definir o Roteiro de Entrevista Fazer o levantamento de requisitos Listar as entidades candidatas a integrante do modelo. Levantamento de requisitos funcionais
Analista de Sistemas, Avaliador de Qualidade, Gerente de Projetos	Bruno Mesquita Lucio, Eduardo Rosim Queiroz Caravello, Iuri Benatti Godinho	Passo 2	Analisar e selecionar as entidades que realmente fazem parte do modelo, excluindo as demais. Normalizar
Analista de Sistemas, Avaliador de Qualidade, Gerente de Projetos	Bruno Mesquita Lucio, Eduardo Rosim Queiroz Caravello, Iuri Benatti Godinho	Passo 3	Analisar os relacionamentos entre as entidades.
Gerente de Projetos	Iuri Benatti Godinho	Passo 4	Definir as cardinalidades.

Gerente de Projetos	Iuri Benatti Godinho	Passo 5	Definir as restrições de integridade dos relacionamentos.
Analista de Sistemas, Avaliador de Qualidade	Bruno Mesquita Lucio, Eduardo Rosim Queiroz Caravello	Passo 6	Definir os atributos das entidades e relacionamentos com campos e as chaves primária e estrangeira.
Analista de Sistemas, Avaliador de Qualidade	Bruno Mesquita Lucio, Eduardo Rosim Queiroz Caravello	Passo 7	Elaborar o diagrama de entidade e relacionamento.
Gerente de Projetos	Iuri Benatti Godinho	Passo 8	Construir o Dicionário de Dados
Analista de Sistemas e Avaliador de Qualidade	Bruno Mesquita Lucio, Eduardo Rosim Queiroz Caravello	Passo 9	Descrever o cenário do Sistema da Merka usando o Caso de Uso em UML
Analista de Sistemas	Bruno Mesquita Lucio, Eduardo Rosim Queiroz Caravello	Passo 10	Construir o Diagrama de Caso de Uso em UML para o sistema do Merka (de acordo com o descrito na Regra de Negócios e na Modelagem DER)

Figura 9: Quadro de participantes

MODELAGEM DO BANCO DE DADOS

Entidade produtos	Entidade usuário	Entidade Loja
E-mail	Login	Avaliação
Preço	Senha	Descrição
Nome	E-mail	Nome
	Flag	Cep
	Nome	E-mail
		Bairro
		Rua
		Número
		Complemento
		Número de contato

Figura 10: Modelagem Conceitual – Quadro com as entidades relacionadas

NORMALIZAÇÃO

Produtos – é uma entidade que representa os itens que entrarão no aplicativo para serem comercializados. Possui atributos como nome, preço e quantidade.

Usuário – entidade que representa as pessoas que utilizarão o aplicativo tanto para compra quanto para venda de produtos, fazendo assim a rotação do aplicativo. Algumas de seus atributos são: nome, idade, cep, endereço e login.

Loja – entidade que será utilizada para a exposição de produtos na qual os usuários queiram vender, dando assim maior visibilidade para o comerciante. Possui atributos como: nome, bairro, descrição, e-mail e avaliação.

RELACIONAMENTO ENTRE AS ENTIDADES

- A loja possui o produto;
- O produto é visualizado pelo usuário;
- O usuário cria uma loja;

Usuários informam os produtos que querem vender, e também procuram produtos que queiram comprar.

Lojas mostram os produtos que são integrados a sua estante virtual, para que possam se tornar visíveis para os usuários que procuram comprar por meio do aplicativo.

Produtos ficam à mostra em lojas para que possam ser comprados por usuários que buscam diferentes produtos.

CARDINALIDADE DOS RELACIONAMENTOS

Para os relacionamentos definidos, há as seguintes cardinalidades:

A loja possui o produto

Uma loja possui vários produtos e um produto pode ser possuído por uma loja. Logo, a cardinalidade desse relacionamento é N para 1.

O usuário visualiza a loja

Um usuário visualiza várias lojas e uma loja pode ser visualizada por vários usuários. Logo, a cardinalidade desse relacionamento é N para N.

O usuário cria a loja

Um usuário cria no máximo uma loja e uma loja pode ser de apenas 1 usuário. Logo, a cardinalidade desse relacionamento é 1 para 1.

RESTRICÇÕES DE INTEGRIDADE DOS RELACIONAMENTOS

- **A loja possui o produto**

Uma loja possui no mínimo 0, pois o usuário pode não ter certo produto, e no máximo N produtos. Já um produto é possuído por no mínimo 1 e no máximo 1 loja. Logo, as restrições de integridade são: (0 N) e (1 1).

- **O usuário visualiza a loja**

Um usuário pode visualizar ao menos 0 (quando não há vendedores próximos a ele) e no máximo N lojas. Já uma loja pode ser vista por no mínimo 0 (quando não há compradores por perto) e no máximo N usuário. Logo, as restrições são: (0 N) e (0 N).

- **O usuário cria a loja;**

Um usuário pode criar no mínimo 0 (quando ele não opta por iniciar uma loja) e no máximo 1 loja. Uma loja pode conter no mínimo 1 e no máximo 1 usuário. Logo, as restrições de integridade são (0 N) e (1,1).

ATRIBUTOS, ENTIDADES, RELACIONAMENTOS, CHAVES PRIMÁRIAS E ESTRANGEIRAS

Produto (E-Mail, Nome, Preço): a chave estrangeira está representada pelo atributo e-mail, pois cada produto possui uma loja relacionada.

Loja (Avaliação, Descrição, Nome, CEP, Bairro, Rua, Número, Complemento, Número de Contato, E-mail): tem o atributo E-Mail como chave estrangeira, pois cada loja está relacionada a 1 usuário.

Usuário (Login, Senha, E-mail, Flag): o atributo E-Mail é chave primária, pois identifica o usuário.

DIAGRAMA MER DER

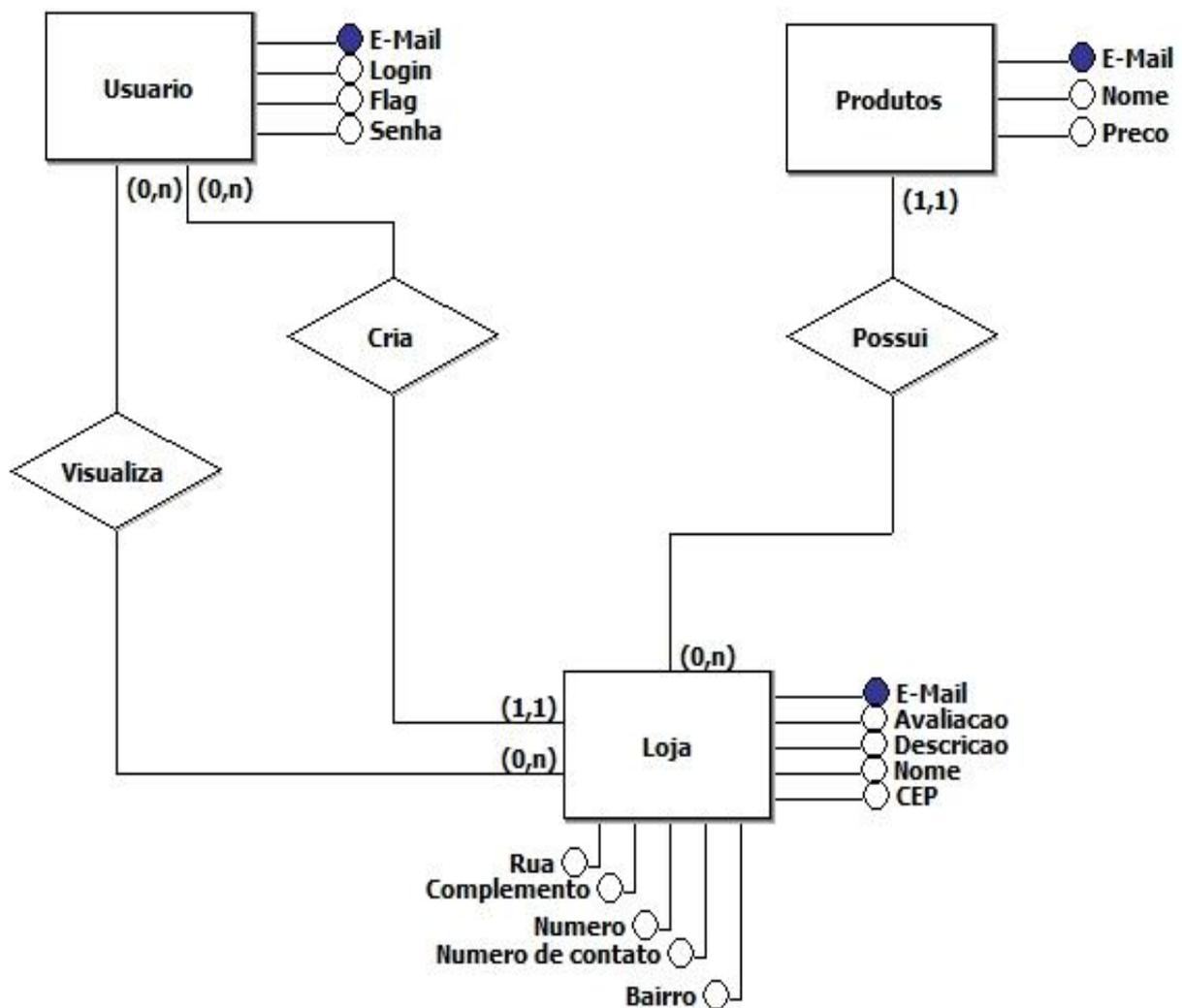


Figura 11: Modelagem Conceitual - Modelagem Mer-Der

DICIONÁRIO DE DADOS

Entidade Usuário				
Atributo	Classe	Dominio	Tamanho	Descrição
#E-Mail	Determinante	String	255	Chave primaria
Login	Simples	String	255	
Senha	Simples	String	255	
Flag	Simples	String	255	

Entidade Produtos				
Atributo	Classe	Dominio	Tamanho	Descrição
#E-Mail	Determinante	String	255	Chave Estrangeira
Nome	Simples	String	255	
Preco	Simples	Double	255	

Entidade Loja				
Atributo	Classe	Dominio	Tamanho	Descrição
#E-Mail	Determinante	Integer	255	Chave Estrangeira
Avaliação	Simples	String	255	
Descrição	Simples	String	255	
Nome	Simples	String	255	
CEP	Simples	String	255	
Bairro	Simples	String	255	
Rua	Simples	String	255	
Número	Simples	String	255	
Complemento	Simples	String	255	
Numero de contato	Simples	String	255	

Figura 12: Dicionário de Dados

CENÁRIO CASO DE USO EM UML

Nome do Cenário: Vender produtos

Atores: usuário, usuário loja, sistema

Pré-condição: loja criada com produtos disponíveis

- Escolher um produto
- Verificar seu preço
- Realizar a compra
- Concluir a entrega do produto

Pós condição: atualizar o estoque da loja; adicionar ou remover produtos do estoque

ATORES DO CASO DE USO EM UML

Usuário: este tem como papel realizar a escolha do produto, verificar seu preço e por fim compra-lo.

Usuário loja: ator responsável por fornecer produtos em sua loja, fornecer os dados da loja para o sistema e manter tais dados atualizados, estipular um prazo para que o usuário busque o produto ou solicite sua entrega e também tem como função manter o estoque de sua loja atualizado para que os usuários visualizem melhor os produtos disponíveis.

Sistema: representa um banco de dados responsável por guardar preços de produtos e os dados das lojas criadas atualizados, além também de guardar informações sobre o estoque das lojas.

CASOS DE USO EM UML

Criar uma loja: este caso de uso principal tem como objetivo iniciar as vendas do usuário loja.

Adicionar produtos à loja: este caso de uso dá início a possibilidade de maior visibilidade no mercado para o usuário loja.

Procurar e escolher produtos: este caso de uso principal do usuário tem como objetivo ajudar o usuário a escolher produtos de qualidade do seu interesse, ligando ele assim com o usuário loja que disponibilizou tal produto.

Comprar produtos: este caso de uso principal do usuário tem como objetivo notificar o usuário loja do interesse de certo usuário em algum produto de sua loja.

Fornecer produto: este caso de uso secundário do usuário loja tem como objetivo fazer a conexão de ambos usuários para que a venda possa ser realizada e a entrega do produto seja garantida.

Manter estoque atualizado: o usuário loja precisa manter o estoque de sua loja atualizado, para que os usuários saibam se os produtos anunciados estão ou não disponíveis para compra.

Manter dados atualizados: tem como objetivo principal facilitar o contato entre usuário e usuário loja para que a comunicação seja a mais rápida e efetiva possível.

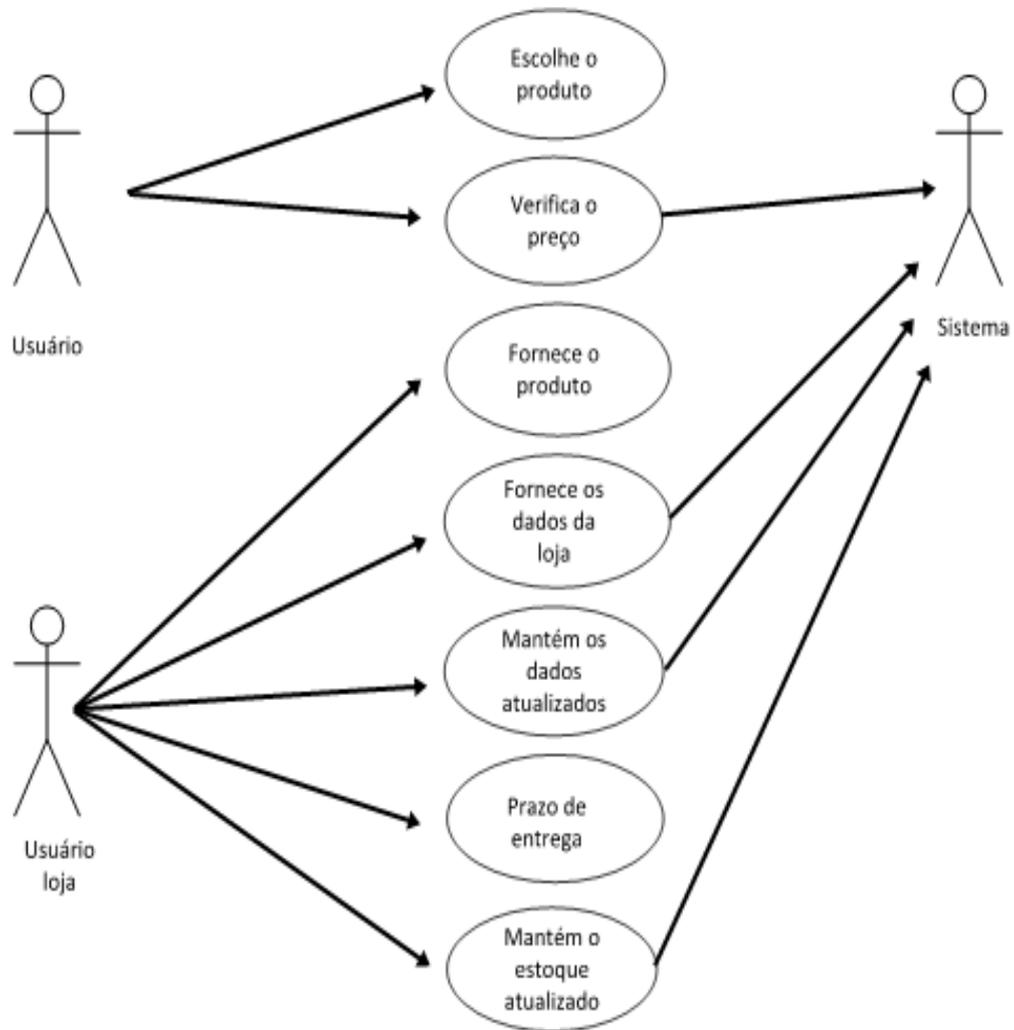
DIAGRAMA DE CASO DE USO EM UML**Figura 13: Diagrama de Caso de Uso em UML**

DIAGRAMA DE EVENTOS DO CASO DE USO EM UML

Nome do caso de uso	Compra o produto
Caso de uso geral	Sistema do Merka
Ator principal	Usuário
Atores Secundários	Usuário loja, sistema
Resumo	Este caso de uso representa o funcionamento do uso do aplicativo Merka
Pré-condições	Haver lojas criadas na região e produtos disponíveis na loja
Pós-condições	Manter o estoque de produtos atualizado
Ações do ator	Ações do sistema
1- Se cadastra no aplicativo, cria uma loja e disponibiliza produtos	
3- Procura e seleciona produtos do seu interesse	2- Mantem os preços e as quantidade dos produtos atualizados
5- Realiza o pagamento e busca ou solicita a entrega do produto	4- Contata o usuário loja do interesse em seu produto
	6- Atualiza o estoque da loja
Restrições \ Validações	Devem haver lojas e produtos nas respectivas lojas disponíveis

Figura 14: Diagrama de eventos do caso de uso em UML

APLICATIVO



Figura 15: Logo

EM UMA CASA PERTO DE VOCÊ

Figura 16: Slogan



Figura 17: Ícone do Aplicativo

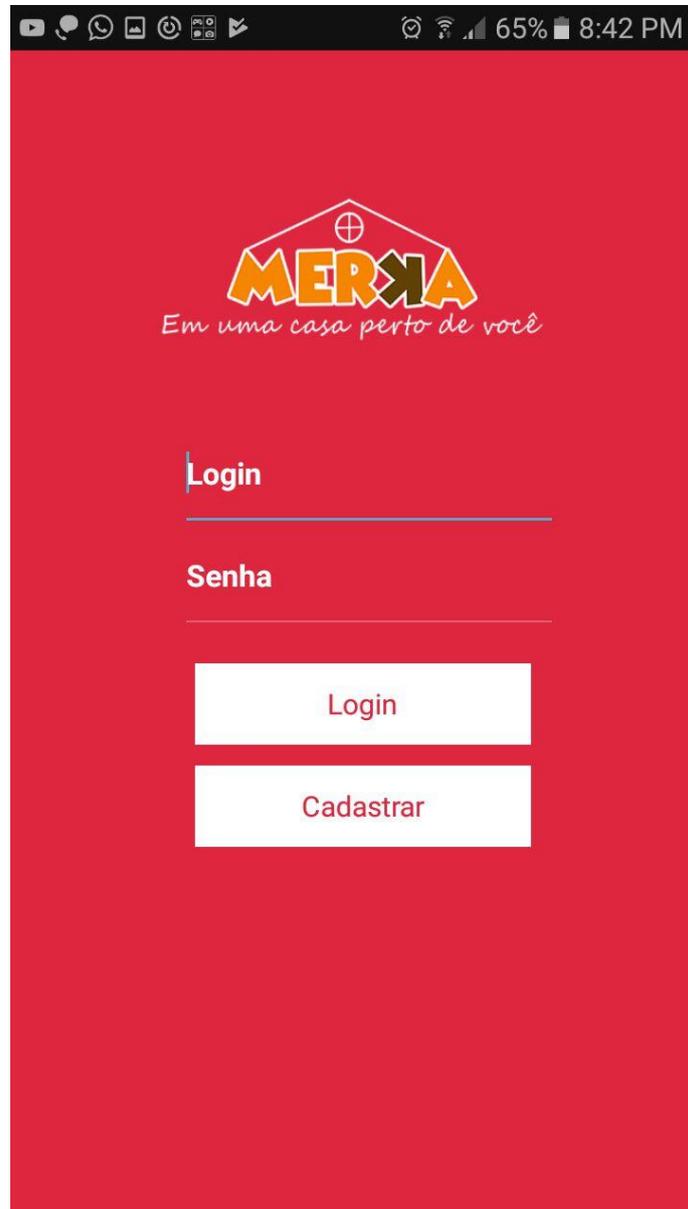
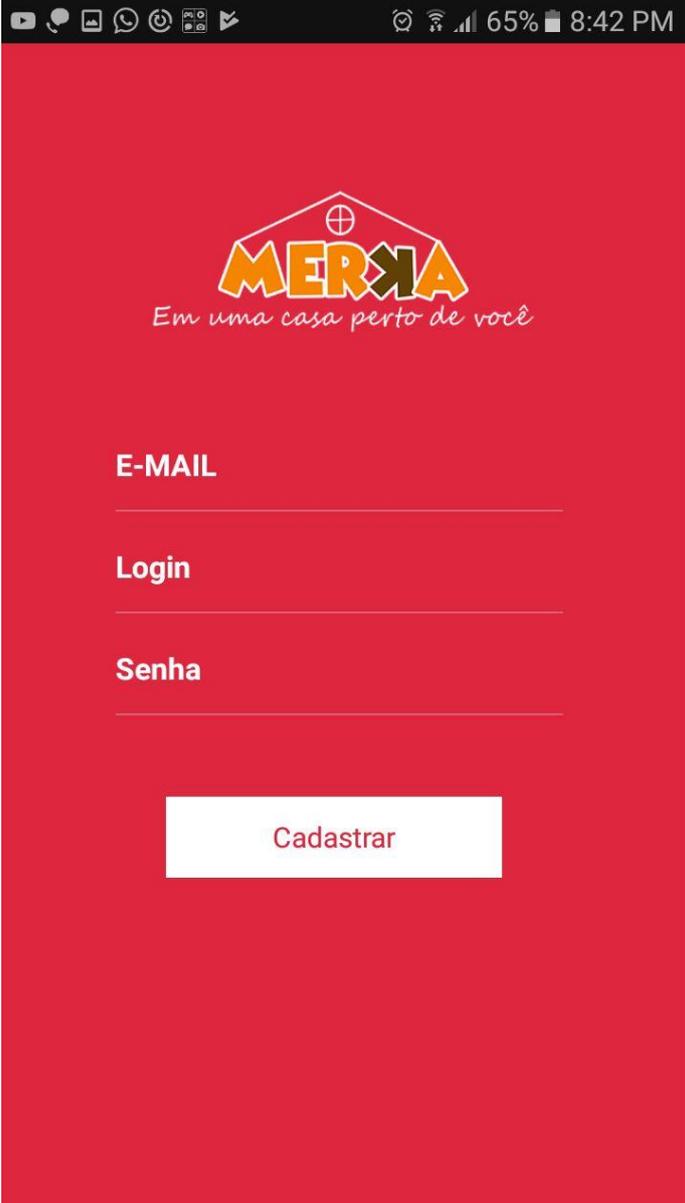


Figura 18: Tela principal



8:42 PM 65%

MERIA
Em uma casa perto de você

E-MAIL

Login

Senha

Cadastrar

Figura 19: Tela de Cadastro



MERKA
Em uma casa perto de você

Digite seu CEP

00000000

BUSCAR

MINHA VENDA!

Figura 20: Tela de Busca/Acesso da Loja do Usuário



Figura 21: Lista de Lojas na Área Pesquisada



Figura 22: Tela de Informações sobre a Loja

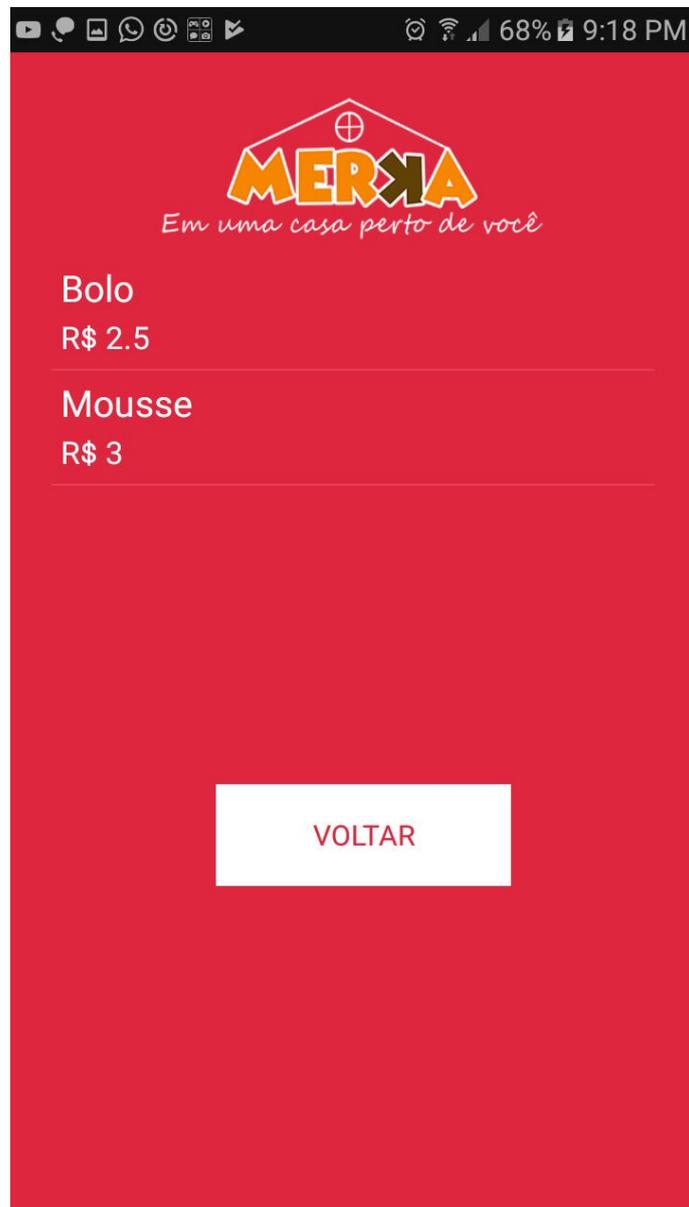


Figura 23: Tela de Produtos da Loja

Nome **NOME DA LOJA***

Endereço **CEP***

BAIRRO* **RUA***

NÚMERO* **COMPLEMENTO**

Contato **NUMERO DE CONTATO***

VOLTAR **MERKA!**

* Campos

Figura 24: Tela de Cadastro da Loja



Figura 25: Tela de Customização da Loja



Figura 26: Tela para a Adição de Produtos

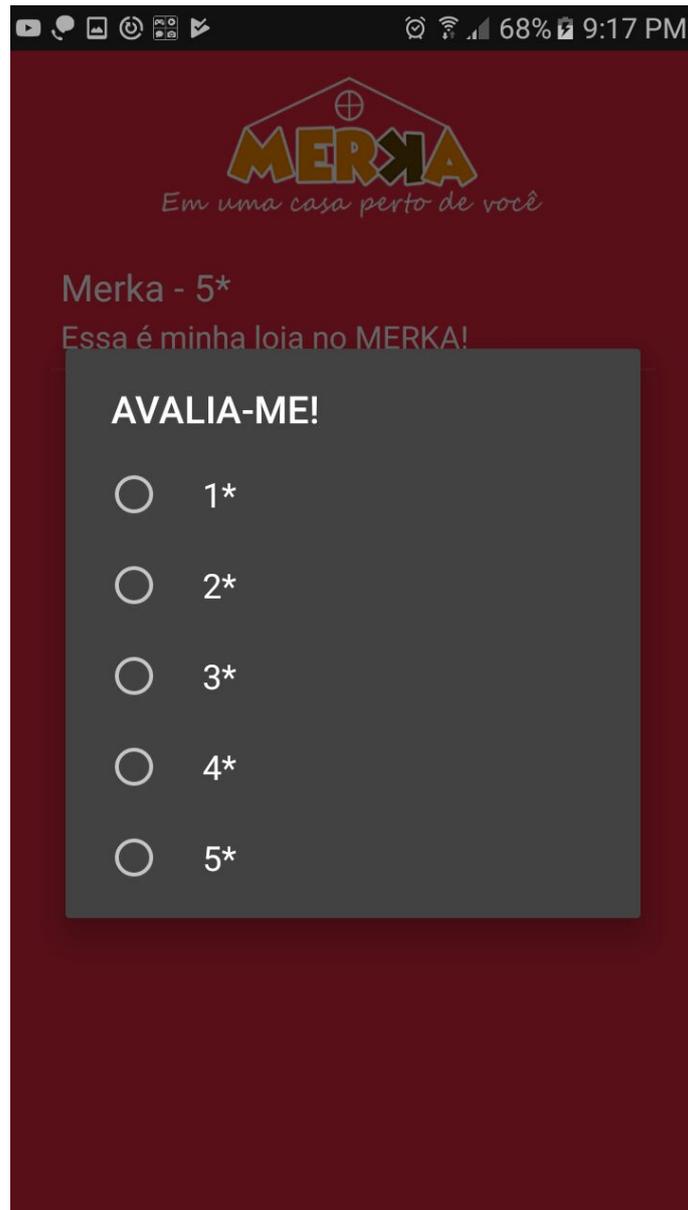


Figura 27: Tela de Avaliação da Loja

FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS

Merka está em sua versão Pré Beta. É um aplicativo mobile para catalogar vendedores caseiros. Desenvolvido através do Basic 4Android, com a linguagem Visual Basic, utiliza o SQLite para armazenar dados. Uma característica de destaque do Merka é possibilitar que qualquer usuário possa criar uma “loja”, onde é exibido seus produtos a todos os que estiverem por perto. Os vendedores são avaliados pela qualidade de seu produto.

Para mais informações acesse:

<https://www.basic4brasil.com.br/>

<https://docs.microsoft.com/pt-br/dotnet/visual-basic>

<https://www.sqlite.org>



Figura 28: Basic 4 Android

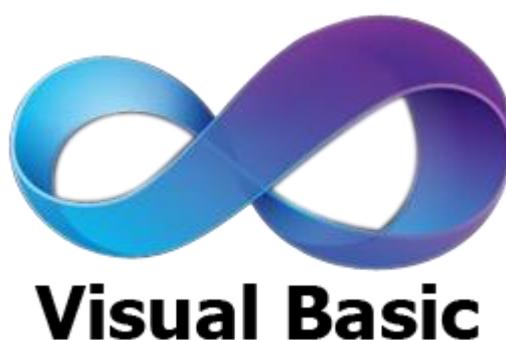


Figura 29: Visual Basic



Figura 30: SQLite

ÁRVORE DE NAVEGAÇÃO

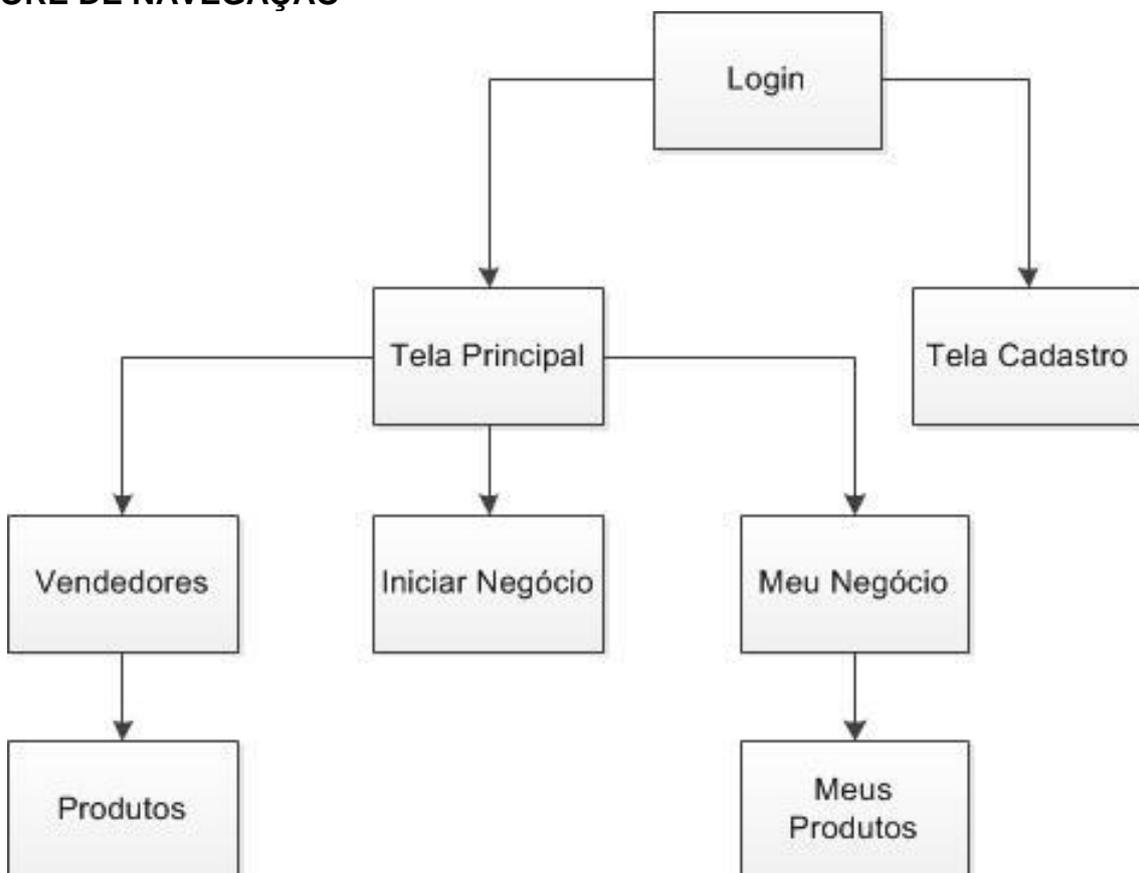


Figura 31: Árvore de Navegação

4.RESULTADOS OBTIDOS

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Pretendemos utilizar as informações ao nosso favor, adequando nossos serviços de acordo com o que os clientes desejam obter de um aplicativo como o nosso. Temos como objetivo entregar ao cliente um aplicativo de fácil uso, simples e rápido. Os resultados anteriores foram inferiores com os conseguidos recentemente devido a adequações feitas, tanto no valor que o aplicativo traria ao usuário quanto na utilidade do produto.

O problema estudado inicialmente continua tendo como foco o vendedor caseiro, ou seja, aquele que busca, por meio de vendas informais, completar sua renda e de sua família. Como próximo passo temos como objetivo levar o protótipo aos possíveis usuários e coletar informações sobre o que acharam da funcionalidade e usabilidade do aplicativo e em cima disso aplicar melhoras para maior satisfação do cliente.

Qual seu alcance de entrega?

6 respostas

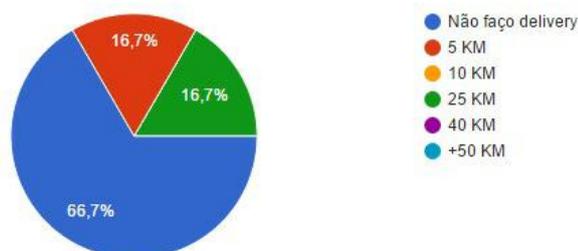


Figura 32: Alcance de Entrega

De acordo com os dados estabelecidos por esta parte da pesquisa, 66,7% dos usuários não fazem delivery por motivos diversos, não especificados no resultado acima, enquanto 16,7% possuem um alcance de 5 km e 16,7% um alcance de 25 km.

Você acha que este aplicativo poderia aumentar suas vendas?

6 respostas

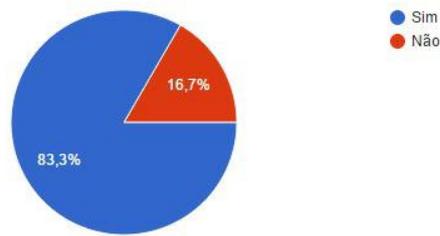


Figura 33: Aumento de Vendas Ocasionado pelo App

De acordo com os dados estabelecidos pela parte da pesquisa acima, 83,3% dos usuários que possuem um empreendimento acreditam que o Merka aumentaria suas vendas, enquanto 16,7% acreditam que o Merka não os ajudaria.

Qual sua média de clientes atendidos por mês?

6 respostas

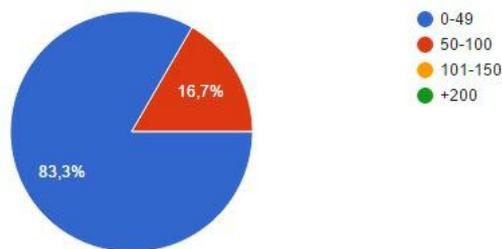


Figura 34: Atendimento de Clientes

De acordo com o gráfico, uma média de 83,3% dos vendedores atende 50 clientes aproximadamente por mês, enquanto 16,7 atendem de 50 a 100.

Gostaria que seu serviço fosse mais divulgado?

6 respostas

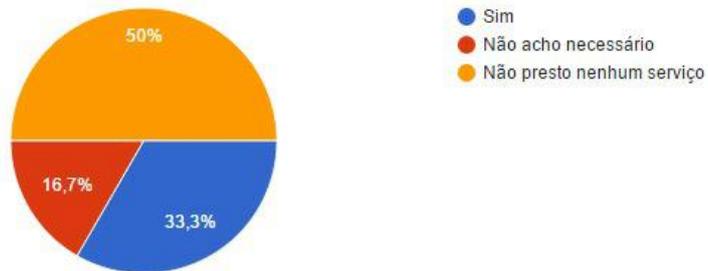


Figura 35: Divulgação de Serviços

Resultados mostram que 50% dos vendedores não prestam serviço algum; enquanto 33,3% acham necessário, 16,7% dispensariam.

Você usaria este aplicativo?

6 respostas

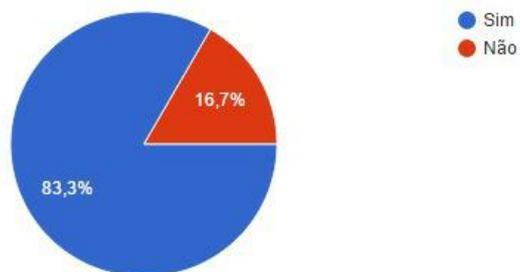


Figura 36: Média de Uso do App

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise de como funciona o mercado caseiro e suas limitações e os resultados buscam aumentar a divulgação e a renda de tais comerciantes. Além disso, também permitiu uma pesquisa de campo para obter dados mais consistentes sobre as dificuldades desse processo e também obter o nível de aceitação do projeto.

Hoje o Merka, tem um aplicativo que consegue facilitar de forma precisa o microempreendedor através de um sistema de divulgação por região de cada vendedor e também um sistema de avaliação de qualidade para dar uma melhor noção e segurança para o consumidor das lojas do Merka.

Usamos para pesquisa de campos o Google Docs, onde obtivemos que 83,3% das pessoas usariam o aplicativo e 17,7% não, o mesmo número de pessoas (83,3%) acreditam que o aplicativo aumentaria as vendas. A grande maioria das pessoas não iriam procurar produtos caseiros a mais de 10 km de distância de suas casas.

Em relação a trabalhos futuros esse projeto fornece algumas opções no que diz respeito a continuidade do desenvolvimento do Merka.

Algumas das futuras implantações são: Transações diretas no aplicativo para facilitar a vida do cliente, um chat entre vendedor e cliente para que assim haja uma maior interação vendedor e cliente, banco de dados online para aumento da segurança do projeto e por último um sistema de localização por GPS para agilizar o processo de pesquisa do cliente. Nesse contexto, a utilização do Merka permite aos microempreendedores caseiros anunciar seu trabalho de forma mais rápida e eficiente. Além disso, diminui a dificuldade dos consumidores de acharem produtos. Motivando as duas partes envolvidas nesse processo.

REFERÊNCIAS

HARVEY, D; PAUL, D; KATE, S. C#-Como Programar(Deitel). 1. ed. Nova Jersey: Pearson Education, 2002.

RICARDO, Q. Android. Desenvolvimento de Aplicações com Android Studio. Lisboa:FCA, Editora de Informática, Lda, 2016.

ANDREW, F; CONRAD, C. Adobe Photoshop CC. Guia de Treinamento Oficial - Série Classroom in a Book. São Paulo: Bookman, 2015.

WILLIAM, P. A. Construindo uma Aplicação Web Completa com PHP e MySQL. São Paulo: Novatec, 2017.

Disponível em <www.androidpro.com.br/conceitos-basicos/amp/#ampshare>. Acesso em 26 de maio de 2017.

Disponível em <<http://www.androidpro.com.br/conceitos-basicos/>>. Acesso em 26 de maio de 2017.

Disponível em <<http://www.br-ie.org/pub/index.php/wcbie/article/view/2725>>. Acesso em 26 de maio de 2017.

Disponível em <[https://www.vivaolinux.com.br/artigo/Gerenciando-banco-de-dados-com-MySQL-\(Parte-1\)](https://www.vivaolinux.com.br/artigo/Gerenciando-banco-de-dados-com-MySQL-(Parte-1))>. Acesso em 26 de maio de 2017.

APÊNDICES

APÊNDICE A – FOTOS DA PESQUISA DE CAMPO



Figura 37: Fotos da pesquisa de campo



Figura 38: Fotos da pesquisa de campos



Figura 39: Fotos da pesquisa de campos

APÊNDICE B – FORMULÁRIO UTILIZADO PARA PESQUISA DE CAMPO

Pesquisa Merka

Aplicativo de fins comerciais domésticos.

*Obrigatório

O que você acha de um aplicativo para divulgação, venda e compra de produtos feitos em casa? *

Sua resposta

Você usaria este aplicativo? *

- Sim
- Não

Gostaria que seu serviço fosse mais divulgado? *

- Sim
- Não acho necessário
- Não presto nenhum serviço

Figura 40: Formulário de pesquisa de campo

Qual sua média de clientes atendidos por mês?

- 0-49
- 50-100
- 101-150
- +200

Você acha que este aplicativo poderia aumentar suas vendas? *

- Sim
- Não

Qual seu alcance de entrega?

- Não faço delivery
- 5 KM
- 10 KM
- 25 KM
- 40 KM
- +50 KM

Qual distância você percorreria para realizar uma compra?

- 5 KM
- 10 KM
- 25 KM
- 40 KM
- +50 KM

Figura 41: Formulário de pesquisa de campo