

## **Self market: aplicativo direcionado ao consumidor**

### **Self market: consumer-oriented application**

DOI:10.34117/bjdv7n3-603

Recebimento dos originais: 08/02/2021

Aceitação para publicação: 23/03/2021

#### **Reane Franco Goulart**

Instituto Federal do Triângulo Mineiro (IFTM) – Campus Ituiutaba  
Rua Belarmino Vilela Junqueira s.nº, Bairro Novo Tempo 2, CEP:38.305-200. Ituiutaba –  
MG – Brazil  
reane@iftm.edu.br

#### **Bruno Queiroz Santos**

Instituto Federal do Triângulo Mineiro (IFTM) – Campus Ituiutaba  
Rua Belarmino Vilela Junqueira s.nº, Bairro Novo Tempo 2, CEP:38.305-200. Ituiutaba –  
MG – Brazil  
brun\_o13@hotmail.com

#### **Giovanna Franco Gouveia**

Instituto Federal do Triângulo Mineiro (IFTM) – Campus Ituiutaba  
Rua Belarmino Vilela Junqueira s.nº, Bairro Novo Tempo 2, CEP:38.305-200. Ituiutaba –  
MG – Brazil  
giogouveia13@gmail.com

#### **Guilherme Gomides Mamedio**

Instituto Federal do Triângulo Mineiro (IFTM) – Campus Ituiutaba  
Rua Belarmino Vilela Junqueira s.nº, Bairro Novo Tempo 2, CEP:38.305-200. Ituiutaba –  
MG – Brazil  
mamediojulherme@gmail.com

#### **Wanessa Cristina Parreira Ribeiro**

Instituto Federal do Triângulo Mineiro (IFTM) – Campus Ituiutaba  
Rua Belarmino Vilela Junqueira s.nº, Bairro Novo Tempo 2, CEP:38.305-200. Ituiutaba –  
MG – Brazil  
wanessacpr@gmail.com

#### **Leonardo Vilarinho Correia de Souza**

Instituto Federal do Triângulo Mineiro (IFTM) – Campus Ituiutaba  
Rua Belarmino Vilela Junqueira s.nº, Bairro Novo Tempo 2, CEP:38.305-200. Ituiutaba –  
MG – Brazil  
leonardo-i@outlook.com

#### **Ícaro Manoel Quelis Alves**

Instituto Federal do Triângulo Mineiro (IFTM) – Campus Ituiutaba  
Rua Belarmino Vilela Junqueira s.nº, Bairro Novo Tempo 2, CEP:38.305-200. Ituiutaba –  
MG – Brazil  
icaro@iftm.edu.br

## RESUMO

Este artigo é sobre um sistema online, o mesmo remete a ideia de comercializar produtos pelo próprio celular, computador ou tablet. No geral, existem dois pontos de vista de utilizadores, os supermercados varejistas, que cadastram seu estoque, exibem seus anúncios e ganham visibilidade, e os clientes, que pesquisam melhores preços (gerando economia) e compram ou não pela aplicação, permitindo o uso da tecnologia para agilizar o método trivial que existe atualmente.

**Palavras-chave:** self-market, aplicativo para supermercado, atendimento prático.

## ABSTRACT

This Article is about an online system. That you can buy or sell products through cell phone, computer and tablets. However, two kinds users are shown on App, the Merchants that register your stock, show your advertisements and get popular among the users. In addition, there are the clients that search the best prices and they can buy or not buy for App. This technology let the people more comfortable and nimble to do the shopping.

**Keywords:** self-market, supermarket application, practical assistance.

## 1 INTRODUÇÃO

No dia a dia as pessoas passam por problemas diários de locomoção e falta de tempo, seja ficar preso no trânsito, ônibus atrasar, não ter veículo próprio, ter uma “vida corrida” ou até morar em lugares distantes. Nesses casos, tarefas simples e essenciais se tornam complicadas. O aplicativo visa facilitar a vida dessas pessoas em torno do problema citado. Dando-lhes, a opção de efetuar suas compras primordiais de qualquer lugar, melhor aproveitamento do tempo, economia do dinheiro ao pesquisar preços e conforto na realização dessa tarefa.

O sistema foi titulado com o nome de “*Self Market*”, realiza uma ligação intermediária entre clientes e varejistas, diminuindo a necessidade do comparecimento até a loja física. O aplicativo é dividido em dois ambientes, o do consumidor, onde ele visualiza produtos, busca melhor preço e efetua ou não sua compra, e da loja física, onde a empresa registra seu estoque para que seus clientes possam comprá-los, anunciam seus produtos e recolhem *feedback* dos clientes. Uma das funções do *Self Market* é que ele estabelece uma relação de muitos para um. Ou seja, um cliente através do aplicativo pode realizar compras em vários supermercados.

Em geral, o aplicativo transforma o ato de pesquisar preços e comprar onde é mais barato em um processo virtual. Visando assim mais uma opção para o consumidor, a opção de ter seus produtos essenciais a caminho de sua casa sem ter o trabalho de ir até o local de venda, escolher todos os produtos e enfrentar filas na hora de pagar. Mais um diferencial é poder concluir a compra em supermercados distintos. Embora o pagamento do frete seja

de total responsabilidade do consumidor, provavelmente tendo um frete diferente para cada supermercado de onde remete o produto.

## 2 OBJETIVO DA PROPOSTA

A proposta inicial do site e do aplicativo é revolucionar ou mesmo dar uma opção para àqueles que veem o processo de fazer uma compra em um supermercado como uma tarefa difícil, como idosos e deficientes físicos, tornando o processo mais ágil e tirando o desconforto e às vezes desafio de ir até a loja física.

Para atingir o objetivo, o sistema conta com uma interface simples, interativa e intuitiva para que todos possam aprender a usar o mesmo. Visando a facilidade e produtividade, terá algumas áreas do interesse comum, tais como: seus produtos favoritos, produtos mais comprados, produtos mais pesquisados, entre outras.

## 3 PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO

Para iniciar a construção do sistema foi estruturada uma série de requisitos que o mesmo deveria cumprir, tendo o planejamento feito via diagramas e descrições. O desenvolvimento foi focado em ter um código dinâmico, simples, onde possibilita ter a opção de ampliar e corrigir problemas sem grandes custos.

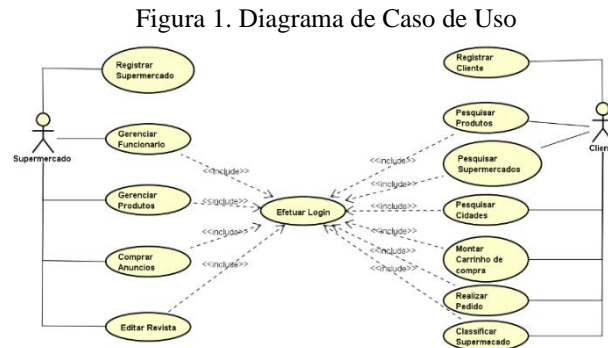
### 3.1 PLANEJAMENTO

Nessa etapa, foram feitos diagramas na ferramenta gratuita *Astah Community* (Astah, 2006), para exemplificar o sistema transformando-se em algo mais organizado e agilizando o trabalho dos desenvolvedores, além disso, foram criados documentos de descrição para cada etapa do desenvolvimento.

A seguir é apresentado o diagrama de caso de uso, que tem o objetivo de demonstrar situações, os tipos de atores que o sistema deve ter, e as ações que cada um pode executar dentro do ambiente do sistema. A figura 1 mostra o diagrama de caso de uso, onde os atores supermercado (usuário da empresa) e cliente poderão interagir com o sistema através das funções que podem desempenhar. Existem dois tipos de atores: direto e indireto, conforme a função que estiver realizando, a sua ação muda dentro do sistema. [Booch,2006]

As funções do sistema serão divididas entre os atores, ou seja, o funcionário do supermercado poderá atuar no sistema realizando as seguintes ações: registro do supermercado ou empresa, gerenciar funcionário, produtos, comprar anúncio e editar revista ou panfletos; enquanto que o cliente pode registrar o seu cadastro, pesquisar por

produtos, supermercados, cidades, montar carrinho de compras, realizar pedido e classificar supermercados. No diagrama de caso de uso é possível visualizar estas interações, veja a figura 1.



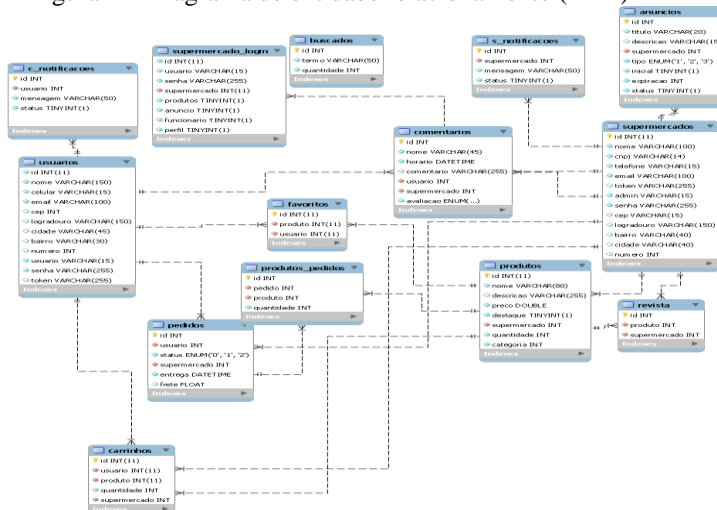
### 3.2 DESENVOLVIMENTO

A parte de desenvolvimento ao todo foi efetuada em três plataformas, o Intel XDK [IntelXDK], da *Intel Corporation*, lhe permite criar aplicativos híbridos (usando o mesmo código para diversas plataformas), o PHPStorm, da *JetBrains s.r.o*, um editor de texto avançado, focado no desenvolvimento Web, e o MySQL WorkBench, da *Oracle Corporation*, um modelador de banco de dados automatizado.

Foram usadas as seguintes linguagens e tecnologias: HTML5, CSS3, Twitter Bootstrap, JavaScript e JQuery, para o desenvolvimento das interfaces, e AJAX, PHP 5.5 e MySQL para controlar a aplicação no ambiente interno, onde todo o processamento e locomoção de dados é feito.

Para o armazenamento de dados com segurança foi usado o PDO (*PHP Data Objects*) (da linguagem PHP), que atualmente é a maneira mais segura e profissional de se conectar a um banco de dados e uma modelagem de dados totalmente em relacionada, assim, evitando manipulação indesejada de dados. Segue o diagrama de entidade e relacionamento, onde pode ser visto todos os dados gravados pela aplicação e a relação entre si, vejam a figura 2.

Figura 2 – Diagrama de entidade relacionamento (DER)



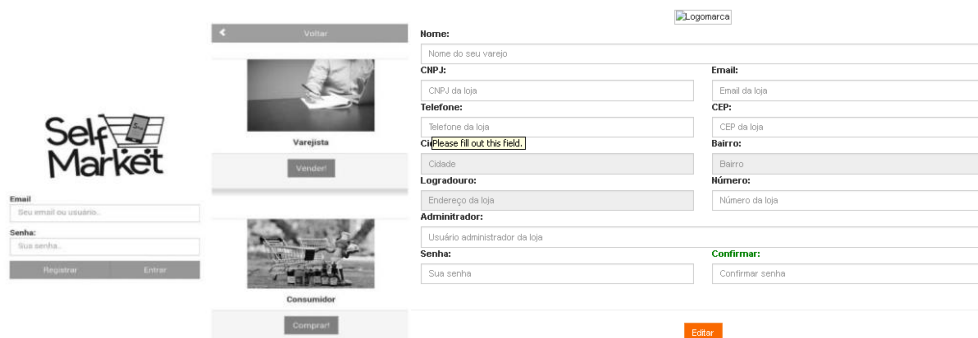
#### 4 ANÁLISE DO APLICATIVO

O aplicativo atenderá inicialmente as necessidades de uma cidade do interior e estendendo a uma cidade maior. Como foi citado é um sistema para atender muitos, ou seja, um cliente pode ter acesso a muitos supermercados através de um único aplicativo.

Normalmente os aplicativos que existem são para atender apenas a uma empresa, por exemplo o Walmart, Extra, Carrefour possuem o próprio aplicativo para exibir apenas seus produtos. O “Self Market” tem a finalidade de atender a várias redes de logísticas deste ramo para facilitar ao cliente (usuário final). Dessa forma o cliente pode pesquisa o produto e o aplicativo mostrará em qual supermercado tem o produto e seu preço.

A figura 3 mostra algumas telas do sistema desenvolvido, estas podem ser visualizadas por website, celular e tablet.

Figura 3 – Interface do Self Market



#### 5 CONCLUSÃO

Uma nova alternativa para que supermercados expandam sua área de marketing, oferecendo uma plataforma inédita, online, onde encontra-se grande suporte para

publicação de seus produtos e anúncios, no mesmo momento atingindo clientes em grande massa que buscam facilidades no processo de compra de produtos triviais, como alimentos. Sendo possível ser aplicado em diversas áreas, o *Self Market* tende a ter um grande público que busca agilidade no seu cotidiano.

## REFERÊNCIAS

Booch, G.; Rumbaugh, J., James I. (2006) UML Guia do Usuário. Editora Campus.  
Community, A. “Astah Community” (2015). Disponível em:  
<http://astah.net/download#community>. Acessado em 29/9/2015.

Intel XDK. “Intel Developer Zone”. Disponível em: <https://software.intel.com/pt-br/intel-xdk>. Acessado em 26/02/2016.

MySQL. Disponível em: <http://www.mysql.com/>. Acessado em 27/02/2016.

Silberschatz, A.; Korth, H. F.; Sudarshan, S. (2012) “Sistema de Banco de Dados” 6ªed.  
tradução Daniel Vieira - Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.