

**COMPRAS COLETIVAS:
DESENVOLVIMENTO DE UMA SOLUÇÃO WEB EM SUPERMERCADOS ATACADISTAS**

*COLLECTIVE SHOPPING:
DEVELOPMENT OF A WEB SOLUTION IN WHOLESALE SUPERMARKETS*

*COMPRAS EN GRUPO:
DESARROLLO DE UNA SOLUCIÓN WEB EN SUPERMERCADOS MAYORISTAS*

*Alex Afonso M. P. de Oliveira(alex_af020@outlook.com)
Geovani Ferraz Pereira (geovaniferraz1@gmail.com)
João Gabriel M. Alves (gabriel.kyar3@gmail.com)
Joyce Kamilla C. Pereira (joycekamilla5@gmail.com)
Maryana Souza de Oliveira (oliveiramaryana65@gmail.com)*

Faculdade de Tecnologia de Guaratinguetá

Resumo

Este documento apresenta o projeto do *website* DiDi, solução proposta a partir do problema da economia do Brasil, em que o poder de compra da população é cada vez menor, aumentando assim, os índices de fome. A solução se trata de um *e-commerce* que faz o intermédio entre supermercados atacadistas e “atacarejos” com o consumidor final, fazendo com que a população ao comprar em grupos alcancem preços menores em atacados e que estes supermercados atinjam suas metas e aumentem desta forma suas vendas.

Palavras-chave: Economizar , supermercado, atacado, site.

Abstract

This paper presents the project of the DiDi website, a solution proposed based on the problem of Brazil's economy, where the purchasing power of the population is decreasing, something that in turn increases the hunger rates. The solution is an *e-commerce* that makes the intermediation between supermarket wholesalers, wholesalers and the final consumer, making it possible for the population, when buying in groups, to reach lower prices in wholesalers and help supermarkets to reach their goals and thus increase their sales.

Keywords: Economy, Supermarket, Wholesale, Website.

Introdução

O presente documento expõe a alta dos preços de produtos de supermercado que agrava a situação de vulnerabilidade alimentar do país.

O objetivo deste é apresentar a solução *web* Didi, que ajuda a baratear o valor dos produtos garantindo mais acessibilidade aos produtos básicos à população.

A Didi é um site responsivo de compras coletivas *online* voltado para produtos de supermercados atacadistas e “atacarejos”. Este faz o intermédio entre o supermercado e os consumidores, garantido que o supermercado tenha uma alta demanda dos produtos para vender em preço de atacado e que os consumidores consigam comprar em quantidade menor mantendo o

preço baixo, desde que juntem a um grupo de consumidores interessados no mesmo produto dentro da solução e fechem a compra conforme estipulado pelo supermercado.

1 Exportação de produtos no Brasil

O Brasil sempre foi destaque em exportações devido à grande diversidade de recursos naturais existentes, desde minerais, petróleo e alimentos no geral, o clima predominantemente tropical e o solo enriquecido é fundamental para a qualidade da agricultura no país, tanto para o consumo interno, quanto externo. Além disso, os recursos minerais também são uma atividade em grande potencial, deixando o Brasil junto às grandes potências neste quesito.

As controvérsias surgem quando um país líder em diversos segmentos de importações, possui elevados números de pessoas em insegurança alimentar, sendo a política diretamente ligada a isso, devido às gestões do governo relacionadas aos direitos e bem estar da população. De acordo com Valery, 2021, 116,8 milhões de pessoas estão em insegurança alimentar no Brasil, 20% dessas pessoas não possuem alimentos suficientes e 9%, o que corresponde a 19,1 milhões, estão passando fome.

O Brasil é líder mundial em produção de café por mais de 100 (cem) anos consecutivos, o território brasileiro, principalmente em Minas Gerais (MG), São Paulo (SP) e Paraná (PR), possui cerca de 27.000 km² de plantações de café.

Em 2021 foram exportadas 40.327 milhões de sacas de 60kg, mesmo com uma safra de baixo ciclo, o terceiro maior volume exportado pelo país na história, conforme dito no site Canal Rural, 2022. Neste mesmo período, no comércio interno, o grão do café nas prateleiras dos mercados e supermercados brasileiros subiu em média 52%, e a alta segue constante no ano de 2022, com os maiores valores desde dezembro de 1999.

A carne bovina é outro alimento presente na refeição dos brasileiros, e também um produto de grande exportação do Brasil, em janeiro de 2022 registrou-se recordes de 159,1 mil toneladas, uma alta de 55,8% desde fevereiro de 2021, segundo a Secretaria de Comércio Exterior, 2022, e arrecadando cerca de US\$ 889,4 milhões, elevação de 91,9% em relação ao mesmo período de 2021.

Um estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário — IBPT aponta que nos últimos dois anos houve um aumento de 146,23% no preço da carne bovina, devido este aumento, houve a substituição por boa parte das pessoas, opções como frango, ovos e legumes estão mais acessíveis, porém eles também tiveram aumento.

Além do agronegócio e da pecuária, o Brasil também exporta grandes quantidades de óleos vegetais e minerais, em relação ao óleo de soja, janeiro de 2022 foram somados 170,3 mil toneladas de exportações, sendo apenas 8,5 mil no mesmo período do ano anterior, (este aumento foi devido à guerra entre Rússia e Ucrânia), a soja é o produto líder em exportações do Brasil, cresceu 260%

no primeiro bimestre de 2022, embarcando 9,7 milhões de toneladas. Porém, os preços do comércio interno do óleo de soja, assim como outros produtos, também subiram, o aumento do preço do óleo no mês de abril de 2022 foi de 11,47% em relação a março, mesmo o Brasil sendo o maior produtor mundial de soja, é o que diz no Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo 15 - IPCA-15, 2022.

O óleo mineral ocorreu o mesmo processo, houve muita demanda em exportações, ultrapassando 67.564.800 toneladas de petróleo em 2021, foi o terceiro produto mais exportado no Brasil, atrás somente da soja e minério de ferro, em consequência, os custos dos combustíveis para os brasileiros subiram consideravelmente, e logo no início de 2022 os preços da gasolina alavancaram, a Petrobras reajustou em 24,4% o litro, em alguns estados ultrapassou dos R\$ 8,00, e o valor médio nacional é de R\$ 7,26 o litro, dados de Nery, 2022.

Em decorrência de todas estas situações, o povo brasileiro está buscando alternativas para poder ter alimentação básica e transporte, mesmo com a estabilidade na taxa de desemprego no primeiro trimestre de 2022, estando em 11,1%, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, o salário mínimo não corresponde aos índices de inflação que crescem a cada dia, a maior parte da população do Brasil são pessoas em vulnerabilidade, uma triste realidade presente em todas as cidades.

2 Pandemia

Em dezembro de 2019 a Organização Mundial da Saúde - OMS foi sinalizada que havia sido identificado na China um novo tipo de coronavírus, este causava pneumonia e poderia ser mortal, sendo responsável pela doença COVID-19. A OMS em janeiro de 2020 declarou o surto do novo coronavírus, com necessidade de implantação da Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional - ESPII para inclusão de medidas de saúde visando reduzir e prevenir a propagação mundial de doenças.

E o cenário pandêmico alavancou os preços dos alimentos em mercados em 31%, principalmente as *commodities* que são a base alimentar, como grãos e carne. Com a alta do dólar (fechou o ano de 2021 vendido a R\$5,57) grande parte dos produtos ficaram mais caros, e também devido aos *lockdowns* a demanda aumentou, o que gerou alta no mundo todo. Já no Brasil, foi priorizada a exportação, o que causou sobrecarga no comércio interno e altos níveis de inflação, não houve políticas internas para tratar-se deste empecilho.

Figura 1: Diferença nos preços dos alimentos antes e depois da pandemia



Fonte: G1 Vale do Paraíba e Região, 2021

No que se observa no comparativo acima, em apenas um ano os produtos comuns da alimentação brasileira cresceram em média 54,67%, estes dados foram consultados pelo G1 em um mercado de Taubaté. Devido à crise econômica agravada, milhões de brasileiros passaram mais de 1 dia sem ter com o que se alimentar de acordo com Poder 360, 2021, um país onde já existia dificuldade econômica em mais da metade da população se agravou na pandemia.

3 Inflação em supermercados

Considerando a alta da inflação de preços do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo publicado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística em Abril de 2022 foi de 48,5% nos últimos três anos, o aumento final dos preços para o consumidor é inevitável, mesmo estudo apresentou a alta 48,3% em três anos na cesta básica. Em setembro de 2021, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística registrou que o comércio varejista no país recuou 1,3%.

O salário mínimo apresentou um aumento de 10,02% no projeto de lei aprovado pelo presidente Jair Messias Bolsonaro e câmara dos deputados segundo a lei 14.358 de 1º de junho de 2022, que aprova o salário de R \$1.212,00. A pesquisa publicada em 2022 pelo Departamento

Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos - DIEESE mostra que o salário-mínimo estipulado para uma boa condição de vida em Janeiro de 2022 seria de R\$ 5.997,14, condição bem diferente da realidade comparado com os dados acima apresentados.

O Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia divulgou em 2021 que 55,2% dos lares brasileiros vivenciavam um cenário de insegurança alimentar, em 2022 o cenário não está positivo, no dia 03 do mês de junho de 2022 o Banco Central do Brasil apresentou que a Taxa Selic de R\$ 12,65, esta taxa é a responsável por representar os juros básicos na economia, estes valores representam que o poder aquisitivo do brasileiro vem diminuindo, e consequentemente sua qualidade de vida, já que quase não se em o necessário para sobreviver.

4 Insegurança alimentar

A insegurança alimentar é a condição na qual a população de um país ou região carece de acesso físico, social e econômico, esta é causada pelo fator de desigualdade no país. A fome no Brasil se agrava mais com os fatores de cada ano. A Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar — Rede PENSSAN, em 2020 realizou uma pesquisa com 2.180 domicílios, em áreas urbanas e rurais das cinco grandes regiões brasileiras, entre os meses de novembro e dezembro de 2020, e detectou 52,2% dos domicílios em situação de insegurança alimentar, segundo a organização o tamanho pessoas passando por insegurança alimentar era de 116,8 milhões de pessoas.

A Emenda Constitucional nº 64 incluiu a alimentação entre os direitos sociais, fixados no artigo 6º da Constituição Federal de 1988, porém na prática o governo não consegue garantir a igualdade devido a obstáculos como, distribuição dos alimentos de território nacional, taxa de empregabilidade, salário mínimo condizente com as necessidades e cobrança de impostos, fatos nitidamente apresentados nos tópicos supracitados.

Ações precisam ser adotadas para diminuir este cenário e aumentar a qualidade de vida da população, tanto pelos órgãos públicos quanto para pessoas e empresas com poder necessário para melhorar a situação do país.

Segundo a associação brasileira de supermercados na matéria publicada em outubro de 2021 o desperdício apurado em 228 empresas participantes foi de R\$ 7,6 bilhões em perdas, valor alto que pode levar várias empresas a crise, tornando-se evidente a má administração deste setor e a falta de responsabilidade social em vista a população do país.

5 Atacado X Varejo

Enquanto os fornecedores seguem mantendo preços mais acessíveis para a comercialização de seus produtos para lojistas, os preços que chegam no varejo para as famílias

estão com uma diferença gritante fazendo as famílias buscarem por opções mais acessíveis como as compras no “atacarejo”. Segundo a pesquisa realizada em setembro de 2020 pelo Tenda Atacadão, o “atacarejo” consegue oferecer preço baixo para produtos em grandes quantidades para o cliente final, sendo possível abastecer com mais produtos a dispensa das casas, em fevereiro de 2020 o site Sobre Varejo divulgou que a diferença de preços entre atacado e varejo pode chegar a até 50% tornando evidente as vantagens de se comprar produtos no atacado.

Comprar em atacado pode ser uma alternativa para as famílias que buscam economizar, porém devido a quantidade de produtos fornecidos nessa modalidade de compra as famílias acabam sofrendo com o desperdício, pois não conseguem utilizar os produtos dentro do prazo de validade, perdendo assim o dinheiro investido. O artigo publicado pelo site Verakis em Maio de 2021 aponta que o Brasil é um dos países que mais sofre com o desperdício de alimentos. Por esse motivo as famílias procuram dividir os produtos quando possível no atacado.

O site Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo publicou em 2020 sobre a necessidade dos supermercados atacadistas se digitalizarem e suas dificuldades tendo em vista o crescimento do e-commerce e a oportunidade de vendas no mesmo, esta categoria de mercado se refere a comércio virtual destinado a vendas não presenciais. Em seu estudo publicado em janeiro de 2022 o site Mercado e Consumo no ano de 2021: houve uma alta de 48,41% nas vendas do comércio eletrônico tendo uma métrica de crescimento de 16,52% no faturamento em relação ao ano anterior.

6 Costume dos brasileiros para economizar

Segundo uma pesquisa do Banco de Desenvolvimento da América Latina, no ano de 2021, 53% dos brasileiros conseguiriam se manter por menos de 3 meses caso percam a renda, sendo que para 30% o limite seria de menos de um mês, algo que é ocasionado não só pela baixa renda da população brasileira, mas também a péssima ou inexistente educação financeira oferecida ao povo. Em contrapartida o estudo realizado pela Confederação Nacional Da Indústria - CNI publicado em dezembro de 2020 32% da população afirmou que conseguiu guardar mais dinheiro ou gastar menos do que antes da pandemia e pretende continuar economizando sendo o maior motivo associado aos riscos e incertezas trazidos pela pandemia. No mês de Setembro de 2021 o Banco Pan publicou que diante da alta dos preços, o brasileiro pesquisou mais fatores relacionados a saber economizar.

Dito isso o brasileiro está à procura de meios para economizar, porém tendo em vista a má educação financeira não tem sucesso, é necessário abranger as opções e facilitar as formas de se alcançar objetivo, até a reestruturação cultural acontecer.

7 Compras Coletivas

Outras opções para poder economizar são os sites de compras e aplicativos, nos quais são oferecidos cupons de desconto, cashback e promoções. Sendo uma alternativa também as compras coletivas ou compras em grupos, inicialmente introduzido somente no meio digital, a plataforma com esta funcionalidade lança uma oferta para determinado número de compradores, diminuindo assim o preço do produto devido à grande quantidade de compras.

Este novo modelo de *social commerce* é revolucionário, pois permite que as pessoas economizem, principalmente neste momento de crise econômica que o Brasil e diversos outros países estão passando, as pessoas se estabilizaram gradativamente, e muitas saíram da extrema pobreza.

8 Facily

Facily é um aplicativo brasileiro mais conhecido no segmento de compras coletivas, tem como objetivo vender alimentos e produtos de limpeza por um preço mais acessível, devido não ter ligação com supermercados, tratando diretamente com o fornecedor.

O aplicativo reúne grupos de pessoas para comprar os produtos em grande quantidade pagando mais barato, o desconto vem devido ao fato de produto ser comprado com o fornecedor, não existem gastos do supermercado comum (funcionários, energia, etc). Este aplicativo cresceu consideravelmente devido as crises econômicas no ano de 2021 na pandemia, o consumidor necessita somente de disponibilidade de busca de seus produtos, em pontos próximos a sua residência, e aguardar o prazo estipulado pelo fornecedor, podendo ser semanas e até meses, mas mesmo com isto, muitas pessoas optaram pelo uso deste devido à necessidade dos descontos.

Porém, devido à grande demanda, o aplicativo apresentou muitos problemas de entrega, pagamentos e no próprio aplicativo, o que gerou divergências e transtornos para os clientes e desenvolvedores, causando assim muitas reclamações no site “Reclame Aqui”, sendo classificado como regular, contendo nota 6.9/10, dados de Reclame Aqui no período de 01/12/2021 - 31/05/2022. Também houve demissões em massa, cerca de 400 funcionários após 4 meses de contratação, levando em consideração que a empresa possuía em média 800 colaboradores, motivos os quais o CEO da Facily disse ser para reorganização da priorização da empresa. Milhares de reclamações fez com que em 2021 a empresa fosse líder no órgão de defesa do consumidor Procon-SP, com 211 mil queixas, e já no início de 2022 já foram 34,3 mil queixas, informações de Arimathea (2022).

9 DiDi: Dívida e chega de dívida

A DiDi trata-se de um projeto de site e-commerce que faz intermédio entre os potenciais clientes com as redes atacadistas de supermercado, carrega este nome pois está relacionado ao *slogan* da empresa, “Dívida e chega de Dívidas”, a solução é voltada para compras coletivas em supermercados, proporcionando comprar no valor de atacado devido ao grande volume de pedidos.

O motivo do desenvolvimento deste é a crise econômica que o Brasil está passando, pois milhões de famílias estão com dificuldades em manter a alimentação básica pelo aumento gradativo das inflações dos preços, como os dados apresentados acima afirmaram.

A solução propõe um método fácil e prático para o usuário que busca economizar e investir seu dinheiro ao realizar sua compra no supermercado, tendo a facilidade de um site responsivo que não irá ocupar espaço e ser de fácil acesso em qualquer aparelho de preferência do usuário. Para os supermercados, a solução propõe o aumento do índice de vendas, reforçar os valores de sua marca de forma a contribuir para a economia local e ajudar estes a se inserirem no novo mercado tecnológico.

A proposta inicial do website é que os usuários invistam em créditos no website, que posteriormente serão usados para seu interesse na hora de fechar a compra. Ao clicar em participar de um determinado grupo para comprar o produto o usuário irá debitar seus créditos correspondentes ao valor do produto, estes ficarão congelados até que a compra seja fechada quando a quantidade mínima de produtos por pessoa exigida pelo supermercado ser atingida, ou até que o prazo estabelecido se expire, retornando automaticamente o valor estornado para a carteira do usuário. O acesso às informações de quantidade mínima e prazo ficarão de forma acessível e clara para que o usuário planeje o retorno do seu investimento e assuma os riscos. Os créditos podem ser comprados via Boleto, depósito, cartão de débito ou PIX. Ao finalizar a compra com sucesso o usuário irá obter um Qr Code para a retirada de seu produto no supermercado correspondente.

Os supermercados parceiros devem assumir a responsabilidade de alimentar os dados necessários para a venda de seus produtos, tais como quantidade mínima exigida, prazo, descrição, estoque entre outros, entendendo que estes serão fatores relevantes para que usuário escolha seu produto. Para participarem da plataforma devem ser verificados pela plataforma para maior segurança do usuário e pagar a taxa de 5% por produto para o website.

Figura 2: Logo DiDi



Fonte: Imagem do autor, 2022

Sua logo apresentada na figura acima foi desenvolvida pensando em representar que a solução é amiga do usuário na hora das compras. Esta possui uma letra “D” deitada e uma letra “i”, letras que marcam característica em seu nome e slogan, a letra “D” faz alusão a um carrinho de compras normalmente utilizados nos supermercados, a letra “i” representa o usuário realizando suas compras, por sua vez os “^^” completam uma imagem semelhante a um sorriso com a inten. Segundo Julianna Giacobbo na matéria publicada no site Help Grand chef publicada em 2021, a psicologia da cor laranja remete a alegria e comunicação além de estimular a fome e compra no consumidor, por este motivo a solução e logo foram desenvolvidas em tons vibrantes de laranja, visando as vendas.

10 Potencial de mercado

O potencial de mercado é medido a partir de quantos possíveis consumidores irão utilizar a solução e o quanto isto vai retornar de capital para a empresa.

Tabela 1: Exemplo de Potencial de Mercado

Situação exemplo - Potencial de Mercado			
Produto mais comprado nos supermercados:	Leite 1L	R\$	4,89
População de Guaratinguetá que compra online:	63%		77.611
Cada pessoa comprando online pelo menos 1 caixa de leite:	R\$		379.517,79
Porcentagem mensal das vendas realizadas no supermercado pelo website		5%	
Total de supermercados em Guaratinguetá:		21	
Valor do potencial de 1 mercado por mês (relacionado ao litro de leite):	R\$		18.975,89
Valor do potencial de todos mercados de Guaratinguetá (relacionado a 1L de leite por pessoa):	R\$		398.493,68
ROI do projeto (com apenas uma parceria): 1 mês e 8 dias			

Fonte: Tabela do Autor, 2022

Ao analisar a tabela acima é possível notar uma pesquisa baseada no preço do litro do leite no supermercado Colinas em 06 de junho de 2022, onde o litro do leite Tirol custava R\$ 4,89; baseando-se nisso, um exemplo de potencial de mercado foi criado. Foram utilizados 63% da população de Guaratinguetá, é um valor fictício estimado de pessoas que comprem online, se cada uma destas pessoas utilizar o *site* Didi e realizar a compra de 1 (um) litro de leite em 1 (um) supermercado, ao fim do mês o mercado adquire o capital de R\$ 379.517,79 e apenas 5% deste valor será do *website*, valor de R\$ 18.975,89, e o ROI seria 1 mês e 8 dias. Levando em conta 21 (vinte e um) supermercados de Guaratinguetá, nesta mesma situação, o *website* teria um valor potencial de R\$398.493,68.

11 Valor do projeto

Para o desenvolvimento do site a equipe Didi levantou os equipamentos e custos que são necessários para de fato a solução funcionar, demonstrados na tabela abaixo.

Tabela 2: Custo do Projeto

Aquisição	Valor
5 máquinas de R\$2.650 cada:	R\$ 13.250,00
Curso de react e .net webform	R\$ 310,00
Domínio	R\$ 29,99
Host	R\$ 15,99
Total (Fixo, Pré operacional e capital de giro):	R\$ 14.225,98
Mão de obra/hora do projeto (P.O, S.M, DBA, Fullstack, UX):	R\$ 168,63
Valor estimado de venda do projeto:	R\$ 61.212,69

Fonte: Tabela do Autor, 2022

A partir dos custos levantados na tabela supracitada a equipe estimou que o valor justo estimado para a venda do projeto é de R\$61.212,69.

12 Desenvolvimento

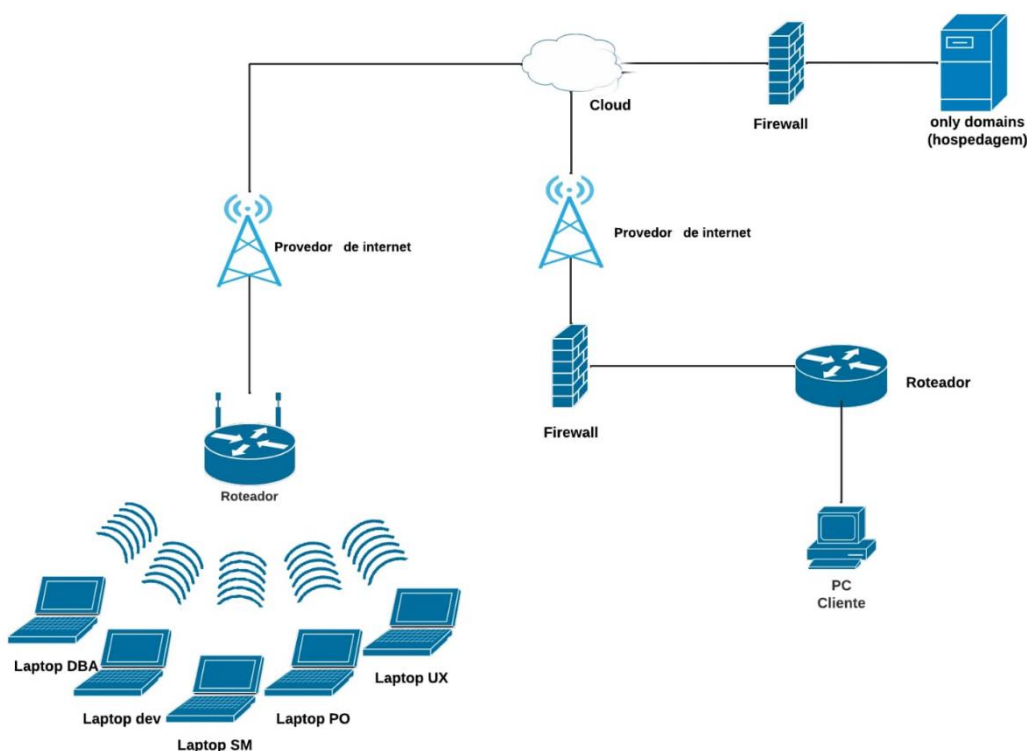
Para o desenvolvimento da solução Didi foi utilizado como tecnologia sql server para o banco de dados, para que a equipe de desenvolvedores trabalhasse com as mesmas condições de versão foram escolhidos o github desktop, C# com .net core para o back-end e react para o front-end.

A solução foi planejada em 3 Sprints. No planejamento da solução a sprint 1 ficou encarregada de cumprir as funções login do website e visualização dos grupos, gastando ao todo 123 horas. A sprint 2 foi dedicada a cadastro de supermercados no website para para cadastro das promoções e a comunicação entre usuários, tendo 90m horas planejadas para a execução. a última sprint foi planejada para a criação dos grupos e visualização das promoções tendo 150 horas dedicadas ao trabalho deste.

12.1 Rede

Abaixo segue o diagrama de rede utilizado entre o aplicativo e o usuário final.

Figura 3: Diagrama de rede



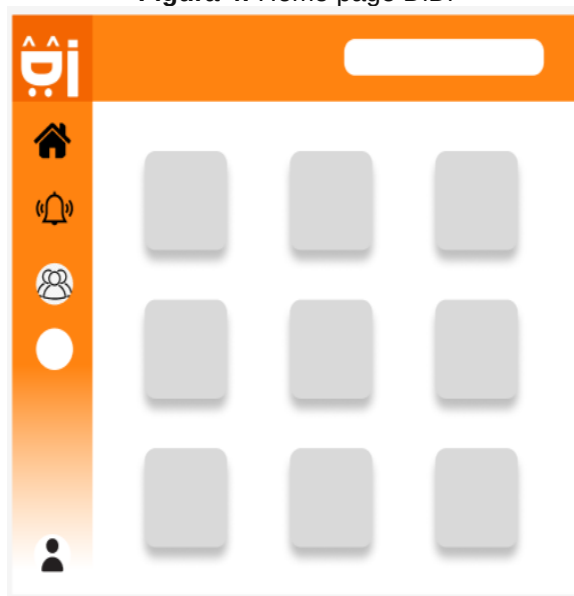
Fonte: Imagem do autor, 2022

A equipe Didi mantém a manutenção, suporte e melhoria do site, enquanto este está na nuvem, a que o cliente final também está conectado. Na nuvem está o servidor que a solução está hospedado, atualmente na only domains. Para que ambas as partes se mantenham conectadas na nuvem é necessário o intermédio do provedor de internet, que irá fornecer a conexão entre os locais usando o protocolo TCP/IP permitindo que se tenha o tráfego entre os envolvidos.

12.2 Wireframes

Abaixo seguem os modelos de *wireframes* da solução descrita.

Figura 4: Home page DiDi



Fonte: Imagem do autor, 2022

Figura 5: Perfil do cliente



Fonte: Imagem do autor, 2022

Figura 6: Grupo de compra.



Fonte: Imagem do autor, 2022

- **Figura 4:** Esta será a página inicial do site, a qual irá conter os produtos e grupos em destaque e atalhos de página inicial, notificações, grupos e perfil.
- **Figura 5:** O cliente poderá visualizar informações do seu próprio perfil nesta tela, mostrando informações do nome, endereço, data de criação e histórico de compras.
- **Figura 6:** Será a tela dos grupos de compras, apresentando o produto, o supermercado e informações gerais do grupo, quais pessoas estão participando e qual a porcentagem de finalização de compra.

Considerações Finais

O Website proposto auxilia para a solução do problema encontrado de economizar ao comprar produtos de supermercados, trazendo de forma fácil para o usuário uma alternativa do que pode ser feito para baratear os custos, levando em consideração o avanço da tecnologia e o movimento do mercado atacadista para se digitalizar e aumentar suas vendas.

Projetos para a evolução da solução já estão em andamento, questões como utilidade, forma de pagamento e estética estão sendo aprimoradas para a melhor experiência do usuário. Nos dados apresentados neste documento pode-se concluir que a solução Didi é altamente escalável e flexível a mudanças futuras no mercado.

Referências

AGÊNCIA IBGE NOTÍCIAS . **Vendas do varejo caem 1,3 % em setembro , segundo mês consecutivo de queda.** Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/32185-vendas-do-varejo-caem-1-3-em-setembro-segundo-mes-consecutivo-de-queda> . Acesso em : 5 jun . 2022.

ARIMATHEA, BRUNA. **Como a Facyl foi do status de 'unicórnio' às demissões em massa.** Economia Uol. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2022/05/08/como-a-facyl-foi-do-status-de-unicornio-as-demissoes-em-massa.htm>. Acesso em : 06 maio 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS. **Inteligência artificial ajuda supermercado a conter desperdício de alimentos frescos.** Disponível em: <https://www.abras.com.br/clipping/tecnologia/107101/inteligencia-artificial-ajuda-supermercado-a-conter-desperdicio-de-alimentos-frescos>. Acesso em : 5 jun . 2022.

BANCO CENTRAL DO BRASIL . **Dados diários taxa Selic.** Disponível em : <https://www.bcb.gov.br/estabilidade/financeira/selic/dados/diarios>. Acesso em : 5 jun . 2022.

BANCO PAN . **Aumentam as buscas no Google sobre como economizar com gasolina gás energia.** Disponível em: <https://www.bancopan.com.br/blog/publicacoes/buscas-no-google-brasileiro-quer-saber-como-economizar.htm>. Acesso em : 5 jun . 2022.

BARRETO, ELIS. **Em um ano, custo de alimentos supera reajuste salarial e reduz poder de compra.** CNN. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/em-um-ano-custo-de-alimentos-supera-reajuste-salarial-e-reduz-poder-de-compra/>. Acesso em : 20 maio 2022.

BRASIL DE FATO . **Bem Viver na TV : Campanha Cuidar é Resistir mostra a força das comunidades tradicionais.** Disponível em: [https://www.brasildefato.com.br/2022/05/08/bem-viver-na-tv-campanha-cuidar-e-resistir-mostra-a-forca-das-comunidades-tradicionais#:~:text=Só%20durante%20a%20pandemia%2C%20entre,Planejamento%20e%20Tributação%20\(IBPT\)](https://www.brasildefato.com.br/2022/05/08/bem-viver-na-tv-campanha-cuidar-e-resistir-mostra-a-forca-das-comunidades-tradicionais#:~:text=Só%20durante%20a%20pandemia%2C%20entre,Planejamento%20e%20Tributação%20(IBPT).). Acesso em : 5 jun . 2022.

CASEMIRO POLIANA. **Preço de alguns alimentos chega a dobrar após início da pandemia; veja comparativo.** Globo. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2021/10/24/preco-de-alguns-alimentos-chega-a-dobrar-apos-inicio-da-pandemia-veja-comparativo.ghtml>. Acesso em : 6 jun . 2022.

CASTRO, POLIANA. **Preço de alguns alimentos chega a dobrar após início da pandemia; veja comparativo.** Globo. Disponível em: <http1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2021/10/24/preco-de-alguns-alimentos-chega-a-dobrar-apos-inicio-da-pandemia-veja-comparativo.ghtmls://g>. Acesso em : 06 maio 2022.

CNN BRASIL. **Preços de alimentos batem recorde em fevereiro, diz agência da ONU.** Disponível em: [https://www.cnnbrasil.com.br/business/precos-de-alimentos-batem-recorde-em-fevereiro-diz-agencia-da-onu/#:~:text=Pre%C3%A7os%20de%20alimentos%20batem%20recorde%20em%20fevereiro%2C%20diz%20ag%C3%A2ncia%20da%20ONU,-Pre%C3%A7os%20mais%20altos&text=Os%20pre%C3%A7os%20mundiais%20de%20alimentos,sexta%20feira%20\(4\)](https://www.cnnbrasil.com.br/business/precos-de-alimentos-batem-recorde-em-fevereiro-diz-agencia-da-onu/#:~:text=Pre%C3%A7os%20de%20alimentos%20batem%20recorde%20em%20fevereiro%2C%20diz%20ag%C3%A2ncia%20da%20ONU,-Pre%C3%A7os%20mais%20altos&text=Os%20pre%C3%A7os%20mundiais%20de%20alimentos,sexta%20feira%20(4)). Acesso em : 15 maio 2022.

COLINAS. **Leite Uht Tirol Integral 1L.** Site mercado. Disponível em: <https://www.sitemercado.com.br/recobasedelivery/guaratingueta-loja-1-parque-residencial-beira-rio-avenida-joao-rodrigues-alkimim/produto/leite-uht-tirol-integral-1l>. Acesso em: 06 maio 2022.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS . **Pesquisa nacional da Cesta Básica de Alimentos.** Disponível em: <https://www.dieese.org.br/analisecestabasica/salarioMinimo.html> . Acesso em : 5 jun . 2022.
Disponível em: <https://www.reclameaqui.com.br/empresa/faci-ly/>. Acesso em : 09 maio 2022.
<https://sobrevarejo.com.br/diferenca-entre-atacado-e-varejo/>. Acesso em : 5 jun . 2022.

Giacobbo, Juliana. **Conheça a Psicologia das Cores e que Deixam seus Clientes com Fome.** Help Grande Chef. Disponível em: <https://help.grandchef.com.br/psicologia-das-cores-que-dao-fome/#:~:text=O%20laranja%20%C3%A9%20a%20cor,tem%20de%20usar%20com%20cautela>. Acesso em: 06 maio 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA . **Desemprego.** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.php>. Acesso em : 03 jun. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA . **IPCA - Índice Nacional de Consumidor Disponível Preços ao Amplo.** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/precos-e-custos/9256-indice-nacional-de-precos-ao-consumidor-amplo.html?t=destaques>. Acesso em : 5 jun . 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE PLANEJAMENTO E TRIBUTAÇÃO. **O preço da carne aumentou 146,23% durante os últimos dois anos, revela estudo realizado pelo IBPT em parceria com o Citizen.** Disponível em: <https://ibpt.com.br/variacao-produtos-out-21/>. Acesso em : 15 maio 2022.

MERCADO & CONSUMO . **Faturamento do e - commerce brasileiro tem alta de 48,4 % em 2021.** Disponível em : <https://mercadoeconsumo.com.br/2022/01/24/faturamento-do-e-commerce-brasileiro-tem-alta-de-484-em-2021/>. Acesso em : 5 jun . 2022.

NERY, Emily. **Preço da gasolina já passa dos R\$ 8 em 11 estados do Brasil. 2022.** Disponível em: <https://autoesporte.globo.com/seu-bolso/noticia/2022/03/preco-da-gasolina-ja-passa-dos-r-8-em-11-estados-do-brasil.ghtml>. Acesso em: 05 maio 2022.

PEREIRA, Tiago. **Sem política pública, preço do óleo de soja dispara no Brasil. 2022.** Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2022/05/02/sem-politica-publica-preco-do-oleo-de-soja-dispara-no-brasil#:~:text=De%20acordo%20com%20o%20Índice,milhões%20de%20toneladas%20do%20grão>. Acesso em: 05 maio 2022.

PLANALTO GOV . **Lei Nº 14.358 , de 1º de Junho de 2022.** Disponível em : https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2022/lei/l14358.htm. Acesso em : 5 jun . 2022.

PODER 360. **Mais de 20 milhões passam fome no Brasil e favelas dobraram em 10 anos.** Disponível em: <https://www.poder360.com.br/brasil/mais-de-20-milhoes-passam-fome-no-brasil-e-favelas-dobraram-em-10-anos/>. Acesso em : 30 maio 2022.

RECLAME AQUI . **Facily.** Disponível em: <https://www.reclameaqui.com.br/empresa/faci-ly/>. Acesso em : 09 maio 2022.

REDE NACIONAL DE PESQUISA EM SSAN . **Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no contexto da pandemia da COVID - 19 no Brasil.** Disponível em : <https://pesquisassan.net.br/olheparaafome/>. Acesso em : 5 jun . 2022.

RURAL, Canal (ed.). **Café: Brasil aumenta receita com exportações, mas volume das vendas recua. 2022.** Disponível em: <https://www.canalrural.com.br/noticias/agricultura/cafe-brasil-aumenta-receita-com-exportacoes-mas-volume-das-vendas-recua/>. Acesso em: 03 maio 2022.

SEGALA, Mariana. **53% dos brasileiros conseguem se manter por menos de 3 meses caso percam a renda. 2021.** Disponível em: www.infomoney.com.br/minhas-financas/53-dos-brasileiros-conseguem-se-manter-por-menos-de-3-meses-caso-percam-a-renda/amp/. Acesso em: 05 maio 2022.

SENADO. **Constituição da República Federativa do Brasil.** Disponível em : https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/518231/CF88_Livro_EC91_2016.pdf. Acesso em : 5 jun . 2022.

SOBRE VAREJO . **Diferença entre Atacado e Varejo.** Disponível em : <https://sobrevarejo.com.br/diferenca-entre-atacado-e-varejo/>. Acesso em : 5 jun . 2022.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE VAREJO E CONSUMO . **A hora da digitalização do atacado.** Disponível em: <https://sbvc.com.br/hora-digitalizacao-atacado/>. Acesso em : 5 jun . 2022.

SOUZA, FELIPE. **Famílias que perderam renda se juntam em app para comprar comida no atacado com desconto. Economia Uol.** Disponível em:
<https://economia.uol.com.br/noticias/bbc/2021/07/17/familias-que-perderam-renda-se-juntam-em-app-para-comprar-comida-no-atacado-com-desconto.htm>. Acesso em : 09 maio 2022.

TENDA (ed.). **Entenda a diferença entre atacado e varejo. 2020.** Disponível em:
<https://www.tendaatacado.com.br/dicas/entenda-a-diferenca-entre-atacado-e-varejo/#:~:text=A%20grande%20diferença%20de%20atacado,e%20a%20do%20seu%20negócio>. Acesso em: 03 maio 2022.

VALERY, Gabriel. **Insegurança alimentar voltou a crescer, e fome atinge 19,1 milhões. 2021.** Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/2021/10/fome-brasil-19-milhoes-inseguranca-alimentar/>. Acesso em: 03 maio 2022.