

# **ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE GUAIANAZES**

**EDUARDO DA SILVA NASCIMENTO**

**KAUÊ RODRIGUES DA CRUZ LEITE**

**LUIZ FERNANDO PEREIRA DO NASCIMENTO**

**MARCUS VINICIUS DOS SANTOS**

**MATHEUS SANTOS SILVA**

**NICOLY DOS SANTOS SILVA**

**PETER GOMES DE OLIVEIRA**

**RAFAELA BERTACELLI CARVALHO IGNACIO**

**PERIFA:** Portal para compra e vendas de roupas usadas

SÃO PAULO/SP

2024

**EDUARDO DA SILVA NASCIMENTO**  
**KAUÊ RODIRGUES DA CRUZ LEITE**  
**LUIZ FERNANDO PEREIRA DO NASCIMENTO**  
**MARCUS VINICIUS DOS SANTOS**  
**MATHEUS SANTOS SILVA**  
**NICOLY DOS SANTOS SILVA**  
**PETER GOMES DE OLIVEIRA**  
**RAFAELA BERTACELLI CARVALHO IGNACIO**

**PERIFA : Portal para compra e vendas de roupas usadas**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Escola Técnica Estadual de Guaianazes como parte dos requisitos para obtenção do grau de Técnico em Desenvolvimento de Sistemas, sob orientação da professora Aline Mendonça Cordeiro e Antônio José dos Santos Junior.

SÃO PAULO/SP

2024

**EDUARDO DA SILVA NASCIMENTO**  
**KAUÊ RODIRGUES DA CRUZ LEITE**  
**LUIZ FERNANDO PEREIRA DO NASCIMENTO**  
**MARCUS VINICIUS DOS SANTOS**  
**MATHEUS SANTOS SILVA**  
**NICOLY DOS SANTOS SILVA**  
**PETER GOMES DE OLIVEIRA**  
**RAFAELA BERTACELLI CARVALHO IGNACIO**

**PERIFA : Portal para compra e vendas de roupas usadas**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Escola Técnica Estadual de Guaianazes como parte dos requisitos para obtenção do grau de Técnico em Desenvolvimento de Sistemas, sob a orientação da professora Aline Mendonça Cordeiro e Antônio José dos Santos Junior.

---

Profa. Aline Mendonça Cordeiro

Orientadora

---

Antônio José dos Santos Junior

Orientador

DATA DE VALIDAÇÃO \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Dedicamos esse trabalho a Deus, professores e colegas de turma. Cujo o apoio e colaboração foram essenciais a realização desse trabalho.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos aos nossos professores pela orientação, às nossas famílias pelo apoio e aos amigos pela compreensão.

“Temos de aprender a viver todos como irmãos ou morremos todos como loucos.”

Martin Luther King Jr.

## RESUMO

A pobreza afeta milhões de brasileiros, especialmente jovens da periferia, que enfrentam dificuldades para adquirir roupas de qualidade. Essa situação agrava a exclusão social, limitando a expressão de identidade e autoestima. Para compreender melhor as necessidades desse público, foi realizada uma pesquisa qualitativa com jovens de comunidades vulneráveis, buscando identificar seus desafios e interesses no acesso a roupas. Os dados revelaram uma demanda por soluções que unam baixo custo, moda sustentável e praticidade. Nesse contexto, a Perifa surge como uma alternativa inovadora, unindo tecnologia e moda sustentável em uma plataforma digital que conecta vendedores e consumidores, promovendo o consumo consciente e democratizando o acesso a peças de qualidade.

**Palavras-chave:** Pobreza; exclusão social; moda sustentável; jovens; periferia; Perifa.

.

## **ABSTRACT**

Poverty affects millions of Brazilians, especially young people from underserved communities, who struggle to access quality clothing. This situation exacerbates social exclusion, limiting the expression of identity and self-esteem. To better understand the needs of this audience, a qualitative survey was conducted with young people from vulnerable communities, aiming to identify their challenges and interests in accessing clothing. The data revealed a demand for solutions that combine low cost, sustainable fashion, and practicality. In this context, Perifa emerges as an innovative alternative, integrating technology and sustainable fashion into a digital platform that connects sellers and consumers, promoting conscious consumption and democratizing access to quality garments.

**Keywords:** Poverty; social exclusion; sustainable fashion; youth; underserved communities; Perifa.



## Lista de ilustrações

Figura 1: Logo da empresa desenvolvedora.....	14
Figura 2: Organograma da empresa desenvolvedora .....	15
Figura 3: Cabeçalho do site.....	16
Figura 4: Sobre nós .....	16
<b>Figura 5: Sobre nós .....</b>	<b>17</b>
<b>Figura 6: Nossa equipe.....</b>	<b>17</b>
<b>Figura 7: Parceiros.....</b>	<b>18</b>
<b>Figura 8: Contato .....</b>	<b>18</b>
<b>Figura 9: Rodapé.....</b>	<b>18</b>
Figura 10: Modelo Entidade Relacionamento.....	22
Figura 11: Diagrama de caso de uso .....	23
Figura 12: Diagrama de Classes e Objetos.....	24
Figura 13: Tela inicial Perifa.....	25
Figura 14: Categorias(Peça de roupa) .....	25
Figura 15: Filtros de Categorias (Tamanho) .....	26
Figura 16: Principais brechós.....	26
Figura 17: Cadastrar Cliente .....	27
Figura 18: Login.....	27
Figura 19: Cadastro Vendedor .....	28
Figura 20: Home (Vendedor).....	28
Figura 21: Dashboard (Vendedor).....	29
Figura 22: Configurações de conta (Vendedor) .....	29
Figura 23: Perfil (Cliente) .....	30
Figura 24: Tela de Produtos .....	30
Figura 25: Tela de Compra.....	31
Figura 26: Carrinho .....	31
Figura 27: Finalizar compra .....	32
Figura 28: Pagamento .....	32
Figura 29: Pagamento (Boleto) .....	33
Figura 30: Favoritos .....	33
Figura 31: Tela ADM (Dashboard) .....	34
Figura 32: Denúncias (ADM) .....	34
Figura 33: Consultar (ADM).....	35
Figura 34: DashBoard (Vendedor).....	35
Figura 35: CadastroProduto (Vendedor).....	36
Figura 36: Consultar Produtos (Vendedor) .....	36
Figura 37: – Chat (Vendedor) .....	37
Figura 38: Editar Perfil (Vendedor) .....	37

# SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	12
2.	CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA DESENVOLVEDORA .....	14
2.1	Histórico.....	14
2.2	Descrição.....	14
2.3	Logo e slogan .....	14
	Fonte: Autores (2024) .....	14
2.4	Organograma .....	15
	Fonte: Autores (2024) .....	15
2.5	Prints das telas do site .....	16
3.	SOLUÇÃO PROPOSTA.....	19
4.	METODOLOGIA.....	20
5.	ESTUDO DE VIABILIDADE.....	21
6.	ANÁLISE DE SISTEMA.....	22
6.1	Modelo Entidade Relacionamento.....	22
6.2	Diagrama de Caso de Uso.....	23
6.3	Diagrama de classes .....	24
7.	PRINTS DAS TELAS DO PROTÓTIPO .....	25
8.	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	38
9.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	39
10.	APÊNDICE .....	40
10.1	Código-fonte do software.....	40
10.2	Link do vídeo pitch.....	40
10.3	Ata de reunião .....	40
2.	PROBLEMA .....	15
3.	HIPÓTESE .....	15
1.	INTRODUÇÃO.....	12
2.	CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA DESENVOLVEDORA .....	14
2.1	Histórico.....	14
2.2	Descrição.....	14
2.3	Logo e slogan .....	14

2.4	Organograma .....	15
2.5	Prints das telas do site .....	16
3.	SOLUÇÃO PROPOSTA.....	19
4.	METODOLOGIA.....	20
5.	ESTUDO DE VIABILIDADE.....	21
6.	ANÁLISE DE SISTEMA.....	22
6.1	Modelo Entidade Relacionamento.....	22
6.2	Diagrama de Caso de Uso.....	23
6.3	Diagrama de classes .....	24
7.	PRINTS DAS TELAS DO PROTÓTIPO .....	25
8.	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	38
9.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	39
10.	APÊNDICE .....	40
10.1	Código-fonte do software.....	40
10.2	Link do vídeo pitch.....	40
10.3	Ata de reunião .....	40
6.	METODOLOGIA .....	17
7.	ESTUDO DE VIABILIDADE.....	17
8.	MODELO ENTIDADE RELACIONAMENTO (MER) .....	18
9.	DIAGRAMA DE CASO DE USO.....	19
10.	DIAGRAMA DE CLASSES .....	20
11.	PRINTS DAS TELAS DO PROTÓTIPO .....	21
12.	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	29
13.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	29

## 1. INTRODUÇÃO

A extrema pobreza sempre foi uma realidade comum no Brasil, mas a pandemia de COVID-19 agravou significativamente essa situação, levando a um aumento no número de brasileiros vivendo em condições de vulnerabilidade extrema em 2021. Esse contexto de crise resultou em impactos profundos na renda das famílias mais pobres, restringindo suas possibilidades de consumo e agravando desigualdades já existentes. A inflação pós-COVID elevou os preços de itens essenciais, como alimentos, combustíveis e vestuário, comprometendo ainda mais a capacidade financeira dessas famílias. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) indicam que mais de 50% da renda das famílias de baixa renda foi destinada à alimentação, deixando um orçamento insuficiente para outras necessidades, como a compra de roupas adequadas. Essa realidade reflete não apenas uma dificuldade material, mas também uma exclusão social que se manifesta de diversas formas, incluindo na maneira como as pessoas se vestem.

A dificuldade em acessar roupas de qualidade prejudica a autoestima, a autoconfiança e a capacidade de inserção social, especialmente em contextos como entrevistas de emprego, interações profissionais e eventos sociais. Para muitos, a escolha das roupas vai além da funcionalidade, representando um elemento essencial de identidade e dignidade. No entanto, a falta de políticas públicas eficazes para lidar com essa questão, aliada à pressão da indústria da moda por consumo rápido e descartável, intensifica a exclusão, especialmente entre os mais vulneráveis. Entre os jovens brasileiros, que representam uma parcela significativa da população, os desafios são ainda mais evidentes: 61,29% vivem em situação de pobreza e enfrentam barreiras financeiras que dificultam a expressão de seu estilo pessoal e sua autoafirmação.

Apesar de alternativas como bazares e brechós oferecerem algumas soluções para a aquisição de roupas a preços mais baixos, esses estabelecimentos enfrentam limitações que comprometem sua eficácia. Estoques restritos, localização geográfica e conveniência limitada dificultam o acesso para grande parte da população. Por outro lado, plataformas digitais como o Mercado Livre apresentam um volume excessivo de opções, que podem tornar a experiência de compra confusa e ineficiente para o público de baixa renda. Essa falta de opções adequadas reforça a necessidade de uma solução que una acessibilidade, baixo custo e sustentabilidade.

Nesse contexto, a Perifa surge como uma resposta inovadora e socialmente responsável. Com o objetivo de democratizar o acesso a roupas de qualidade e promover a inclusão social, a Perifa propõe uma plataforma web e móvel que conecta vendedores e consumidores de forma prática e eficiente. Inspirada no conceito de bazares e brechós, a Perifa se diferencia ao integrar essas ideias com a conveniência do ambiente digital, superando as limitações dos modelos tradicionais. A plataforma permite que lojas e vendedores cadastrem e-commerce de roupas de segunda mão a preços reduzidos, promovendo o reaproveitamento de peças e incentivando o consumo consciente e sustentável.

Além disso, a Perifa busca impactar positivamente a autoestima de seus usuários, oferecendo um espaço onde é possível encontrar peças acessíveis e de qualidade, alinhadas ao estilo e à personalidade de cada um. Ao conectar consumidores de baixa renda com opções de vestuário acessíveis, a plataforma contribui para a inclusão social, reduzindo barreiras e proporcionando oportunidades de expressão pessoal e profissional. Dessa forma, a Perifa não apenas atende a uma demanda prática, mas também cumpre um papel transformador, promovendo dignidade, confiança e oportunidades para um público historicamente marginalizado.

## **2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA DESENVOLVEDORA**

### **2.1 Histórico**

A empresa Way System foi fundada em 27/02/2024 por Eduardo da Silva Nascimento, Kauê Rodrigues da Cruz Leite, Luiz Fernando Pereira do Nascimento, Marcus Vinícius dos Santos, Matheus Santos Silva, Nicoly dos Santos Silva, Peter Gomes de Oliveira, Rafaela Bertacelli Carvalho Ignacio com o objetivo de desenvolver o trabalho de conclusão do curso de técnico de Desenvolvimento de Sistemas integrado ao ensino médio da Escola Técnica Estadual de Guaianazes, em São Paulo, SP.

### **2.2 Descrição**

A empresa Way System é especializada na criação de soluções em sistemas e aplicativos para empresas de pequeno e médio porte, buscando para tal a evolução tecnológica e a modernização no mercado de tecnologia da informação.

### **2.3 Logo e slogan**

Figura 1: Logo da empresa desenvolvedora



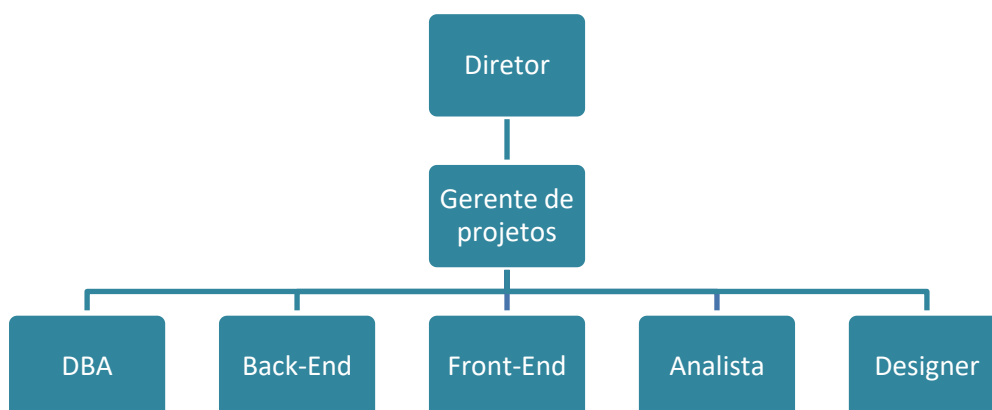
Fonte: Autores (2024)

A logo da nossa empresa é uma estrada, cujo principal significado é o caminho que nós percorremos ao decorrer da vida onde temos muitos altos e baixos, mas sempre chegamos no caminho certo. Desta maneira simboliza os obstáculos da vida e que é preciso cair para aprender a levantar e chegar no seu objetivo, então usamos isso como referência na nossa empresa.

O slogan da nossa empresa é: “Caminho para seu sucesso”, que passa a ideia de que estamos direcionando-os para o caminho certo.

## 2.4 Organograma

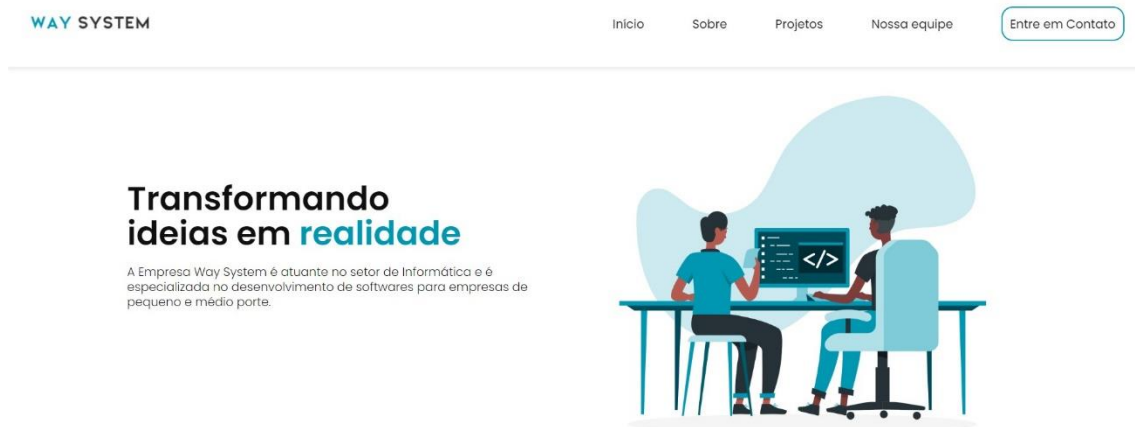
Figura 2: Organograma da empresa desenvolvedora



Fonte: Autores (2024)

## 2.5 Prints das telas do site

Figura 3: Cabeçalho do site



### Transformando ideias em realidade

A Empresa Way System é atuante no setor de Informática e é especializada no desenvolvimento de softwares para empresas de pequeno e médio porte.

Fonte: Autores, 2024

Figura 4: Sobre nós



Fonte: Autores, 2024



**Figura 5: Sobre nós**



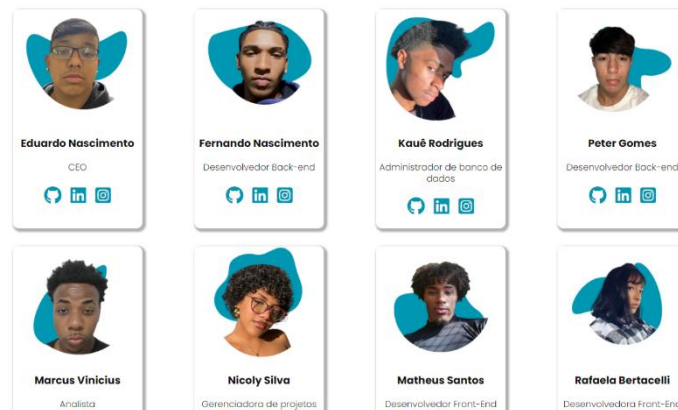
**PERIFA**

A perifa é uma plataforma web que visa combinar a ideia de bazares e brechós com a conveniência do ambiente digital. É uma aplicação para indivíduos de baixa renda

Fonte: Autores, 2024

**Figura 6: Nossa equipe**

Conheça nossa **equipe**



Fonte: Autores, 2024

**Figura 7: Parceiros**

Fonte: Autores, 2024

**Figura 8: Contato**

**Contato**

Nome  
Seu nome

Endereço de Email  
Seu email

Mensagem  
Sua mensagem

Enviar

Mapa: Etec Guaiunazes

Fonte: Autores, 2024

**Figura 9: Rodapé**

© 2024 Way System. Todos os direitos reservados.

Fonte: Autores, 2024

### 3. SOLUÇÃO PROPOSTA

A Perifa foi idealizada como uma solução inovadora para ampliar o acesso a roupas de qualidade a preços acessíveis, promovendo inclusão social e sustentabilidade. Trata-se de uma plataforma digital, disponível em versões web e móvel, que combina os conceitos de bazares e brechós com a conveniência do comércio eletrônico. O projeto busca superar as limitações dos modelos tradicionais, como estoque restrito e dificuldades de acesso, conectando vendedores e consumidores de maneira prática e eficiente.

O principal objetivo do projeto é desenvolver e operacionalizar uma plataforma que facilite a aquisição de roupas por pessoas de baixa renda. Para isso, busca-se implementar um sistema de cadastro seguro e acessível, permitindo que os usuários criem contas de forma descomplicada e tenham acesso a produtos a preços reduzidos. Além disso, a Perifa contará com uma interface intuitiva e responsiva, projetada para dispositivos móveis e web, garantindo uma experiência de navegação fluida e facilitando o processo de compra.

Na plataforma, lojistas e vendedores individuais terão a oportunidade de cadastrar suas peças de segunda mão, criando um e-commerce acessível e organizado. Parcerias estratégicas serão estabelecidas com esses vendedores, incentivando a oferta de roupas de qualidade com preços reduzidos e promovendo um consumo mais consciente e sustentável. A inclusão de ferramentas que permitem comunicação direta entre vendedores e compradores será um diferencial, aumentando a confiança entre as partes e promovendo um ambiente seguro.

Para garantir a excelência do serviço, a Perifa incluirá processos de monitoramento e avaliação contínuos. A satisfação de usuários e vendedores será analisada regularmente, com base em feedbacks coletados diretamente na plataforma. Essas informações permitirão a implementação de melhorias constantes, garantindo que a experiência seja cada vez mais alinhada às necessidades do público.

Com sua proposta de conectar comunidades vulneráveis a opções de vestuário acessíveis, a Perifa busca promover inclusão social, sustentabilidade e dignidade, transformando a relação entre moda e acessibilidade e contribuindo para a valorização pessoal e a igualdade de oportunidades.

#### 4. METODOLOGIA

Utilizamos os métodos Brainstorming e Design Thinking para levantarmos e selecionarmos o problema social a ser solucionado através da empresa WAY SYSTEM e descobrir o público-alvo para este problema.

Para a sua criação do projeto, foram realizadas pesquisas bibliográficas, pesquisas em sites acadêmicos e em artigos, com o objetivo de compreender as temáticas relacionadas ao impacto do vestuário na população, influência da moda em jovens e número sobre a pobreza. Além disso, também foi realizada uma pesquisa de campo por meio de questionário com as cerca de 135 pessoas, para obter informações relevantes e opiniões acerca do projeto.

Para o desenvolvimento de nosso projeto utilizamos a Metodologia Ágil com o propósito de conduzir de uma forma mais rápida os processos e à conclusão de tarefas e Scrum foi usado para a implementação do desenvolvimento Ágil.

Como ferramentas de supervisão e desenvolvimento do projeto utilizamos as ferramentas TRELLO e DISCORD. Trello foi utilizado para organizar as tarefas de cada integrante da equipe, atribuindo o que deveria ser feito por cada membro da empresa durante a fase de produção. Enquanto o Discord foi utilizado como meio de comunicação e criação de ideias eficiente entre os membros da equipe, o que possibilitou a realização de reuniões, compartilhamento de arquivos e mensagens.

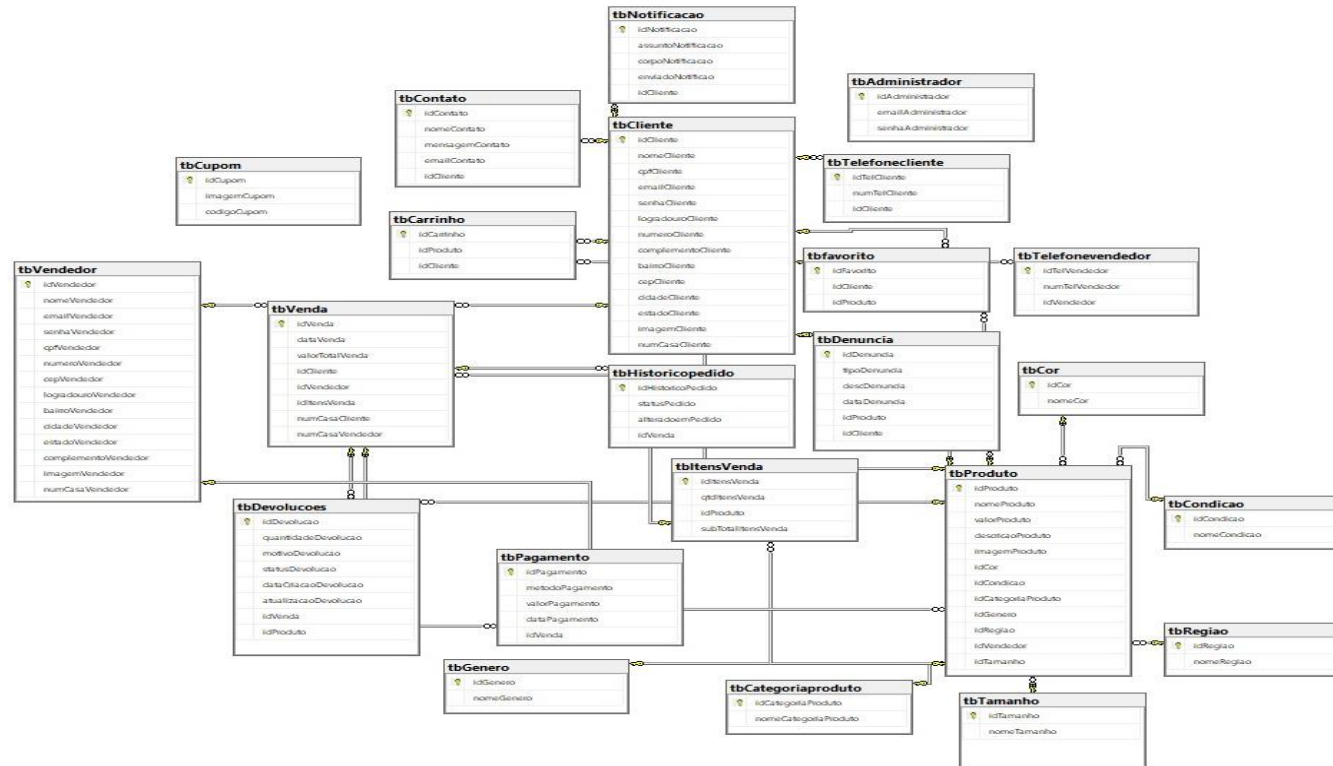
### 5. ESTUDO DE VIABILIDADE

<b>Requisitos Mínimos PC</b>	<b>Requisitos Recomendados PC</b>
Navegador: Firefox 103.0  (ou semelhante)	Navegador: Chrome 93.0  (ou semelhante)
Hospedagem: Hostinger (R\$ 6,99/mês)	Hospedagem: HostGator (R\$ 14,69/mês)
Registro de Domínio: LocaWeb  (R\$ 8,90/ano)	Registro de Domínio: Registro.br  (R\$ 40,00/ano)
Internet: 10Mbps – R\$ 75,00/mês *RadioLink	Internet: 10Mbps – R\$ 75,99/mês *RadioLink
<b>Custo total:</b> R\$ 90,89/mês	<b>Custo total:</b> R\$ 129,69/mês

## 6. ANÁLISE DE SISTEMA

### 6.1 Modelo Entidade Relacionamento

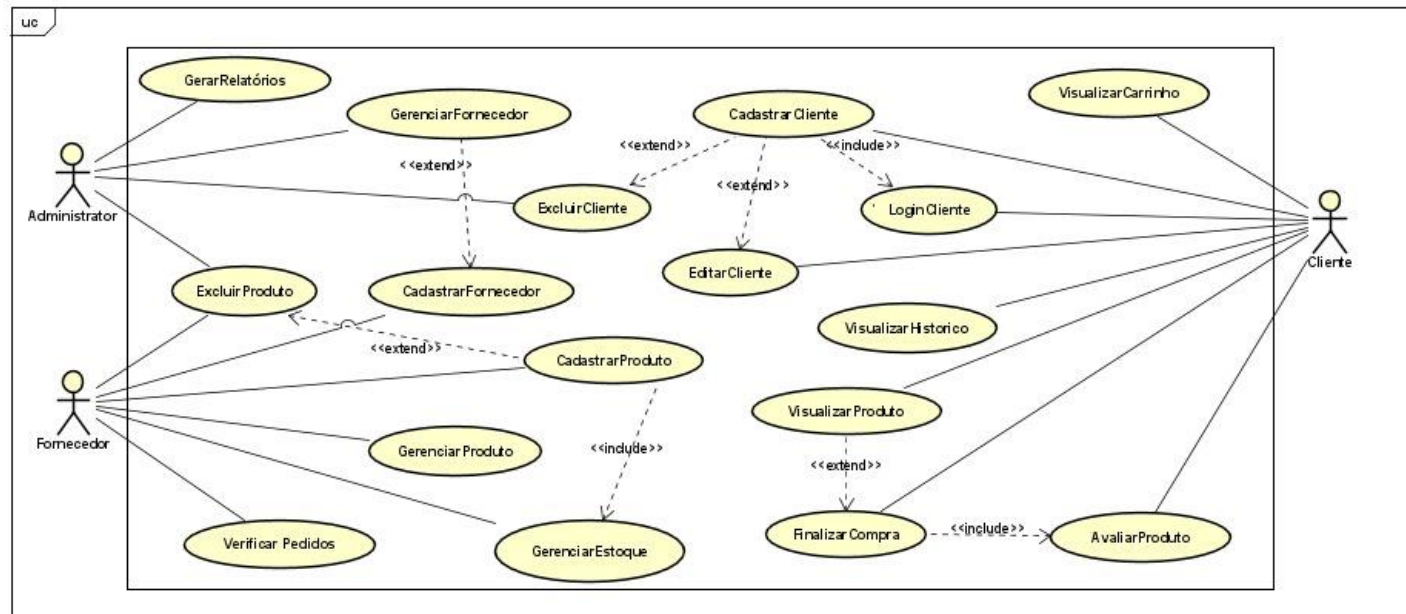
Figura 10: Modelo Entidade Relacionamento



Fonte: Autores, 2024

### 6.2 Diagrama de Caso de Uso

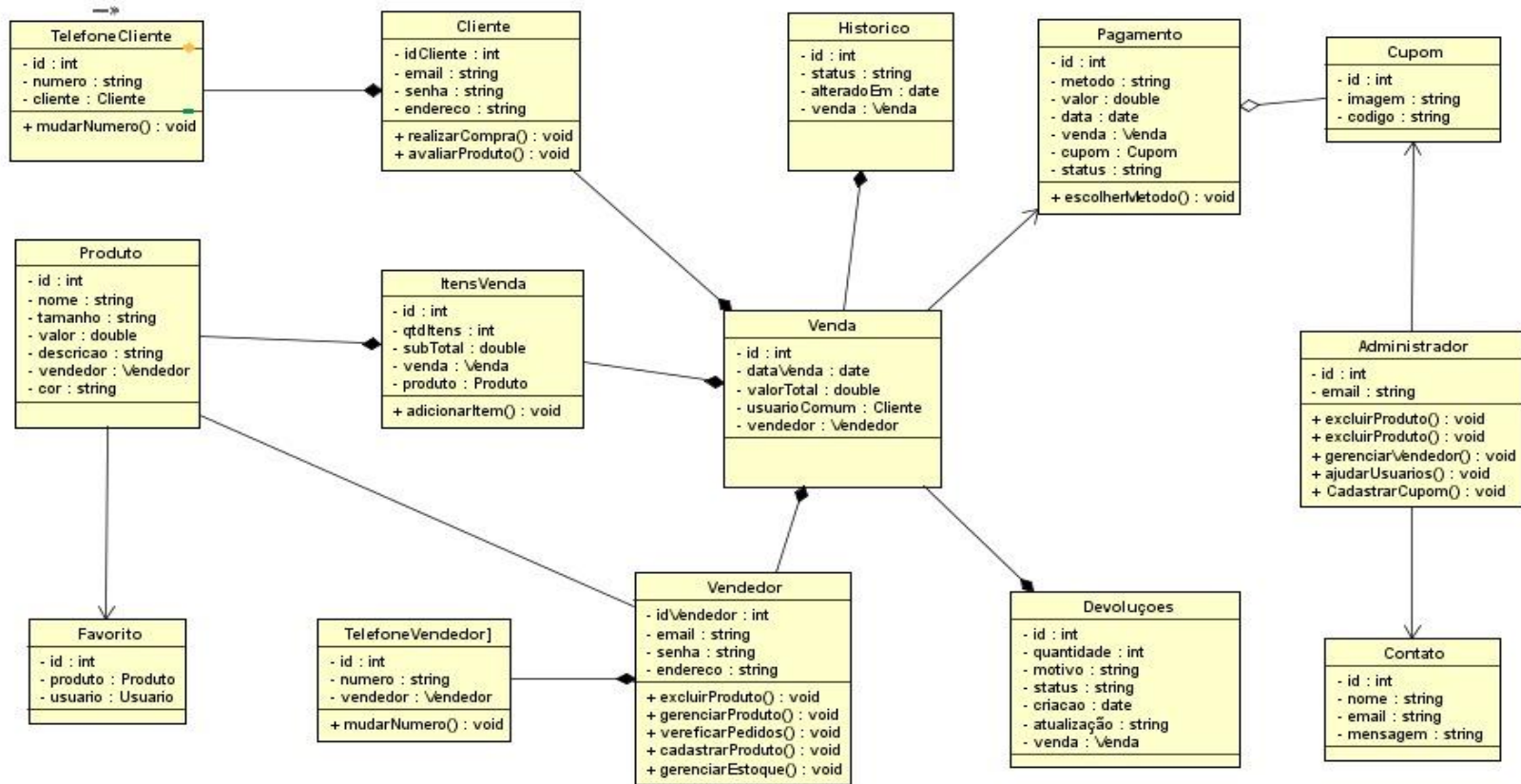
Figura 11: Diagrama de caso de uso



Fonte: Autores, 2024

### 6.3 Diagrama de classes

Figura 12: Diagrama de Classes e Objetos

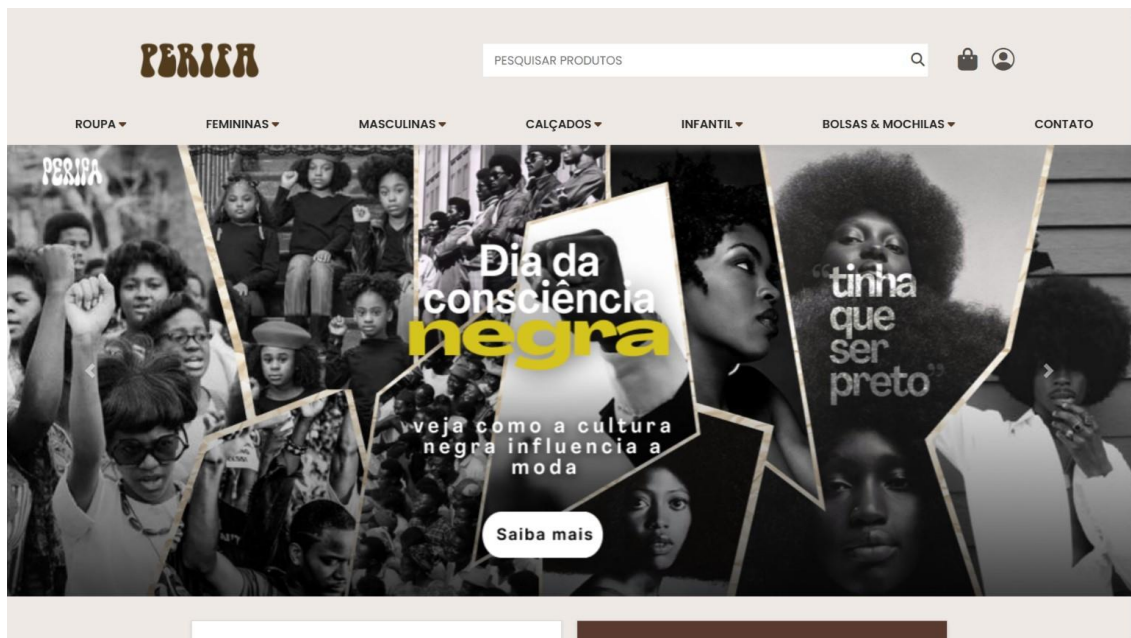


Fonte: Autores, 2024



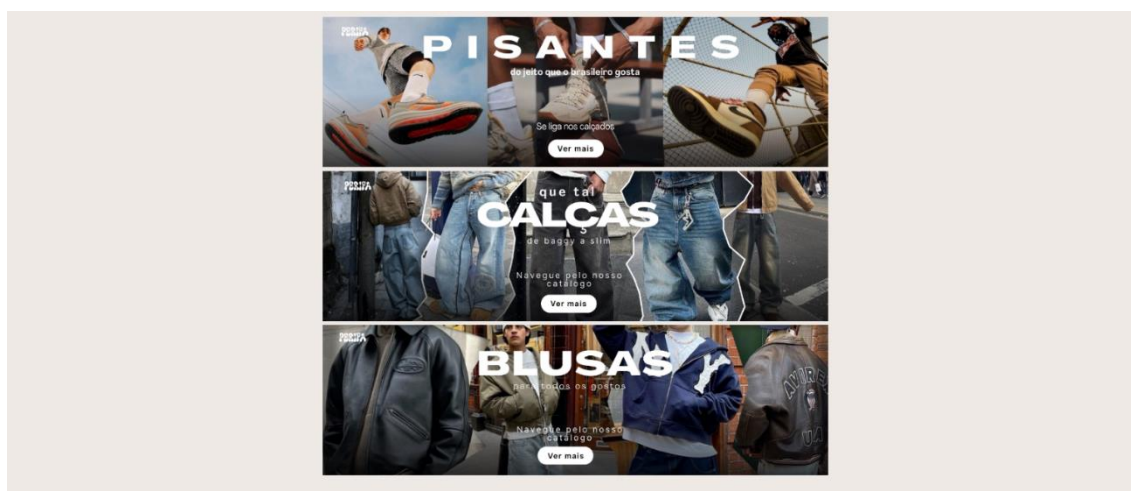
## 7. PRINTS DAS TELAS DO PROTÓTIPO

Figura 13: Tela inicial Perifa



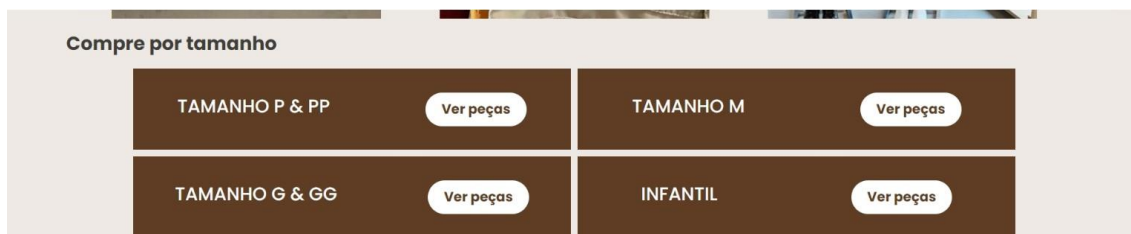
Fonte: Autores, 2024

Figura 14: Categorias(Peça de roupa)



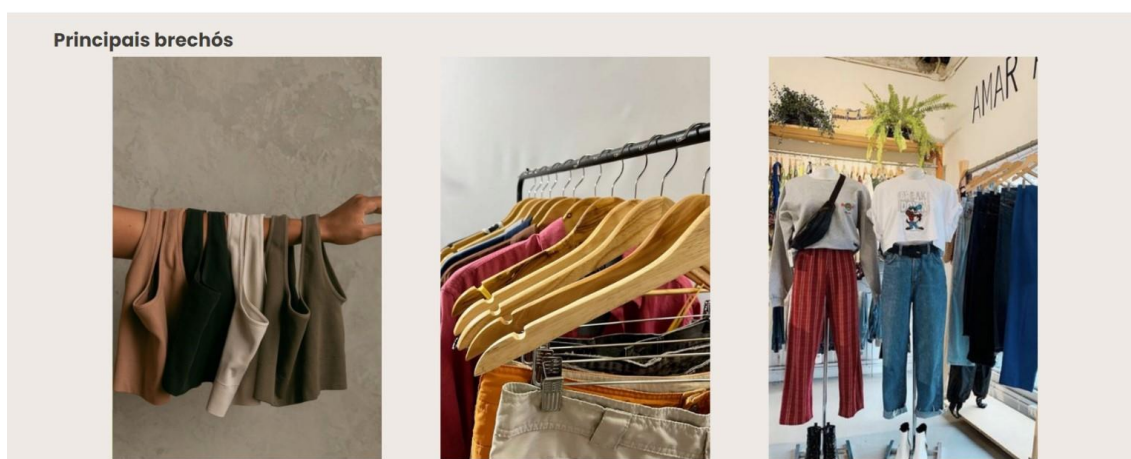
Fonte: Autores, 2024

Figura 15: Filtros de Categorias (Tamanho)



Fonte: Autores, 2024

Figura 16: Principais brechós



Fonte: Autores, 2024

Figura 17: Cadastrar Cliente

The image shows a registration form titled "Cadastrarse na Perifa" overlaid on a website background. The form fields are as follows:

Cadastrarse na Perifa	
Nome	Email
Ex: Maria Eduarda Silva	nome@gmail.com
CPF	Telefone
nome@gmail.com	(DD)XXXX-XXXX
CEP	Rua
Bairro	Estado
Cidade	Complemento
Número da casa	Senha
	*****
<a href="#">Cadastrar</a>	
<a href="#">Já tenho conta</a>	
<a href="#">Quero vender na perifa</a>	

Fonte: Autores, 2024

Figura 18: Login

The image shows a login form titled "Entrar na Perifa" overlaid on a website background. The form fields are as follows:

Entrar na Perifa	
Email	
nome@gmail.com	
Senha	
*****	
<a href="#">Esqueci minha senha</a>	
<a href="#">Entrar</a>	
<a href="#">Não tem uma conta? Clique aqui</a>	

Fonte: Autores, 2024

Figura 19: Cadastro Vendedor

**Venda na Perifa**

Nome  
Ex: Maria Eduarda Silva

Email  
nome@gmail.com

CPF  
nome@gmail.com

Telefone  
(DD)XXXXX-XXXX

CEP

Rua

Bairro

Estado

Cidade

Complemento

Número da casa

Senha  
\*\*\*\*\*

Cadastrar

ROUPA FEMININAS MASCULINAS CALÇADOS INFANTIL BOLSAS & MOCHILAS CONTATO

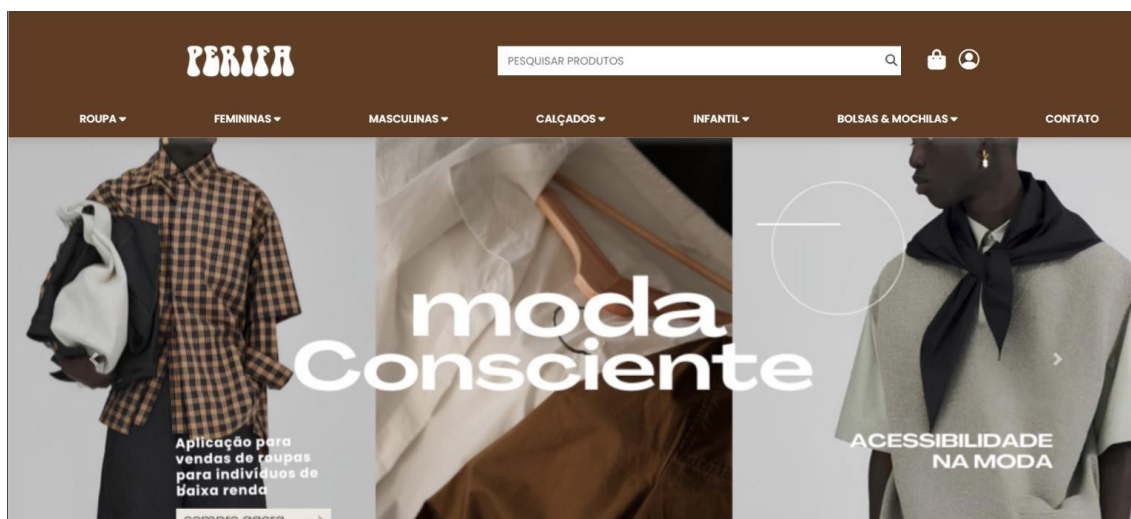
Aplicação para vendas de roupas para indivíduos de baixa renda

compre agora →

ACESSIBILIDADE NA MODA

Fonte: Autores, 2024

Figura 20: Home (Vendedor)



Fonte: Autores, 2024

Figura 21: Dashboard (Vendedor)

**Cadastrar roupas**

Nome  Valor  Descrição

Cor  Tamanho  Região

Categoria  Genero  Condição

[Anexar imagem](#)

**Cadastrar**

Fonte: Autores, 2024

Figura 22: Configurações de conta (Vendedor)

**Configurações**

Nome

Email

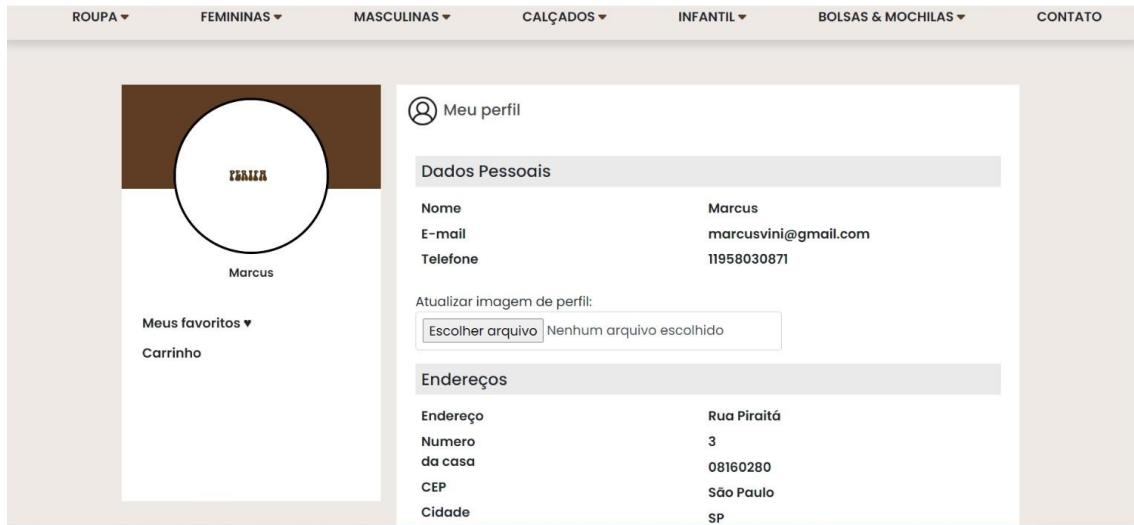
Telefone

CEP

Rua

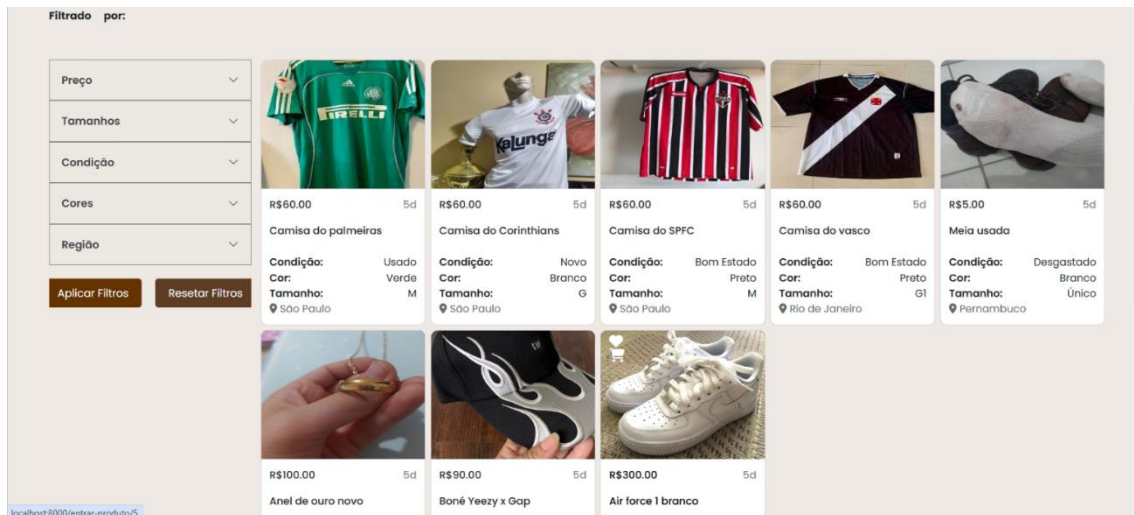
Fonte: Autores, 2024

Figura 23: Perfil (Cliente)



Fonte: Autores, 2024

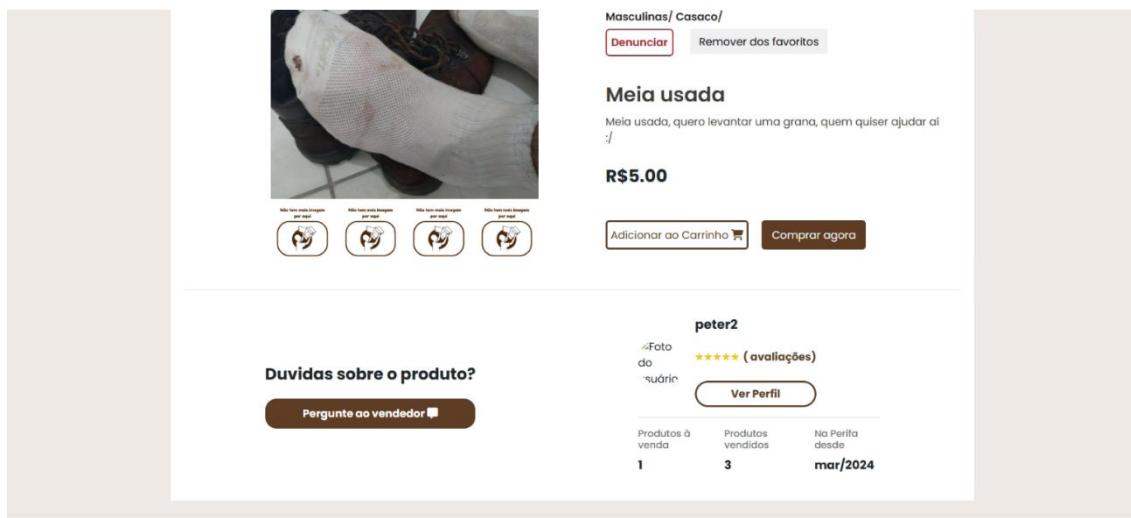
Figura 24: Tela de Produtos



Fonte: Autores, 2024



Figura 25: Tela de Compra



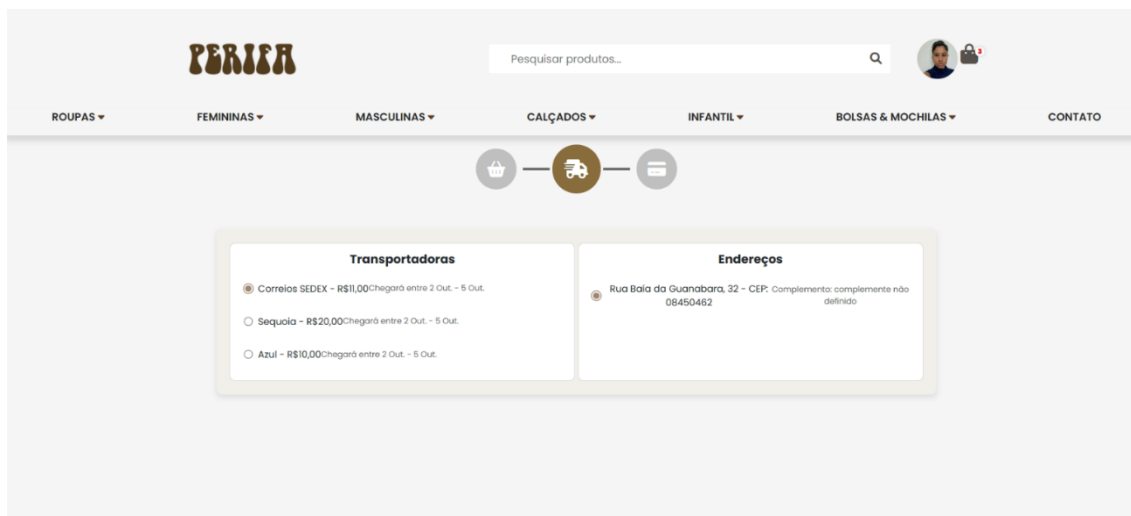
Fonte: Autores, 2024

Figura 26: Carrinho



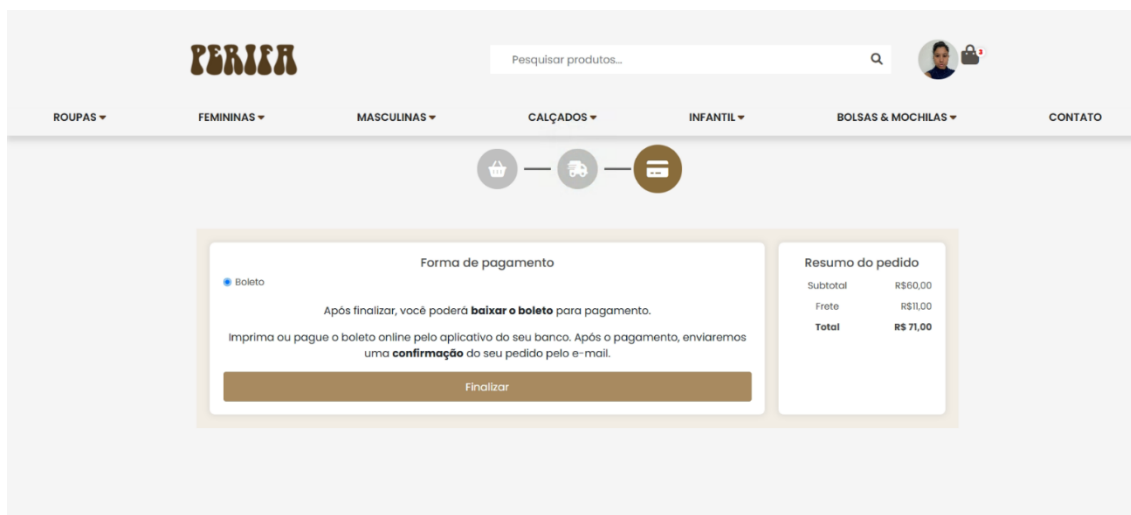
Fonte: Autores, 2024

Figura 27: Finalizar compra



Fonte: Autores, 2024

Figura 28: Pagamento



Fonte: Autores, 2024

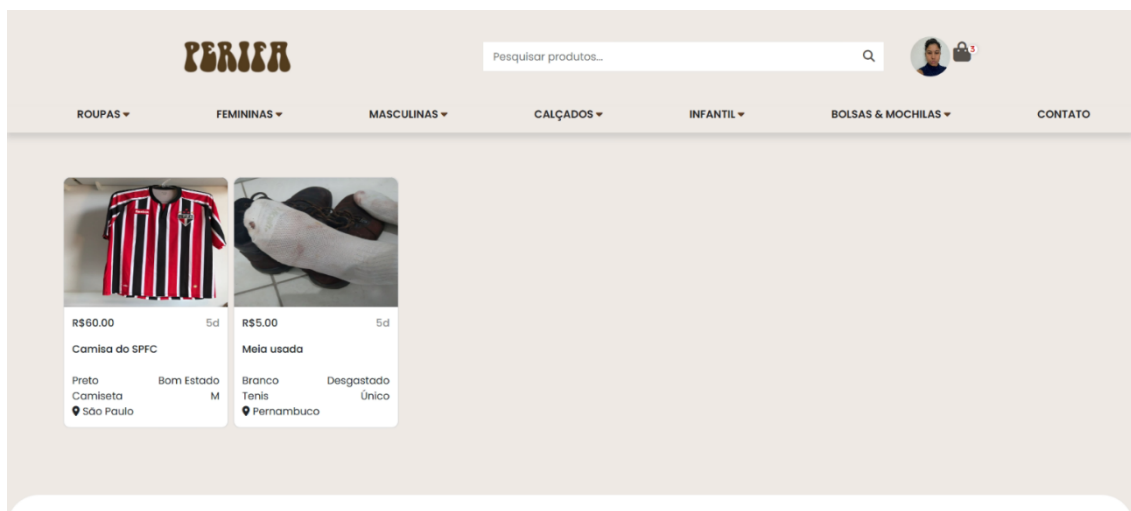


Figura 29: Pagamento (Boleto)



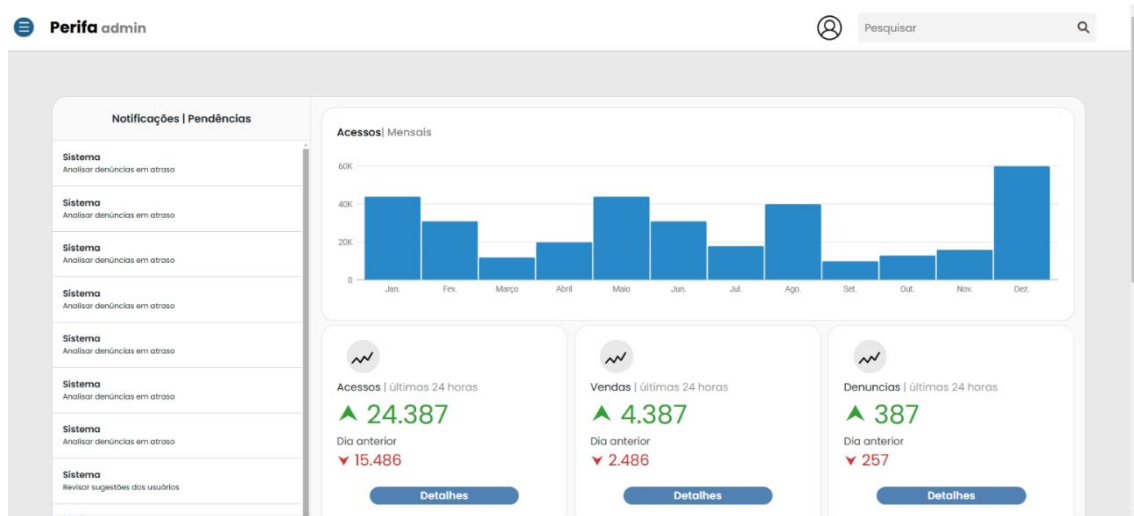
Fonte: Autores, 2024

Figura 30: Favoritos



Fonte: Autores, 2024

Figura 31: Tela ADM (Dashboard)



Fonte: Autores, 2024

Figura 32: Denúncias (ADM)

The 'Denúncias' page displays a list of reported items. Each item includes a product image, name, description, value, denunciation ID, and seller email. Action buttons for 'Ver anúncio' and 'Excluir anúncio' are provided for each entry.

Nome Vendedor	Produto	Descrição	Valor	Id Denuncia	Email
	Camisa do Corinthians	Peita do corinthians não lembro o...	60,00	3	matheustesteCarrinho@gmail.co...
	Camisa do SPFC	Camisa do São Paulo tamanho M...	60,00	4	eduardosilva2006@gmail.com

Fonte: Autores, 2024

Figura 33: Consultar (ADM)

Usuário	E-mail	Status
rer	rer@gmail.com	Ciente
Peter	petergomes@gmail.com	Ciente
peter	marcus@gmail.com	Ciente
Eduardo da Silva Nascimento	mundomelhoritd@gmail.com	Ciente
Eduardo da Silva Nascimento	eduardo@gmail.com	Ciente
Eduardo da Silva Nascimento	teste123123@gmail.com	Ciente
NADIA AUGUSTA DA SILVA	nnadiasilva@gmail.com	Ciente
Eduardo da Silva Nascimento	ua@gmail.com	Ciente

Fonte: Autores, 2024

Figura 34: DashBoard (Vendedor)

Bem vindo de volta, Junior Santos!

**Dashboard Vendedor**

Junior Santos  
\$2,000.05 | VIP Member

**Faça o cadastro de novos produtos para venda!**  
Atualize seu estoque e ofereça mais opções aos seus clientes!  
[Fazer Cadastro](#)

**Vendas**

Últimas transações: Receita total, Mais Vendidos

Camiseta piet, GG	+R\$58,77	27/07, 19:50	Débito
Camiseta piet, GG	+R\$58,77	27/07, 19:50	Débito
Camiseta piet, GG	+R\$58,77	27/07, 19:50	Débito
Camiseta piet, GG	+R\$58,77	27/07, 19:50	Débito

Fonte: Autores, 2024

Figura 35: Cadastro Produto (Vendedor)

**Dashboard Vendedor**

Nome: Camiseta Pret  
Cor: Roxo  
Região: Minas Gerais

Valor: 75  
Tamanho: GG  
Gênero: Unisex

Descrição: Usei esta peça por 2 anos  
Categoria: Camiseta  
Condição: Usado

Escolher arquivos: camiseta.png  
Nenhuma imagem selecionada

Tudo pronto? Finalize o cadastro!

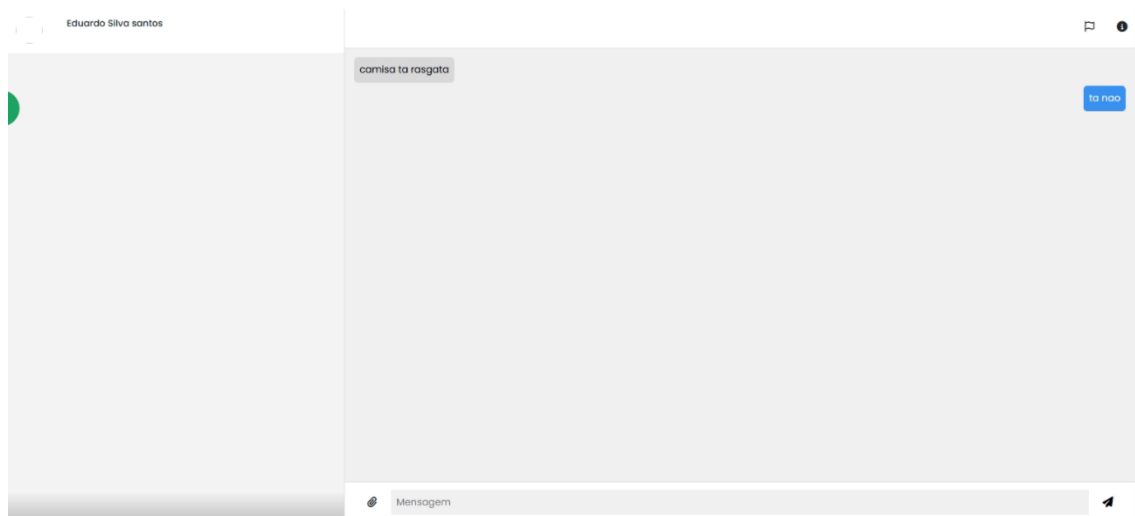
Fonte: Autores, 2024

Figura 36: Consultar Produtos (Vendedor)

**GERENCIE SEUS PRODUTOS**  
Mantenha sua loja atualizada e destaque os produtos que você quer vender mais!

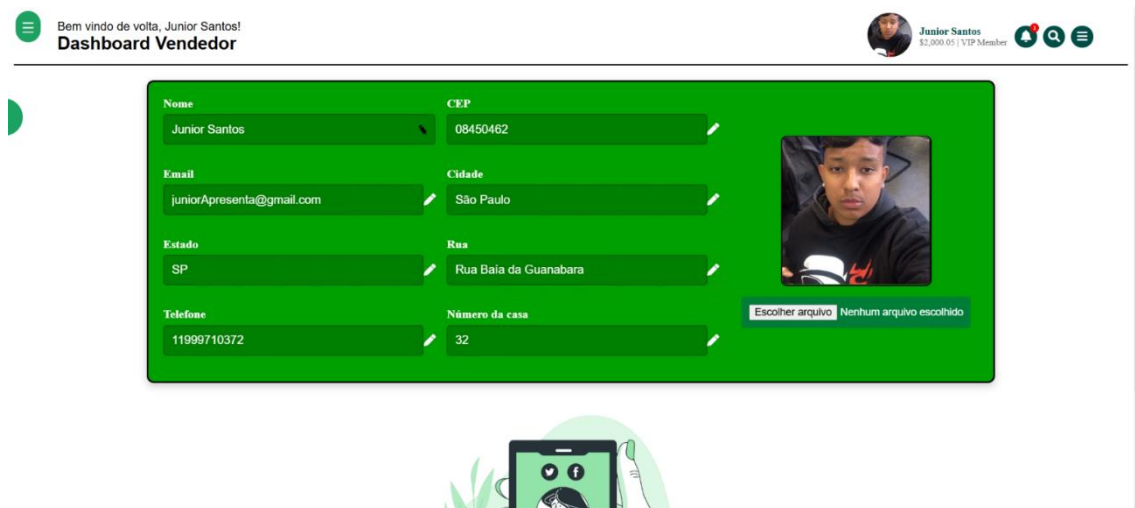
Fonte: Autores, 2024

Figura 37: – Chat (Vendedor)



Fonte: Autores, 2024

Figura 38: Editar Perfil (Vendedor)



Fonte: Autores, 2024

## **8. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente trabalho teve como objetivo desenvolver uma solução inovadora que ampliasse o acesso a roupas de qualidade para pessoas de baixa renda, promovendo inclusão social por meio da plataforma Perifa. Com base nos dados e na análise das necessidades do público-alvo, foi possível criar uma proposta viável e alinhada ao cenário de vulnerabilidade enfrentado por muitos jovens e moradores de periferias.

Os resultados alcançados reforçam a importância de iniciativas que combinem tecnologia, moda sustentável e consumo consciente. A Perifa se mostrou uma alternativa promissora, conectando consumidores e vendedores de forma prática, segura e eficiente. Além de atender à demanda por vestuário acessível, o projeto também contribui para a redução do desperdício de recursos, incentivando o reaproveitamento de peças e fortalecendo a autoestima dos usuários.

Durante o desenvolvimento do projeto, enfrentamos desafios relacionados a desentendimentos internos no grupo e à escassez de tempo, devido às atividades pessoais de cada membro. Essas dificuldades foram superadas por meio de uma comunicação mais clara, reuniões para alinhamento de expectativas e uma melhor organização do cronograma, priorizando as entregas essenciais e otimizando o trabalho em equipe.

Por fim, temos a conclusão que projetos como a Perifa é super necessário nos tempos atuais já que a moda é algo que vem crescendo no meio jovem e periférico, assim, reafirmamos a relevância da Perifa como um instrumento transformador, capaz de impactar positivamente a vida de pessoas em situação de vulnerabilidade.

## 9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COMFORT, Karen. A Psicologia Das Roupas. Disponível em: <<https://www.comfort.com.br/vida-longa-as-roupas/a-psicologia-das-roupas.html>>. Acesso em: 05 de maio de 2024.

PORTAL CNM, IBGE anuncia retorno da utilização do termo favela no censo demográfico. 23 de Janeiro de 2024. Disponível em: <<https://cnm.org.br/comunicacao/noticias/ibge-anuncia-retorno-da-utilizacao-do-termo-favela-no-censo-demografico>>. Acesso em: 05 de maio de 2024

**Um em cada cinco brasileiros com 15 a 29 anos não estudava e nem estava ocupado em 2022.** Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38542-um-em-cada-cinco-brasileiros-com-15-a-29-anos-nao-estudava-e-nem-estava-ocupado-em-2022>>. Acesso em: 20 ago. 2024.

LUDKA, E. **Como a forma como você se veste influencia na sua autoestima?** Disponível em: <<https://blog.ludkahomewear.com.br/a-forma-como-voce-se-veste-influencia-na-sua-autoestima/>>. Acesso em: 02 ago. 2024.

HELENAS. **Na contramão da indústria brechós avançam no Brasil.** Disponível em: <<https://medium.com/revistahelenas/na-contram%C3%A3o-da-ind%C3%BAstria-brech%C3%B3s-avan%C3%A7am-no-brasil-d1867c031175>>. Acesso em: 27 ago. 2024

**Brechó Socioambiental e Periférico.** Disponível em: <<https://forboysbrecho.com.br/brecho-socioambiental-e-periferico/>>. Acesso em: 20 ago. 2024.

## **10. APÊNDICE**

### **10.1 Código-fonte do software**

<https://github.com/Peter157097/Perifaa>

### **10.2 Link do vídeo pitch**

<https://www.youtube.com/watch?v=9qie1emcrnM&t=7s>

### **10.3 Ata de reunião**

#### **ATA DA REUNIÃO GERAL SOBRE O TCC**

**Data:** 20 de fevereiro de 2024

**Horário:** 07h às 09h30

**Local:** Etec de Guaianases

#### **Participantes:**

- Eduardo
- Kauê
- Marcus Santos
- Rafaela
- Nicolý
- Matheus
- Peter
- Fernando
- Prof. Junior (Orientador)
- Prof. Aline (Orientadora)

#### **Pauta:**

1. Criação da empresa
2. Caracterização da empresa (nome, slogan e identidade visual)
3. Hierarquia de posições
4. Site da empresa
5. Prototipagem
6. Programação



## 7. Orientações dos orientadores sobre reorganização de tarefas

### Desenvolvimento:

#### 1. Criação da Empresa:

Foi discutida a proposta de criação da empresa, definindo a missão e visão do negócio.

#### 2. Caracterização da Empresa:

- a. **Nome:** O nome da empresa foi decidido como **Way System**.
- b. **Slogan:** O slogan escolhido é **CAMINHO PARA seu sucesso**.
- c. **Identidade Visual:** A identidade visual foi discutida e definida, incluindo cores, tipografia e elementos gráficos que representarão a marca.

#### 3. Hierarquia de Posições:

- a. **Kauê:** DBA
- b. **Peter:** Back-End
- c. **Fernando:** Back-End
- d. **Matheus:** Front-End e Tester
- e. **Rafaela:** Front-End
- f. **Nicolly:** Gerente de Projetos
- g. **Eduardo:** CEO e Back-End
- h. **Marcus:** Analista

#### 4. Site da Empresa:

Foi realizado o planejamento da criação do site, incluindo layout, funcionalidades e conteúdo a ser disponibilizado.

#### 5. Prototipagem:

Discutiu-se a criação de protótipos dos produtos, visando testar e validar as ideias antes da implementação final.

#### 6. Programação:

Foram abordadas as tecnologias a serem utilizadas no desenvolvimento do site e dos sistemas da empresa.

#### 7. Orientações dos Orientadores (14 de maio):

Os orientadores sugeriram a reorganização das tarefas do grupo para otimizar o fluxo de trabalho e garantir que todos os prazos sejam cumpridos. Foi recomendado dividir as responsabilidades de forma a equilibrar a carga de trabalho entre os membros da equipe.

### Prazos e Metas Futuras:

1. **Finalização da criação dos protótipos:** 4 de junho de 2024
2. **Apresentação da hierarquia e das funções:** 12 de março de 2024
3. **Conclusão do desenvolvimento do site:** 20 de novembro de 2024

**Decisões:**

A equipe se comprometeu a trabalhar nas pautas discutidas e a apresentar progresso na próxima reunião.

**Ações e Responsáveis:**

- Kauê: Gerenciar o banco de dados.
- Peter e Fernando: Desenvolvimento do back-end.
- Matheus e Rafaela: Desenvolvimento do front-end e testes.
- Nicolý: Gerenciamento de projetos e coordenação das atividades.
- Eduardo: Liderança como CEO e desenvolvimento do back-end.
- Marcus: Análise de dados e suporte nas atividades.

**Próxima Reunião:**

- **Data:** 17 de novembro de 2024
- **Tópicos:** Últimos alinhamentos antes da apresentação.

**Encerramento:**

A reunião será encerrada no dia 22 de novembro de 2024, às 18h.