

UNIVERSIDADE DE ITAÚNA
Faculdade de Engenharia
Bacharelado em Ciência da Computação

Alexsander Lucas

Arley Augusto

Davi Ventura

Edmilson Lino

Maisa Rocha

Pedro Otávio

FRETE SHARED



Itaúna

2020

SUMÁRIO

1. Apresentação.....	3
1.1. Problema.....	3
1.2. Objetivo do trabalho.....	3
1.3. Público alvo	3
2. Requisitos.....	4
2.1. Requisitos Funcionais	4
2.2. REFERÊNCIAS	5

1. Apresentação

1.1. Problema

Uma das grandes diferenças entre compras em lojas físicas e compras em lojas virtuais, é que na maioria dos casos, comprando fisicamente, o cliente sai com o produto em mãos, enquanto as compras virtuais se fazem necessárias envolver terceiros para realizarem a entrega do produto, resultando em um acréscimo no valor final, podendo ser esse valor o motivo da desistência do cliente em realizar as compras online. Sabemos que a tendência para o futuro é que compras pela Internet se tornem cada vez mais comuns, e em alguns momentos o valor do frete torna-se mais caro que o próprio produto, colocando em questionamento a validade do custo-benefício desse tipo de mercado.

1.2. Objetivo do trabalho

O objetivo deste trabalho é a validação de uma plataforma no estilo de uma rede social para fretes compartilhados, com o objetivo de aproximar pessoas com interesses em comuns para tal feito. Especificamente, os objetivos são:

- Partilhar o custo do frete e aproximar compradores com interesses em comum;
- Elaborar um layout que se aproxime de uma rede social, para maior aceitação dos usuários;
- Oferecer um método seguro e funcional, obtendo resultados satisfatórios para usuários e idealizadores do mesmo;
- Aumentar o interesse das pessoas por adquirirem produtos através da internet;
- Programar um protótipo para validar a eficácia das ferramentas escolhidas;
- Validar o protótipo com usuários.

1.3. Público alvo

O público alvo final é de um nicho bastante amplo de usuários que adquirem produtos através da internet, independente de sexo, idade, profissão e interesses. Porém, nosso foco maior, e o que nos inspirou a idealizar esse método, são as pessoas que utilizam da internet para vender seus produtos e serviços, pois através da extinção das taxas extras do frete, elas não terão que se preocupar com o valor agregado que seu produto custará, tornando assim seus serviços mais comercializáveis e demandados.

2. Requisitos

2.1. Requisitos Funcionais

- 1- Permitir que qualquer usuário do sistema possa criar uma preferência de compra, tanto quanto por uma categoria de produto quanto por uma loja específica
- 2- Permitir que cada usuário possa, através de um mapa interativo, listar as pessoas com interesses de compra em comum.
- 3- Fornecer cadastro de novos usuários utilizando apenas suas redes sociais, para obter mais informações de dados e de segurança.
- 4- Permitir que cada usuário possa, através de um ranking de segurança, analisar se o outro usuário com quem ele compartilhará o frete é confiável.
- 5- Utilizar de créditos que o usuário transferirá para a sua conta, através de cartão de credito, cartão presente, boleto, etc. para efetuar o pagamento do frete.
- 6- Permitir que os usuários visualizem o rastreo dos seus produtos, desde o ato da compra até o destino final.
- 7- Utilizar do método de trilateração (distância de comprimento de uma circunferência) para identificar usuários que estejam próximos a outros.
- 8- Fornecer uma possibilidade de parceria com empresas que fornecem produtos online, tendo em vista que o programa irá capitalizar mais clientes para seus sites, aumentando suas vendas consequentemente.

REFERÊNCIAS

BALLET, A. Frete grátis é uma das maiores demandas do consumidor brasileiro, aponta estudo. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/noticias/negocios/frete-gratis-e-uma-das-maiores-demandas-do-consumidor-brasileiro-aponta-estudo/98906/>>. Acesso em: 11 de março de 2020.

MARTINS, S. Uma breve história do e-commerce. Disponível em: <<http://computerworld.com.br/uma-breve-historia-do-e-commerce>>. Acesso em: 8 de abril de 2020.

MINTEL. 43% dos brasileiros fazem compras pela internet, revela Mintel. Disponível em: <<http://brasil.mintel.com/imprensa/estilos-de-vida/43-dos-brasileiros-fazem-compras-pela-internet-revela-mintel>>. Acesso em: 8 de abril de 2020.

TELECO. Localização em redes GSM II: Métodos de localização. Disponível em: <https://www.teleco.com.br/tutoriais/tutoriallocgsm2/pagina_2.asp>. Acesso em: 23 de abril de 2020.