



Gerenciamento de Fornecedores em *MarketPlace* (Projeto 2020)

O objetivo do projeto é desenvolver uma plataforma de *e-commerce* colaborativa que sustenta um modelo de negócio similar a um shopping virtual, também denominado *MarketPlace*. De forma bastante simplificada, este modelo envolve a interação entre consumidores e lojistas associados por meio de uma interface comum, com objetivo de aumentar a visibilidade e vendas, diminuir custos por meio do compartilhamento de recursos, e crescimento dos negócios. Assim, os lojistas são responsáveis pela disponibilização e manutenção das informações dos produtos comercializados, tais como, quantidade em estoque, preços, tamanhos, fotografias, entre outras. Os clientes, por sua vez, podem comprar produtos como em uma loja virtual tradicional, mas podendo escolher entre diferentes lojas/fornecedores.

Para que esse modelo de negócio funcione, é fundamental haver uma gestão de fornecedores ou parceiros (também denominado *sellers*) para que o cliente final do *MarketPlace* tenha uma boa experiência, independente do fornecedor escolhido ou atribuído ao produto de interesse. Um efetivo e eficiente gerenciamento de fornecedores necessita que a plataforma mantenha um histórico das vendas de cada fornecedor e/ou parceiro. Informações contidas nesse histórico podem auxiliar bastante na tomada de decisão tanto para quem gerencia a plataforma de *MarketPlace* em relação aos fornecedores/parceiros que devem ser mantidos e recomendados, quanto para o cliente, que pode utilizar essas informações para auxiliar na escolha entre os fornecedores. Exemplos de informações disponíveis são a quantidade de vendas entregues dentro do prazo, média de preços praticados, localização geográfica e alcance da entrega, facilidade na resolução de problemas, entre outras.

Considerando o auxílio à tomada de decisão, o *MarketPlace* pode auxiliar com um ranqueamento e recomendação de fornecedores com base em informações específicas de uma compra como a forma de pagamento e o endereço de entrega. Além disso, pode utilizar o histórico dos fornecedores para auxiliar na definição de classes de parceiros/fornecedores diferenciadas, onde parceiros em classes mais altas podem ter vantagens ou prioridade na recomendação, por exemplo.

Ainda, a plataforma de *MarketPlace* deverá prover ao lojista funcionalidades para acompanhamento das suas vendas, tanto dos produtos vendidos e entregues, quanto dos valores financeiros que serão repassados. Assim, é fundamental que as transações financeiras efetuadas no site sejam seguras, como também seja mantida a privacidade dos dados pessoais dos clientes e lojistas. Adicionalmente, o layout deve ser responsivo oferecendo, também, suporte para smartphones e tablets.

Finalmente, os administradores do *MarketPlace* deverão, assim como lojistas e clientes, ser autenticados. Todas as operações realizadas deverão ser registradas para possibilitar a auditoria do sistema.