**COLÉGIO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL**

**PEDRO BOARETTO NETO**

**CURSO TÉCNICO EM INFORMÁTICA**

**BRUNA GABRIELLY COUTO**

**PIETRO ANTHONIO PESCADOR KOSAN**

**ASTORA**

**CASCAVEL - PR**

**2023**

**BRUNA GABRIELLY COUTO**

**PIETRO ANTHONIO PESCADOR KOSAN**

**ASTORA**

Projeto de Desenvolvimento de Software do Curso Técnico em Informática do Colégio Estadual de Educação Profissional Pedro Boaretto Neto – Cascavel, Paraná.

Orientadores: Profª Aparecida S.Ferreira

Prof. Reinaldo C. da Silva2

Prof. Célia K.Cabral3

**CASCAVEL - PR**

**2023**

**BRUNA GABRIELLY COUTO**

**PIETRO ANTHONIO PESCADOR KOSAN**

**ASTORA**

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado e aprovado pelo Curso Técnico em Informática do Colégio Estadual de Educação Profissional Pedro Boaretto Neto.

Cascavel, Pr., xx de Xxxxx de 2023

**COMISSÃO EXAMINADOR**

|  |  |
| --- | --- |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Profª. Aparecida da S. Ferreira1  Especialista em Tecnologia da Informação  *Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel*  Orientadora | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Prof. Reinaldo  Web Design |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Profª. Célia Kouth Cabral  Pós-graduada em Sistemas Distribuídos JAVA.  Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR  Banco de dados | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Profª Ana Cristina Santana  Especialista em Gestão e Docência no ensino superior, médio e técnico.  Coordenadora de curso |
|  |  |

Sumário

* **INTRODUÇÃO**
* **Apresentação do Problema**

A proposta do Astora é fazer um site de floricultura online, com produtos da linha paisagismo e jardinagem, o site que conectara os dois mundos as plantas naturais, sementes, flores, com o mundo digital o acesso fácil que os e-commerce proporciona. Para Costa (2012).

Durante a última década, o Comércio Eletrônico (CE) tem se mostrado uma área de importância crescente para os pesquisadores de Sistemas de Informação e de Administração de Empresas. Numerosos estudos analisaram o impacto do CE nas organizações, como ele transformou a forma dos negócios operarem e como ele dissemina informação para os clientes e entre eles. (Costa,2012)

O site, vai trabalhar com fornecedores locais, com as opções de entrega e de retirada em loja física de acordo com a preferência e localização do cliente; será um site onde com a opção de as floriculturas serem fornecedoras e colocando seus produtos a venda, aumentando assim seu rol de clientes. Costa, sita ainda a importância do comércio eletrônico para as pequenas empresas.

A internet e suas tecnologias associadas têm mais a oferecer para essas empresas do que os ambientes tradicionais estabelecidos de comunicação e processamento de informação. (Costa,2012)

A jardinagem e o paisagismo de certa forma ainda não são um hobbie muito explorado, principalmente pelas pessoas que não tem muito tempo ou disponibilidade de sair de sua casa para comprar esses itens. A maioria das floriculturas ainda são lojas físicas, mesmo, sendo a jardinagem um dos passatempos mais terapêuticos e que colaboram na melhora em questões psicológicas como estresse, ansiedade entre outros transtornos, devido a grande quantidade de atividades geralmente feitas ao ar livre. Além de ser uma excelente escolha esteticamente. Suas variedades de plantas, cores, flores, que deixam um ambiente mais decorado, leve e harmônico.

Matsunaga (1995), cita que o Brasil tem potencial enorme mercado, para um grande número de plantas como helicônias, bromélias e antúrios, que têm o chamariz de produto tropical. Neste ano era de conhecimento geral que as condições são lastreadas na tecnologia & disposição do produtor: estufas com controle total das condições ambientais internas, propagação vegetativa por meio da biotecnologia, nível de conhecimentos técnicos em fisiologia e nutrição vegetal

**2 OBJETIVOS**

.

Temos como objetivo, criar uma plataforma online de comércio para facilitar a acessibilidade dos usuários nas compras de itens de paisagismo e jardinagem.

* Fácil acesso entre o fornecedor e o local de entrega do cliente;
* Busca de lojas mais próximas do cliente para uma entrega mais rápida dos produtos;
* Nicho maior de produtos não sendo focado em apenas um certo ramo da jardinagem;
* Catálogo diversificado com várias espécies de plantas, podendo escolher desde flores, até árvores e arbustos;
* Venda de ferramentas de jardinagem como regadores e tesouras;

**3 METODOLOGIA**

A pesquisa documental se baseia nas fontes primarias, como tabelas estatísticas, relatórios de vendas, documentos oficiais, fotos, pesquisa de mercados, entre outros. Sendo utilizada para compreender uma realidade, podendo complementar a pesquisa bibliográfica.

Com isso, realizaremos essa pesquisa para descobrir os principais fornecedores de produtos de jardinagem e paisagismo, os tipos de clientes que mais utilizam de lojas virtuais e então compararmos os dados coletados das diferentes fontes, a fim de ver as diferenças e semelhanças, para podermos aprimora-las em nosso projeto.

**4 REFERENCIAL TEÓRICO**

O comércio eletrônico é uma forma de negócio que vem crescendo rapidamente nos últimos anos. O setor de e-commerce apresentou um crescimento de 47% em 2020, segundo dados da Ebit/Nielsen. Dentro desse contexto, o comércio eletrônico de flores e arranjos florais vem se destacando como um nicho promissor, devido à sua ampla utilização em diferentes contextos, como presentes, decorações e eventos.

Nesse sentido, este trabalho tem como objetivo apresentar um referencial teórico sobre um e-commerce de floricultura, visando identificar as principais características, estratégias e técnicas utilizadas nesse setor. Para tanto, serão abordados os seguintes tópicos:

**Comércio eletrônico e suas características:**

O comércio eletrônico é uma modalidade de negócio que utiliza a internet como meio de comunicação e transação comercial. Ele apresenta algumas características distintas do comércio tradicional, como a facilidade de acesso, a ampla variedade de produtos e serviços, a possibilidade de comparação de preços e a comodidade para o consumidor.

No comércio eletrônico, existem diversos modelos de negócio, como B2B (Business to Business), B2C (Business to Consumer), C2C (Consumer to Consumer), entre outros. No caso de um e-commerce de floricultura, o modelo mais comum é o B2C, em que a empresa vende diretamente para o consumidor final.

CHAFFEY, D.; ELLIS-CHADWICK, F.; MAYER, R.; JOHNSTON, K. E-Business and E-Commerce Management. Pearson, 2021.

TURBAN, E.; KING, D.; LEE, J.; LIEW, T. W.; TURBAN, D. C. Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective. Springer, 2015.

**Marketing digital e suas estratégias:**

O marketing digital é um conjunto de estratégias e técnicas utilizadas para promover produtos e serviços na internet. No contexto de um e-commerce de floricultura, o marketing digital é fundamental para atrair e fidelizar clientes.

Algumas das principais estratégias de marketing digital incluem SEO (Search Engine Optimization), marketing de conteúdo, mídias sociais, e-mail marketing, entre outras. A otimização para motores de busca (SEO) é uma técnica importante para garantir a visibilidade da loja virtual nos resultados de busca do Google. Já o marketing de conteúdo consiste em criar conteúdo relevante para o público-alvo, a fim de atrair e educar os consumidores. As mídias sociais são utilizadas para divulgar produtos e serviços, além de estabelecer uma relação mais próxima com o público. O e-mail marketing é uma ferramenta eficaz para divulgar promoções e novidades da loja virtual.

CHAFFEY, D.; ELLIS-CHADWICK, F. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson, 2019.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Wiley, 2016.

**Gestão de estoques e logística:**

A gestão de estoques e a logística são aspectos críticos para o sucesso de um e-commerce de floricultura. A gestão de estoques é responsável por controlar a quantidade de produtos disponíveis para venda, a fim de evitar excessos ou faltas de estoque. Para tanto, existem diversas técnicas e metodologias que podem ser utilizadas, como o Just in Time e o Kanban.

Já a logística é responsável por garantir a entrega dos produtos aos clientes, de forma rápida, segura e eficiente. Para tanto, é necessário gerenciar a cadeia de suprimentos, controlando o transporte e o armazenamento dos produtos. Além disso, é importante definir uma.

BALLOU, R. H. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos/Logística Empresarial. Bookman, 2017.

CHOPRA, S.; MEINDL, P. Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation. Pearson, 2015.

**5 DOCUMENTAÇÃO do projeto**

**5.1 Requisitos**

**5.1.1 Requisitos funcionais**

**5.1.2 Requisitos não funcionais**

Fonte: O autor, 2022

* **Diagrama de Contexto**

**Fonte: O autor, 2022**

* **Diagrama de Fluxo de dados**

**Fonte: O autor, 2022**

* **Diagrama de Entidade e relacionamento**

**Fonte: O autor, 2022**

* **Dicionário de Dados**

**Fonte: O autor, 2022**

* **Diagrama de Caso de Uso**

**Fonte: O autor, 2022**

DIAGRAMA 02

**Fonte: O autor, 2022**

* Cadastrar
* Logar
* Cadastro de funcionário/profissional
* Consultar profissionais
* Agendamento
* **Diagrama de Classe**

**Fonte: O autor, 2022**

* **Diagrama de Sequência**

**Fonte: O autor, 2022**

* **Diagrama de Atividade**

**Fonte: O autor, 2022**

* **Telas**
* **Conclusão**
* **REFERÊNCIAS**