Declaração do Escopo

Maders

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Aluno | RA | E-mail | Celular |
| Danilo José de Souza | 1901771 | danilo.jose@aluno.faculdadeimpacta.com.br | (11) 93209-9181 |
| Rafael Belmonte Izukawa | 1901793 | rafael.izukawa@aluno.faculdadeimpacta.com.br | (11) 97038-3635 |
| Matheus da Silva Santos | 1901712 | matheus.ssilva@aluno.faculdadeimpacta.com.br | (11) 98284-8549 |
| Rafael Araújo Silva | 1901722 | rafael.asilva@aluno.faculdadeimpacta.com.br | (11) 98570-8927 |

|  |
| --- |
| Tema |
| **E-commerce de Petshop** |

Nos dias de hoje, no mercado atual, há muitos tipos de E-commerce para determinados grupos de comércio. Há E-commerces para o comércio de roupas, produto de beleza e perfumes, componentes de computador entre outros. Um dos E-commerces mais frequentados pelos usuários da internet é o E-commerce para o mercado pet.

O E-commerce (ou Comércio Eletrônico) é um modelo de comércio que se utiliza da internet como meio de propagação e finalização das compras. Portanto, um empreendedor pode montar um negócio digital para a venda de seus produtos sem depender de uma loja física para realizá-la. Logo, a transação é realizada inteiramente de maneira virtual através de cartão de crédito, boletos bancários e, atualmente, alguns e-commerces já estão aceitando carteiras virtuais (“*e-wallets*”) e criptomoedas (Bitcoin) como meio de pagamento. Deve-se citar também que os E-commerces, atualmente, não se limitam apenas na venda de produtos, mas também na oferta de serviços.

A evolução do E-commerce beneficia nosso país pois além de estimular o mercado local, ajudam o pequeno empreendedor e, assim, empresas pequenas podem competir com as grandes empresas. E, como um E-commerce pode funcionar 24 horas por dia, eles trazem a vantagem para ao vendedor de realizar transações fora do horário comercial, impulsionando seus lucros.

Os E-commerces surgiram nos Estados Unidos na década 1990, época em que coincide com o surgimento da Internet para uso civil. No Brasil, o primeiro E-commerce brasileiro foi a Booknet que entrou no ar em maio de 1995 fundado por Jack London e mais tarde comprada pela Submarino. Entretanto, a popularização dos E-commerces só veio mais tarde, no final da década de 90 com o surgimento de grandes E-commerces como a Americana.com e o Mercado Livre.

Segundo a 37º edição da pesquisa Webshoppers (2018), feita pela Ebit em parceria com a Elo, o faturamento dos E-commerces, em 2017, foi de R$ 47,7 bilhões. No Brasil, o crescimento dos E-commerces para o ano de 2018 foi de 15% e, para 2020, há uma projeção que mostra que o faturamento dos E-commerces brasileiros ultrapassará a casa dos 100 bilhões de Reais, segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm). A estimativa é que as vendas online irão gerar um volume financeiro de R$ 106 bilhões.

O segmento pet vem ganhando grande destaque para o mercado consumidor. O Brasil é um dos países com maior número de animais de companhia e, portanto, um dos maiores mercados consumidores de produtos para pets do mundo. Segundo os estudos do Mercado Pet Brasil de 2018, realizado pela Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (ABINPET), o faturamento do mercado pet brasileiro teve um crescimento de 7,9% no ano de 2017 em relação a 2016, tornando o Brasil o 3º país no mundo em faturamento de produtos para animais, atrás apenas do EUA e Reino Unido. O crescimento do mercado mundial em 2017 foi de mais 13% em relação ao ano anterior e o Brasil obteve um percentual de 5,1%. Porém, até 2018, o Brasil já alcançou o segundo lugar no ranking do mercado pet mundial.

Até 2018, a população de animais de nosso país chegou a 139,3 milhões, nos tornando a 2ª maior população de cães, gatos, aves canoras e ornamentais no mundo e a 4ª maior do mundo em população total de animais de estimação. No Brasil, a população de cães domésticos é de 54,2 milhões, de gatos é de 23,9 milhões, aves canoras e ornamentais de 39,8 milhões e peixes ornamentais 19,1 milhões.

Observou-se que com esse grande crescimento na procura e consumo de produtos pet, isto resultou na criação de E-commerces para esse mercado. Hoje grandes varejistas como a Petz e a Cobasi já possuem sites para a venda online de produtos com serviço de entrega em domicílio. Entretanto, há empresas que não possuem loja física e trabalham unicamente na venda de produtos pets por meio do E-commerce como é o caso da Petlove. Portanto, notamos que os maiores players no ramo de E-commerce especializados no mercado pet brasileiro são: Petz, Cobasi e Petlove.

Foi observado que os E-commerces atuais no ramo de petshop ainda sofrem com ferramentas de pesquisa pouco acurados e precisos, resultando na exposição de certos produtos que não correspondem ao que foi procurado pelo cliente ou na confusão do sistema em encontrar certos produtos que não são aquilo que o cliente deseja. Outro detalhe observado é que o design desses sites geralmente gera um excesso de informação não pertinente ao produto no qual o consumidor está procurando, gerando assim, uma poluição visual que pode atrapalhar ou mesmo distrair o consumidor na hora da sua compra.

Nosso cliente, **Marisa Honda Souza**, é uma proprietária de um pequeno estabelecimento de petshop no bairro da Vila Mariana chamado “**Amigos cat&dog petshop**”. Ela começou em 2010 com um pequeno negócio de venda de roupinhas para cães por encomenda. Em 2016, com ajuda da família, ela expandiu seu negócio para um pequeno comércio de Petshop. Hoje, o estabelecimento vende, além de ração, outros artigos para o mercado pet como coleiras, roupas, acessórios e medicações.

Entretanto, o cliente não possui um site para sua loja e quer expandir seu negócio através da venda virtual de seus produtos já que em dias de chuva ou feriados, o movimento do seu negócio cai significativamente. O grupo **Maders** ouvindo suas as queixas, sugeriu que a solução do problema será o desenvolvimento de um sistema de loja virtual (E-commerce) para o cliente no qual , além de divulgar sua loja, contará com um sistema no qual poderá realizar a venda dos seus produtos além de conseguir manter contato com os consumidores.

Este sistema contará com diversas ferramentas tanto para o controle e manutenção da loja virtual quanto para a pesquisa e compra dos seus produtos pelos consumidores. O sistema também contará com uma ferramenta de procura de produtos mais rápida, acurada, precisa e de fácil uso. Também foi proposto que ao criar o site, este será desenvolvido com um design mais limpo que os E-commerces atuais para evitar poluição visual e, assim, evitar que isso atrapalhe o consumidor quando está procurando os produtos. Assim, criando um ambiente virtual confortável ao usuário que o propõe facilidade na navegação, rapidez nas buscas e segurança tanto para o vendedor quanto para o cliente.