

VI JORNADA ACADÊMICA 2012
Sustentabilidade e Ética: Oportunidade e desafios na formação profissional
22 a 27 de outubro
Unidade Universitária de Santa Helena de Goiás

LOJA VIRTUAL PARA VENDA DE ARTIGOS DE SELARIA DA EMPRESA
NILSON CORREA NEVES

André Fernandes Neves¹; Pollyana de Queiroz Ribeiro².

¹ Discente do 3 ano de Sistemas de Informação UEG – UnU Santa Helena; ²Docente da UEG – UnU Santa Helena; shumacer@gmail.com

Resumo – Este trabalho visa demonstrar a elaboração de um sistema para loja virtual, com o objetivo de atender a necessidades dos consumidores da empresa Nilson Correa Neves, situada na cidade de Nome Quirinópolis. Mediante as exigências do mercado, a referida empresa, tem sentido a necessidade de investir em recursos tecnológicos para que se mantenha em vantagem competitiva com a concorrência. Visto que, as empresas tem tido a preocupação de atenderem de maneira eficiente e eficaz as necessidades do cliente. Sendo assim, o presente trabalho elenca alguns conceitos pertinentes as vendas eletrônicas, bem como as ferramentas utilizadas no desenvolvimento da loja virtual.

Palavras-chave: Comércio Eletrônico, Web, PHP, MySQL.

INTRODUÇÃO

As Lojas Virtuais contêm todas as funcionalidades para a compra de um produto. Por meio destas, os consumidores que dispõem de pouco tempo para se deslocarem a uma loja física ou ligar para adquirir o seu produto, adquirem produtos e serviços com maior agilidade no conforto de sua casa em qualquer horário. Existem empresas que não possuem loja física, apenas loja virtual sendo física apenas a parte administrativa da empresa, como escritórios, depósitos etc. E outras que utilizam a loja virtual como complemento/extensão da loja física.

Vale ressaltar que, por meio de uma loja virtual o consumidor pode adquirir um produto em qualquer horário e de qualquer local. Com isso, a empresa disponibiliza um meio de compra que estará disponível para o cliente 24 horas por dia 7 dias da semana. Ou seja, é possível atender uma quantidade maior de clientes por dia, sem custos adicionais com vendedores, horas extras e horas noturnas. Sem o intermédio de vendedores e ou intermediadores, podendo assim, baixar os custos sobre os produtos e repassar essa redução ao consumidor.

Assim, a empresa Nilson Correa Neves visa utilizar uma loja virtual como estratégia para aumentar o volume de vendas, elevar o faturamento, ampliar a área de atuação da empresa, elevar a produção à máxima capacidade, conquistar novos clientes, assim como, simplificar e agilizar a compra para o consumidor.

A loja virtual hoje é uma exigência de muitos consumidores a empresa seja ela indústria ou comércio precisa atender a essa necessidade, pois existe concorrência e seu concorrente pode ter disponibilizado esse serviço para o consumidor. Portanto, o objetivo deste projeto é desenvolver uma ferramenta que auxilie e atenda as necessidades dos consumidores.

VI JORNADA ACADÊMICA 2012
Sustentabilidade e Ética: Oportunidade e desafios na formação profissional
22 a 27 de outubro
Unidade Universitária de Santa Helena de Goiás

DESENVOLVIMENTO

O Comércio Eletrônico – CE é basicamente um comércio de bens e serviços por meio eletrônico. Na visão de Nascimento (2008, p.17) o CE;

Trata-se de uma forma de venda ou compra de produtos ou serviços, onde as partes negociadoras não precisam necessariamente estar fisicamente fechando a transação, quase todo o processo é feito utilizando algum tipo de aparelho eletrônico, como telefone, fax e computador.

O CE pode ser classificado segundo a natureza de operação, em vários tipos, todos levam em conta o remetente e o destinatário da transação, alguns desses tipos estão descritos a seguir. Empresas para Empresas (negócio-a-negócio), Consiste no comércio que as transações efetuadas são de uma empresa para outra, como exemplo pode ser citado uma fabrica de queijo, que tem um laticínio como fornecedor, as compras da fabrica funciona de empresa para empresa.

Empresas para consumidores (negócio-a-consumidor) consistem no comércio cujas transações são feitas de empresa para consumidor, pode ser citado com exemplo a seguinte situação: uma pessoa faz compras em um supermercado. A transação é do supermercado para o cliente, portanto empresa para consumidor.

Em relação às transações de negócio-a-negócio e de negócio-a-consumidor, as empresas acreditam que as do primeiro tipo representam um numero menor de transações, porém com valores maiores, além do fato de as empresas já estarem familiarizadas com algum tipo de integração eletrônica. Assim, elas têm dedicado grandes esforços prioritariamente no ambiente negócio-a-negócio, sem deixar de investir, no entanto, no ambiente de negócio-a-consumidor. (ALBERTIN, 2010, p.274).

Consumidores para consumidores (consumidor-a-consumidor), este tipo de comércio, se caracteriza por ser efetuadas transações normalmente de bens, de consumidor para outro consumidor. Uma exemplificação clara desse tipo de comércio é a venda de um computador de uma pessoa para outra. Tanto o vendedor quanto o comprador são consumidores, pois ambos podem usufruir dos benefícios de seu uso.

Ao fazer a compra através da *web* o consumidor pode economizar muito tempo, o tempo que ele usaria para ir até uma loja física é reduzido ao tempo de acessar a pagina virtual da loja. Também é possível através da internet e logísticas de transporte vender para todo o mundo, considerando que qualquer pessoa no mundo com acesso a internet poderá acessar a loja virtual.

Outra contribuição considerada pelas empresas é seu poder na divulgação de produtos e serviços, devido à facilidade de incluir novas funcionalidades e ao numero crescente de clientes que as utilizam, permitindo assim um acesso mais fácil dos clientes aos produtos e serviços. Esses também são os motivos das empresas as considerarem um grande potencial como novo canal de vendas, principalmente para aqueles clientes que procuram formas de evitar sua presença física para atendimento. (ALBERTIN, 2010, p.273).

Caso a empresa deseje lançar um produto ou serviço no mercado nacional ou mundial, a internet é um recurso muito útil para a divulgação desse produto ou serviço, pois o custo é baixo em relação aos outros meios de comunicação. E para a

VI JORNADA ACADÊMICA 2012
Sustentabilidade e Ética: Oportunidade e desafios na formação profissional
22 a 27 de outubro
Unidade Universitária de Santa Helena de Goiás

empresa utilizar a internet para a divulgação basta esta investir no desenvolvimento de um software que funcione online ou através da *web*, e alugar ou adquirir um servidor *web*, para que essa aplicação seja disponibilizada online.

MATERIAIS E MÉTODOS

No desenvolvimento de um software pode ser necessário o emprego de uma ou várias linguagens de programação e ferramentas e, de um ou mais modelos de processo de software. As linguagens de programação, marcação e scripts utilizadas no projeto são: PHP, HTML, CSS e JavaScript. As Ferramentas utilizadas são: DreamWeaver, Asth Community e MySQLWorkbench. E o modelo de processo de *software* utilizado é o clássico ou cascata.

DreamWaver, Essa ferramenta agiliza o desenvolvimento de aplicativos *web* com a utilização de PHP e outras linguagens de programação, além de facilitar a criação das páginas HTML's.

MySQLWorkbench, Ferramenta útil para criação de MER (Modelo Entidade Relacionamento), gerenciamento e administração do banco de dados MySQL.

Astah Community é utilizada para a criação de grande parte da UML (*Unified Modeling Language*), como o diagrama de classe, de sequencia, de caso de uso, todos utilizados neste projeto.

JavaScript, é uma linguagem que é executada na máquina cliente, utilizada para complementar o desenvolvimento de páginas *web*, na validação de formulários, pequenas animações dentre outras funções.

HTML, linguagens de marcação gerada ou não por PHP, HTML é a base da página, ela é uma das linguagens que o *browser* interpreta.
CSS linguagem de Estilo em cascatas, que complementa a linguagem HTML, e sua funcionalidade, é de controlar melhor a estrutura da pagina, e adicionar estilos a ela, como cores.

O Mysql é um banco de dados relacional, multiusuário, multitarefa, gratuito e muito utilizado no desenvolvimento *web*.

O modelo cascata é bem estruturado dividido em etapas/fases e as atividades de cada etapa são bem delimitadas e estruturadas, e uma etapa não pode ter inicio sem o termino da anterior.

O primeiro modelo do processo de desenvolvimento de software a ser publicado foi derivado de processos mais gerais da engenharia de sistemas.... O modelo em cascata é um exemplo de um processo dirigido a planos – em princípio, você deve planejar e programar todas as atividades do processo antes de começar a trabalhar nelas. (Sommerville, 2011, p. 20)

O modelo cascata foi o primeiro a ser criado, e visa uma estruturação no desenvolvimento de um *software*. Além disso, esse modelo permite uma visão prévia do projeto como um todo, pois o projeto é totalmente planejado antes de sua implementação, o que permite criar uma sequencia bem definida das atividades.

VI JORNADA ACADÊMICA 2012
Sustentabilidade e Ética: Oportunidade e desafios na formação profissional
22 a 27 de outubro
Unidade Universitária de Santa Helena de Goiás

Este projeto utiliza para sua representação os seguintes diagramas: Diagrama de caso de uso (DCU), sua função é de representar as funções que o agente (pessoa que utilizara o sistema), pode ou deve fazer. Diagrama de Classe (DC) tem a utilidade de representar graficamente, as classes do sistema, o que assim como o Diagrama de Caso de Uso (DCU) proporciona uma visão do sistema mais simplificada, como um todo. O Diagrama de Sequencia auxilia no entendimento dos passos/etapas necessários/possíveis para efetuar alguma ação no sistema.

Figura 1

VI JORNADA ACADÊMICA 2012
Sustentabilidade e Ética: Oportunidade e desafios na formação profissional
22 a 27 de outubro
Unidade Universitária de Santa Helena de Goiás

pesquisar...
buscar

Home | Minha Sacola | Minha Conta | Logar/cadastrar | Contato

bom dia! [usuario](#)

PRODUTOS

- Alforje
- Arreio
- Baixeiro
- Capa De Chuva
- Sela

SACOLA

Php Qtd Produtos

Php Total R\$

Enviar Pedido

Alforje De Lona Pequeno
codigo: **35467**
Mais Detalhes
Comprar

Arreio Pantaneiro
codigo: **3456**
Mais Detalhes
Comprar

Arreio Banana
codigo: **645**
Mais Detalhes
Comprar

Arreio Junco
codigo: **4367**
Mais Detalhes
Comprar

Arreio Lumbi
codigo: **983**
Mais Detalhes
Comprar

1

Selaria Araponga
Rua Rio Preto, nº 73 -- centro
Fone: (64)3651-2195 -- Quirinópolis - GO

A Figura 1 representa a pagina principal da loja virtual, sendo que a primeira imagem que aparece é o banner e este é cadastrado pelo administrador do site, que pode ser qualquer funcionário da empresa. Além do banner pode também ser cadastrado alterado ou excluído os produtos, que estão no centro da pagina. E os itens do menu produtos. Ou seja a administração do site, como inserção de novos produtos, de nova categoria, de banners, são todas feitas por um funcionário da empresa, através da pagina administrativa. Facilitando essa parte da manutenção da pagina.

O software se direciona a dois tipos de comércio, de negócio-a-consumidor e de negócio-a-negócio, pois as vendas atuais da empresa se baseiam nesses dois tipos

VI JORNADA ACADÊMICA 2012
Sustentabilidade e Ética: Oportunidade e desafios na formação profissional
22 a 27 de outubro
Unidade Universitária de Santa Helena de Goiás

de comercio, venda direta ao consumidor que é menos frequente e venda para negocio o mais frequente. Portanto o objetivo da empresa não é diversificar o publico alvo, mais sim aumentar o numero de clientes e facilitar a compra para o cliente.

Por definição da empresa nas vendas para consumidores os produtos possuem um valor superior se comparado às vendas para negócios. Por esse motivo a loja virtual deverá conter esse recurso, caso seja um usuário não cadastrado o preço do produto será por padrão de valor superior e caso o usuário faça o cadastro de uma empresa (CNPJ) o funcionário administrador do site deverá alterar os valores para essa empresa, para evitar fraudes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Loja virtual pode ser um requisito para aumentar o numero de vendas, conquistar novos clientes, agilizar o processo de compras, ampliar a divulgação da empresa. Portanto espera-se que esta loja virtual, além de disponibilizar um novo meio de compras para os clientes, atenda os seguintes itens.

1. Ter uma boa aceitação do cliente neste novo canal de compras.
2. Efetivamente satisfazer a necessidade de comprar e visualizar os produtos através do computador e internet.
3. Ampliar a divulgação da empresa e consequentemente o numero de clientes.

REFERÊNCIAS

- ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação**. Colaboração de Rosa Maria de Moura – 6 ed. - São Paulo: Atlas, 2010
- NASCIMENTO, Wesley da Luz. **Comércio Eletrônico**(Quéops Sistema de Vendas Online). Santa Helena de Goiás, 2008
- SOMMERVILLE, Ian. **Engenharia de Software**. 9. Ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.