



**UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO - UNINOVE PROJETO PRÁTICO EM
SISTEMAS**

**EXCLUÍDOS OS DADOS SOBRE OS AUTORES EM ATENDIMENTO A LGPD - LEI GERAL DE
PROTEÇÃO DE DADOS**

LOJA DE ROUPAS ONLINE - ESTILO OURO

São Paulo 2024

**EXCLUÍDOS OS DADOS SOBRE OS AUTORES EM ATENDIMENTO A LGPD - LEI GERAL DE
PROTEÇÃO DE DADOS**

LOJA DE ROUPAS ONLINE - ESTILO OURO

Projeto apresentado a Universidade Nove de Julho - UNINOVE, como parte dos requisitos obrigatórios para obtenção do título de **TÉCNOLOGIA EM ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS**.

Prof. Orientador: Edson Melo de Souza, Dr.

São Paulo 2024

RESUMO

As lojas de roupas virtuais, também conhecidas como e-commerces de moda, têm se consolidado como uma das principais formas de comercialização de vestuário no século XXI. Uma pesquisa da Opinion Box mostra que o Brasil tem o nono maior mercado de roupas e acessórios do mundo. Um dado muito relevante desta pesquisa, é que mais da metade do público entrevistado, admitem comprar mais online do que presencial. Com base nessas informações, e na network realizada com a proprietária da loja Estilo de Ouro no Instagram, foi identificado a necessidade de crescimento e expansão de sua marca e sua empresa. Neste trabalho será mostrado o desenvolvimento de um site de e-commerce par sua loja, que atua somente com vendas no Instagram hoje. Através dessa nova possibilidade, a loja Estilo de Ouro não será limitada somente a uma rede social, ela poderá atingir um público muito maior, com isso, a expectativa é que sua marca seja cada vês mais conhecida pelo alcance que este projeto poderá proporcionar, e consequentemente, esperamos uma melhora significativa nas vendas de seus produtos.

Palavras-chave: E-commerce, Plataformas, Loja Virtual.

ABSTRACT

Virtual clothing stores, also known as fashion e-commerce, have established themselves as one of the main ways of selling clothing in the 21st century. A survey by Opinion Box shows that Brazil has the ninth largest clothing and accessories market in the world. A very relevant fact from this research is that more than half of the people interviewed admit to buying more online than in person. Based on this information, and the network carried out with the owner of the Estilo de Ouro store on Instagram, the need for growth and expansion of her brand and company was identified. This work will show the development of an e-commerce website for your store, which only sells on Instagram today. Through this new possibility, the Estilo de Ouro store will not only be limited to one social network, it will be able to reach a much larger audience, with this, the expectation is that your brand will become increasingly known due to the reach that this project can provide, and Consequently, we expect a significant improvement in sales of your products.

Keywords: E-commerce, Plataformas, Expansion.

1 INTRODUÇÃO

1	Introdução	6
2	Fundamentação Teórica	7
2.1	Visão Geral - ECOMMERCE	7
2.2	Características do ECORMMECE	7
3	Metodologia	8
3.1	Visão Geral	8
3.2	Ferramentas e Acessórios.....	8
4	Análise dos Resultados	9
4.1	Site	9
5	Conclusões	10
6	Referências Bibliográficas	11

1 INTRODUÇÃO

Atualmente as empresas estão cada vez mais dependentes da tecnologia para o auxílio na gestão, produção empresarial e divulgação. Com o auxílio de softwares, sites e outros tipos de sistemas, as corporações estão se tornando cada vez mais produtivas e competitivas no mercado de trabalho. As companhias precisam se manterem atualizadas para não ficarem atrás da concorrência.

O ambiente empresarial tem vivenciado, tanto em nível mundial como nacional, pressões competitivas, pressão para reduzir estoques e custos de produção, redução do ciclo de venda e entrega dos produtos e a necessidade de um maior relacionamento com o consumidor. Como forma de enfrentar essas pressões, as empresas estão buscando no e-commerce uma alternativa tanto de comunicação como de comercialização com o cliente.

Tendo em vista essas mudanças no mercado, exigindo que as empresas aumentem seu desempenho, a aquisição ou desenvolvimento de sistemas específicos ou gerais para o empreendimento, torna-se de vital importância aos empreendedores que visam o crescimento do negócio. Uma das soluções proposta a resolução desse problema é a criação de uma loja virtual ou e-commerce, sendo assim o objetivo geral deste trabalho demonstrar uma loja virtual de vendas de roupas femininas chamada Estilo Ouro.

através da utilização da infraestrutura da internet que é predominantemente pública de fácil e livre acesso, possibilita a troca de informações entre empresas e entre empresas e consumidores, bem como a compra de produtos e a prestação de serviços.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo serão apresentados os estudos relacionados ao E-commerce de pesquisas externas e modelos de estudos contidos nestas pesquisas.

2.1 VISÃO GERAL E-COMMERCE

De acordo com Albertin (2010, p. 3) o comércio eletrônico (CE) é a realização de toda a cadeia dos processos de negócio num ambiente eletrônico, por meio da aplicação intensa das tecnologias de informação, que atendam aos objetivos do negócio. Podendo os processos serem realizados de forma completa ou parcial. Ainda segundo Albertin (2010, p.3) o CE pode ser definido como a compra e a venda de informações, produtos ou serviços por meio da rede de computadores.

Cameron (1997) explica que CE inclui qualquer negócio transacionado eletronicamente, em que essas transações ocorram entre dois parceiros de negócio ou entre um negócio e seus clientes.

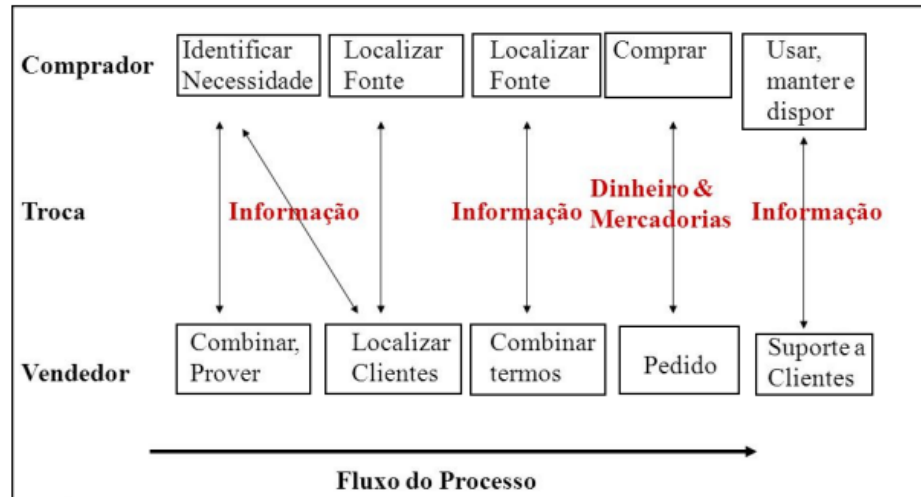
Kalakota e Whinston (1997) definiram e-commerce como a compra e a venda de informações, produtos e serviços através de redes de computadores. No entanto, o e-commerce envolve mais do que comprar e vender. Ele inclui também todos os tipos de esforço pré-venda e pós-venda.

O comércio eletrônico possui diferentes definições para cada segmento que possa utilizá-lo, a definição que melhor se destina ao propósito desse trabalho é a definição apresentada por Kalakota e Whinston (1997) de uma perspectiva on-line, o CE provê a capacidade de comprar e vender produtos, informações ou serviços na Internet e em outros serviços on-line.

De forma simples e direta o comércio eletrônico pode ser definido como a venda ou compra de serviços, produtos ou informações por meio de uma rede online de computadores. A figura 1 apresenta um modelo básico do CE, mostra todas as fases de uma compra eletrônica. Identificando os papéis representados por comprador e vendedor, apontando as trocas realizadas entre eles. Comprador e vendedor realizam diversas trocas de informações durante o processo, no primeiro momento comprador e vendedor trocam informações, referente ao produto ou ao serviço, após as trocas de informações é realizado a troca de dinheiro por parte do cliente e a mercadoria ou serviço por parte do vendedor.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Figura 1 – Modelo de comércio eletrônico (Perspectiva integrada).



Fonte: Albertin, 2010, p. 4.

Ao se avaliar os dados fornecidos pelo E-bit e pelo Ibope Media em relação ao Brasil, pode-se observar, por meio de dados quantitativos, que as vendas online possuem uma forte fatia de faturamento do mercado e um grande público de clientes, o que justifica a adoção de um desenvolvimento de uma loja virtual para a venda de produtos via internet.

2.2 CARACTERÍSTICAS DO E-COMMERCE

As informações sobre o produto, tanto técnicas como gerais, disponíveis claramente durante a escolha do item, a comodidade em poder adquiri-los a qualquer hora do dia ou da noite, sete dias por semana e de qualquer lugar do mundo, sendo somente necessário ter um dispositivo com acesso à internet, os preços reduzidos devido ao baixo custo de operação gerado pela loja virtual, a grande gama de produtos encontrados na rede, a diversificação nas formas de pagamentos, são as principais características do comércio eletrônico.

Um ponto a se levantar é que as empresas atualmente já fazem um grande investimento na área de TI para a melhora de seus processos internos, muitas vezes essas empresas não só possuem uma área de tecnologia para produtos físicos, como servidores, computadores entre outros equipamentos, mas para o desenvolvimento ou manutenção de softwares, facilitando assim a implantação de um comércio eletrônico se desejado.

3 METODOLOGIA

Esse capítulo tem como objetivo demonstrar o método de desenvolvimento do sistema de e-commerce de roupas, relatando quais foram as escolhas feitas, perante a grande quantidade de metodologias e formas de desenvolvimento existentes

3.1 VISÃO GERAL

Para o desenvolvimento desse trabalho foram utilizadas ferramentas e diferentes linguagens de programação. Como se trata de um trabalho com desenvolvimento prático de um software, serão apresentadas as ferramentas para a produção do mesmo, vale lembrar que atualmente existem várias opções de ferramentas para desenvolvimento web e a cada dia que se passa novas ferramentas são criadas. A escolha das ferramentas apresentadas a seguir foi com base no semestre já estudados, e videntes, levando em consideração sua dificuldade de uso, fabricante de desenvolvimento e principalmente a sua efetividade na elaboração da loja virtual.

3.2 Ferramentas e Acessórios

1. Desenvolvimento do Site: Ferramenta WIX.



2. Linguagens utilizadas: HTML, CSS, JavaScript

HTML. Segundo sua atual publicadora, a W3C (2012B), o Hypertext Markup Language é a linguagem de programação para a publicação de hipertexto na World Wide Web e pode ser criado e processado por uma ampla gama de ferramentas, a partir de editores de texto sem formatação simples até ferramentas sofisticadas. HTML utiliza tags (marcações), para estruturar o texto em cabeçalhos, parágrafos, listas, links de hipertexto, entre outros elementos. HTML é a linguagem central da Web, para a criação de conteúdo. Abaixo temos a representação da linguagem;

```
<!DOCTYPE html>

<html lang="en">

<head>

<meta charset="UTF-8">

<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">

<title>Estilo Ouro</title>

</head>

<body>

</body> </html>
```

3 METODOLOGIA

CSS

De acordo com a equipe da W3C (2012B), mesma atual publicadora da linguagem HTML, o Cascading Style Sheets (CSS) é um mecanismo para adicionar estilo, formas definidas, fontes de letra e cor à um documento Web, normalmente produzido em HTML. É a linguagem que adaptada a estrutura do site para diferentes tipos de dispositivos e tamanhos de tela. O CSS é independente do HTML e pode ser usado com qualquer linguagem baseada XML-based markup language. HTML e CSS são a base da construção de páginas web e aplicações web. Abaixo temos um exemplo de codificação em CSS.

```
p.moreinfo { font-style: italic }
```

JavaScript

JavaScript é uma linguagem de programação de script orientada a objetos, multiplataforma, utilizada para desenvolvimento em ambiente Web. Scripts são textos que inserem uma série de instruções que são interpretadas pelo processador lógico do computador para que o mesmo realize funções e aplicações definidas pelo código. Uma linguagem de programação orientado a objetos é uma linguagem de alto nível que permite ao programador codificar em uma linguagem muito próxima à humana e mais distante da linguagem da máquina, dessa forma assim cobre-se o "gap semântico", ou seja, a distância entra a linguagem humana e da máquina. Abaixo temos um exemplo de codificação em JavaScript.

```
<script> alert ("Olá, Mundo") ; </script>
```

3. Organização dsa Equipe: Trello, WhatsApp.

3.1 Link: <https://trello.com/b/xQVzHtv1/projeto-uninove>

3.2 Link: <https://web.whatsapp.com/>

3.3 Planejamento e Desenvolvimento do Site

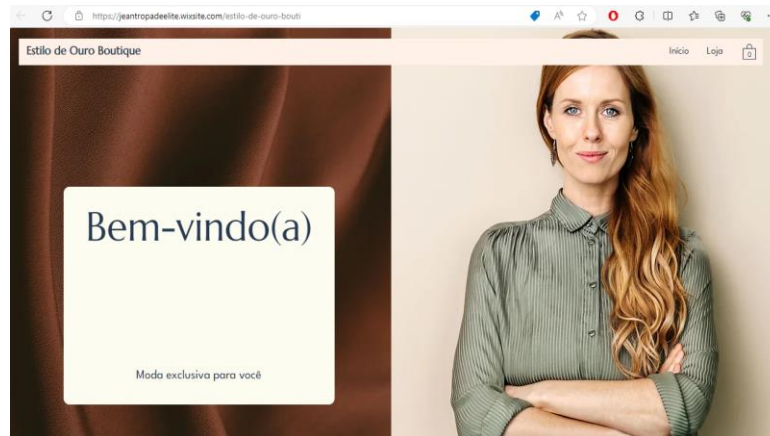
Definido pelo método de desenvolvimento incremental os resultados serão apresentados em módulos principais e futuras melhorias. Sendo apresentado nos módulos principais o básico do funcionamento do sistema e os módulos secundários melhorias que podem ser realizadas para uma melhor experiência na utilização da loja virtual.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

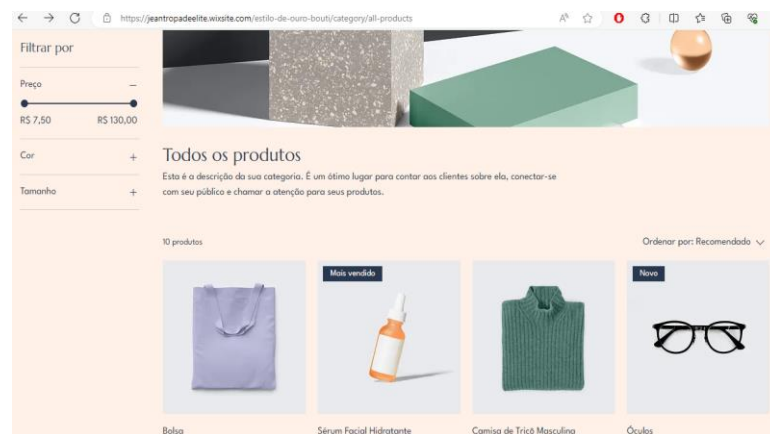
Esse capítulo tem como objetivo demonstrar o resultado final do desenvolvimento do site Estilo Ouro Boutique.

4.1 Site: [Início | Estilo De Ouro Bouti \(jeantropadeelite.wixsite.com\)](https://jeantropadeelite.wixsite.com/estilo-de-ouro-boutique)

1. Pagina Inicial



2. Catalogo de Produtos



3. Pagina de Contato



5 CONCLUSÕES

O objetivo principal desse trabalho foi demonstrar por meio do desenvolvimento de uma loja virtual, as vantagens que o e-commerce pode trazer para uma empresa, tanto monetariamente quanto na divulgação da mesma. Ao alcançar o objetivo proposto inicialmente, conclui-se que através das pesquisas e dados apresentados, a adição de um comércio eletrônico traz benéficos a empresa, quando desenvolvido adequadamente.

Foram apresentadas diversas ferramentas utilizadas para o desenvolvimento do sistema, as quais futuramente podem não ser mais as melhores escolhas para a elaboração de um sistema semelhante, elas foram escolhidas baseadas nas tecnologias presentes na atualidade, podendo sofrer alterações no futuro.

Conclui-se que o objetivo do trabalho foi alcançado, demonstrando através de pesquisas os fatores que levam a uma loja virtual trazer benefícios para as empresas atualmente

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERTIN, Alberto Luiz. Comércio Eletrônico: Modelo, Aspectos e Contribuições de sua Aplicação. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 306 p.

CAELUM (Brasil). Sobre o curso – o complexo mundo do front-end. 2004^a.

CAELUM (Brasil). JavaScript e interatividade na Web. 2004B.

E-BIT (São Paulo). E-commerce fatura r\$ 10,2 bilhões no primeiro semestre de 2012. 2012. Disponível em: . Acesso em: 04 maio 2016

FOINA, Paulo Rogério. Tecnologia da informação: planejamento e gestão. São Paulo: Atlas, 2001

JACYNTHO, Mark Douglas de Azevedo. Processos de Desenvolvimento para Aplicações Web.

W3C (Estados Unidos). HELP AND FAQ. 2012A. Disponível em: Web Standards | W3C

W3Schools Online Web Tutorials