

B2C PARA LOJA “UM CONVITE DE CASAMENTO”

Edson Torres Gusmão ⁽¹⁾, Felipe Ferreira Araujo ⁽²⁾, Gabriel dos Santos Teixeira ⁽³⁾, Gustavo Lopes da Silva ⁽⁴⁾, Matheus Lima de Santana ⁽⁵⁾, Michel Pereira dos Santos ⁽⁶⁾, Sofia Soares da Silva Alves ⁽⁷⁾. Orientadora: Profª. Me. Eliane Amaral.
(1) 3-SIS-00355100, (2) 2-ADS-00358096, (3) 3-SIS-00355098, (4) 3-SIS-00354265, (5) 3-ADS-00357187, (6) 2-ADS-00357632, (7) 3-SIS-00354802.

RESUMO

Este artigo explora o desenvolvimento de um sistema de *e-commerce* para a loja “Um Convite de Casamento”, com o intuito de aprimorar, otimizar e facilitar seus processos, expandir sua presença digital e melhorar a experiência do consumidor. Em um contexto de digitalização acelerada, o comércio eletrônico tornou-se um dos principais canais de venda e interação com os clientes, especialmente após os impactos da pandemia. O sistema permite que a loja gerencie de maneira eficiente a venda de seus produtos, incluindo convites e lembranças personalizadas, de forma simples e prática.

Palavras-Chave: B2C; Comércio Eletrônico; Desenvolvimento Web.

1. Introdução

Este artigo aborda o desenvolvimento de um sistema de *e-commerce* para a loja “Um Convite de Casamento”, especializada na criação e comercialização de convites e lembranças personalizadas voltadas para cerimônias matrimoniais. Atuando em um nicho que valoriza a exclusividade e o cuidado com os detalhes, a loja busca oferecer não apenas produtos, mas também experiências afetivas que marcam momentos únicos na vida de seus clientes. Diante da crescente digitalização dos hábitos de consumo, tornou-se essencial para o negócio modernizar sua estrutura tecnológica, a fim de acompanhar as tendências de mercado e atender às expectativas do consumidor contemporâneo [1].

O desenvolvimento de uma plataforma digital robusta, funcional e personalizável foi estabelecido como objetivo principal, com a intenção de integrar os valores tradicionais da loja às exigências atuais por eficiência, acessibilidade e praticidade. Abrangendo tanto a experiência de navegação e compra, com acesso facilitado a produtos customizáveis e formas práticas de finalização, quanto as necessidades operacionais internas, com foco na automatização e organização de processos como controle de estoque, gestão de pedidos e administração de pagamentos.

Os requisitos do cliente foram atendidos de forma favorável, com a entrega de um sistema completo que proporciona uma experiência de compra intuitiva, moderna e eficiente, atendendo simultaneamente às demandas técnicas da equipe interna. Isso inclui a personalização direta dos produtos pelos usuários, por meio de formulários interativos, além da geração automática de dados para facilitar a produção, o envio e a administração financeira das vendas. Um dos grandes diferenciais da plataforma foi a implementação de formulários interativos que permitem a personalização direta dos produtos pelos próprios usuários, tornando o processo de compra mais envolvente e conectado à proposta da loja. Além disso, o sistema foi concebido para gerar automaticamente os dados necessários à produção dos itens, ao envio logístico e à gestão financeira das vendas, criando um ecossistema digital integrado. Essa integração entre *front-end* e *back-end* possibilita uma comunicação fluida entre as diferentes etapas do processo de venda, desde o pedido do cliente até a entrega do produto final, garantindo agilidade e maior controle sobre cada etapa.

Em um mercado cada vez mais competitivo, a adoção de soluções digitais deixou de ser um diferencial para se tornar uma exigência estratégica. Pequenas e médias empresas que desejam expandir sua atuação precisam investir em ferramentas que otimizem sua presença online e automatizem processos, reduzindo erros, economizando tempo e aumentando a produtividade. O sistema desenvolvido para a loja “Um Convite de Casamento” se insere nesse contexto, representando uma resposta concreta à necessidade de modernização e crescimento sustentável.

Por fim, a construção foi conduzida por meio de uma abordagem flexível e participativa, com espaço para adaptações contínuas ao longo do processo. A participação ativa do cliente em cada fase do desenvolvimento garantiu que as soluções implementadas fossem compatíveis com a realidade da empresa, promovendo uma integração harmoniosa entre a tradição do atendimento personalizado e os benefícios proporcionados pela tecnologia digital. A metodologia adotada permitiu que ajustes fossem realizados de forma dinâmica, respeitando o ritmo e as prioridades da empresa. O envolvimento direto dos gestores e colaboradores da loja permitiu que o sistema fosse moldado de acordo com as especificidades do negócio, resultando em uma solução tecnológica sob medida, capaz de apoiar a empresa em seus objetivos de curto, médio e longo prazo.

2. Metodologia

A metodologia adotada foi de natureza exploratória [2], considerando que o desenvolvimento de um sistema de *e-commerce* voltado para uma empresa de nicho, como a loja “Um Convite de Casamento”, envolve desafios específicos e um volume ainda limitado de estudos acadêmicos voltados para soluções digitais personalizadas no setor de eventos. A abordagem se concentrou na compreensão aprofundada das necessidades da loja, com o objetivo de traduzi-las em uma plataforma tecnológica capaz de otimizar processos internos e aprimorar a experiência do usuário final.

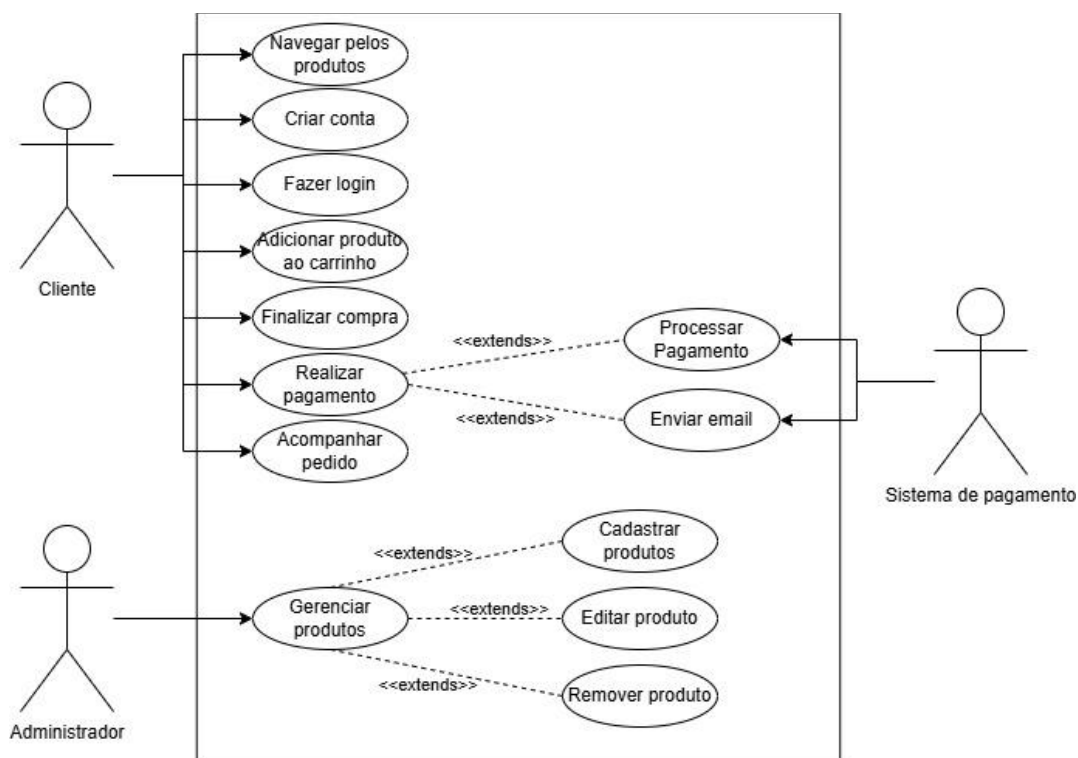
A construção do sistema seguiu uma abordagem de forma progressiva, que permitiu entregas parciais e evolução contínua do sistema. Essa escolha metodológica proporcionou flexibilidade, permitindo a adaptação às necessidades emergentes durante o processo. As interações frequentes com os gestores da loja foram fundamentais para refinar funcionalidades, minimizar retrabalho e garantir alinhamento com os objetivos do negócio.

Inicialmente, foi realizada uma revisão de literatura com foco em plataformas de *e-commerce*, ferramentas de personalização de produtos e soluções digitais aplicadas a pequenas empresas do ramo de eventos personalizados. Essa etapa permitiu identificar práticas eficientes no setor e orientar a escolha de soluções tecnológicas compatíveis com o perfil da loja. Entre os temas abordados na revisão, destacam-se: sistemas de customização de produtos, métodos de integração com meios de pagamento, estratégias de usabilidade para interface de usuário e práticas de segurança digital.

O levantamento de requisitos foi feito por meio de entrevistas estruturadas com os gestores, com o intuito de identificar funcionalidades prioritárias para o sistema, como formulários de personalização, carrinho de compras e painel administrativo.

Com base nessas informações, foi elaborado um documento de requisitos que serviu de guia para o desenvolvimento técnico do sistema. Com o objetivo de visualizar essas interações de forma clara e objetiva, foi elaborado o Diagrama de Casos de Uso (UML), ilustrado na Figura 1 a seguir, que representa os principais atores envolvidos e suas respectivas interações com o sistema.

Figura 1. Diagrama de Caso de Uso (UML)



Fonte: Os Autores.

3. Desenvolvimento

O contexto atual do comércio eletrônico, especialmente no Brasil, evidencia uma crescente consolidação do setor. De acordo com a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), a expectativa para 2025 é de que o faturamento do *e-commerce* ultrapasse os R\$ 234 bilhões, representando um crescimento de 15% em relação ao ano anterior, com um *ticket* médio de R\$ 539,28 e mais de três milhões de novos compradores ingressando no mercado digital [3]. Diante desse cenário promissor, torna-se imprescindível que pequenas e médias empresas invistam em soluções tecnológicas que ampliem seu alcance e fortaleçam sua competitividade diante de negócios de maior porte.

O sistema de *e-commerce* desenvolvido para a loja “Um Convite de Casamento” foi concebido com foco em personalização, escalabilidade e eficiência operacional. A construção da plataforma priorizou uma arquitetura robusta, modular e intuitiva, com capacidade para atender às necessidades do negócio e proporcionar uma experiência satisfatória tanto para os clientes quanto para a equipe gestora.

As tecnologias selecionadas foram escolhidas com base em desempenho, compatibilidade, segurança e facilidade de manutenção. A linguagem PHP foi utilizada na lógica de servidor, devido à sua ampla adoção no desenvolvimento *web*, compatibilidade com bibliotecas modernas e boa integração com servidores acessíveis tornando-a adequada para aplicações de pequeno e médio porte. Essa base permitiu implementar funcionalidades como o processamento de formulários, autenticação de usuários e integração com APIs de pagamento.

Para o gerenciamento de dados, foi adotado o MySQL, um sistema relacional consolidado, com ótimo desempenho em operações de leitura e escrita. Ele armazena informações sobre produtos, pedidos, clientes, pagamentos e configurações da aplicação. Sua integração eficiente com o PHP e suporte a consultas otimizadas contribuíram para o bom desempenho da plataforma.

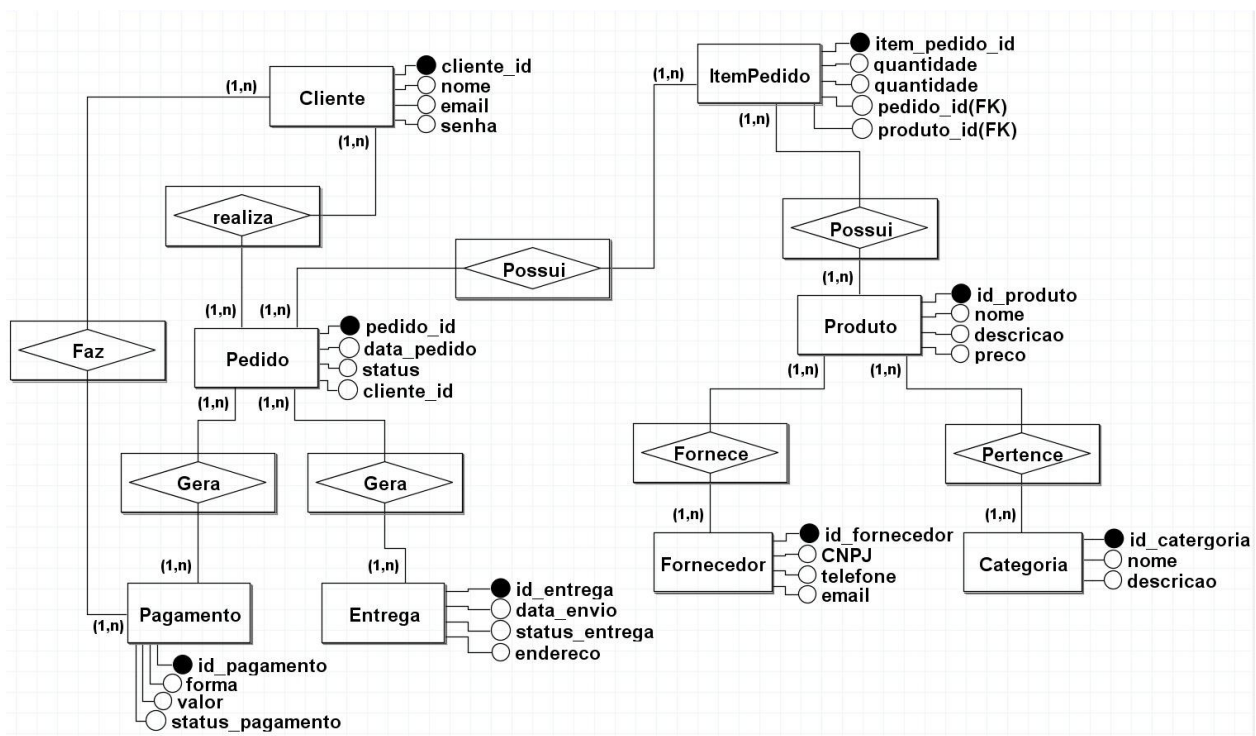
Na camada de apresentação, HTML, CSS e JavaScript foram utilizados. O HTML estruturou as páginas, o CSS garantiu uma interface responsiva e alinhada à identidade da marca, e o JavaScript, de forma nativa, proporcionou interações como atualização do carrinho, pré-visualizações de personalização e validações de formulários.

As principais funcionalidades implementadas foram: Catálogo de Produtos: imagens de alta qualidade, descrições completas e personalização de estilo, cores e textos, permitindo visualização prévia dos convites; Carrinho de Compras: suporte a múltiplos itens, cupons, cálculo automático de frete e opções variadas de envio; Gestão de Pedidos: painel com status em tempo real, oferecendo maior transparência ao consumidor; Integração com Pagamentos: suporte a Pix, cartão de crédito e boleto, com *gateways* confiáveis e seguros; Painel Administrativo: gerenciamento de produtos, clientes, pedidos, com *dashboards* para auxiliar.

Com esse objetivo, o sistema foi estruturado em módulos interativos e intuitivos, garantindo ao cliente uma experiência de navegação fluida, segura e agradável, ao mesmo tempo em que oferecia à equipe da loja um ambiente administrativo eficiente e fácil de utilizar.

Para estruturar a base de dados necessária ao funcionamento dessas funcionalidades, foi desenvolvido um Diagrama Entidade-Relacionamento (DER), ilustrado na Figura 2 a seguir, que representa as principais entidades do sistema, seus atributos e os relacionamentos entre elas, garantindo uma modelagem eficiente e alinhada às necessidades do sistema.

Figura 2. Diagrama Entidade-Relacionamento (DER)



Fonte: Os Autores.

4. Considerações finais

A construção do sistema de *e-commerce* para a loja “Um Convite de Casamento” representa um marco importante na trajetória de digitalização da empresa. A implementação da plataforma digital proporciona benefícios expressivos tanto para os clientes quanto para a equipe interna, promovendo uma gestão mais eficiente, segura e alinhada com os padrões modernos do comércio eletrônico.

Ainda que o sistema esteja em fase de implantação, os resultados iniciais são promissores. A navegação intuitiva, a personalização dos produtos e os diversos meios de pagamento já demonstram grande potencial para oferecer uma experiência diferenciada ao consumidor. Além disso, a análise de dados em tempo real, viabilizada pelos *dashboards* gerenciais, possibilita à empresa agir de maneira mais estratégica e responsiva, com base em informações concretas e atualizadas [4].

Os requisitos do cliente foram totalmente considerados durante o desenvolvimento da solução, resultando em um alto grau de satisfação, destacando a usabilidade do painel administrativo, a facilidade no cadastro de novos produtos e a visibilidade clara sobre o andamento dos pedidos. Por sua vez, a equipe de desenvolvimento ressaltou o aprendizado adquirido ao longo do processo, especialmente nos aspectos relacionados à integração de APIs, design responsivo e segurança de dados.

Entre as funcionalidades planejadas para fases futuras estão o uso de inteligência artificial para recomendação de produtos com base no histórico de compras, a integração direta com plataformas de redes sociais para compartilhamento de convites personalizados, a criação de um aplicativo móvel para ampliar o alcance da marca e a implementação de *chatbots* para atendimento automatizado.

Essas inovações têm potencial para consolidar ainda mais a presença digital da loja e ampliar sua capacidade de competir em um mercado dinâmico e exigente, especialmente considerando os desafios enfrentados pelas micro e pequenas empresas na gestão de lojas virtuais [5]. Nesse sentido, a iniciativa representa mais do que uma solução tecnológica: trata-se de uma reconfiguração estratégica do modelo de negócio, agora orientado às necessidades do consumidor digital do século XXI.

5. Referências

- [1] CABRAL, C.M.; HERCULANI, R. A evolução do e-commerce nas micro e pequenas empresas brasileiras. Anais do Simpósio de Logística da FATEC [artigo em internet]. 2022 [citado 30 mar 2025]. Disponível em: <https://fateclog.com.br/anais/2022/421-741-1-RV.pdf>
- [2] SILVA, A.C. Classificação metodológica das pesquisas científicas. Anais do Congresso Nacional de Pesquisas e Práticas em Educação [Internet]. 2020 [citado 26 abr 2025].
- [3] NEIVA, A.C. E-commerce no Brasil: dados de um mercado em expansão [Internet]. [acesso em 5 abr 2025]. Disponível em: <https://edrone.me/pt/blog/dados-ecommerce-brasil>
- [4] REZENDE, D.R. Planejamento de sistemas de informação e informática. 7. ed. São Paulo: Atlas; 2019.
- [5] NASCIMENTO, I.L. E-commerce: os desafios de micro e pequenas empresas na gestão de negócios em lojas virtuais [monografia na Internet]. Fortaleza: Faculdade Ciências da Vida; 2020 [acesso em 5 maio 2025]. Disponível em: https://www.faculadecienciasdavidia.com.br/sig/www/openged/ensinoBibliotecaVirtual/000134_624b6d1632421_048479_5fec72b56e5a1_Ingedy_Lara_Santos_Nascimento.pdf