

INSTITUTO FEDERAL DE MINAS GERAIS - CAMPUS FORMIGA

**E-COMMERCE PARA LOJA DE  
CHOPE**

Alunos:  
Luís Guilherme de Araujo Melo  
Bárbara Oliveira Fonseca

FORMIGA – 18/05/2022

## Sumário

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>2</b>
<b>2 PROBLEMA .....</b>	<b>3</b>
<b>3 DESENVOLVIMENTO .....</b>	<b>4</b>
<b>4 BACKLOG DO PRODUTO.....</b>	<b>5</b>
<b>5 DIAGRAMA DE CASOS DE USO.....</b>	<b>6</b>
<b>6 BANCO DE DADOS.....</b>	<b>7</b>
<b>7 REFERÊNCIAS.....</b>	<b>9</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O conceito do projeto se baseia na criação de um protótipo de uma página/aplicação web, conhecida como e-commerce, para uma loja de reservas de chope, bem como as máquinas de chope.

Atualmente, o mundo todo tem se modernizado, em vários setores observa-se a utilização da tecnologia como forma de melhorar as interações sociais e econômicas. “De 2014 a 2019, o comércio eletrônico cresceu em 30% e prevê-se que continuará a crescer até 2023” (Tining e Apol, 2020 apud, JORGE, Joana Sofia Ezequiel 2022 ). Devido ao fato de que “a compra de produtos e serviços online ajuda os consumidores a reduzir o tempo, e os esforços utilizados para a realização de compras e simultaneamente economizar dinheiro ao comprar produtos no contexto online” (Almarashdeh, Jaradat, Abuhamdah, Alsmadi, Alazzam, Alkhasawneh e Awawdeh, 2019).

Durante a pandemia da Covid-19, as pessoas se viram impossibilitadas de até mesmo realizarem suas compras, sendo que, dessa forma, houve o crescimento do uso de tecnologias, que permitiu a realização de múltiplas ações. “A mudança de hábitos de consumo, nesse tempo de isolamento social, tornou-se essencial, especialmente na realização de compras on-line” (CHIUSOLI, Cláudio Luiz, 2022). De acordo com uma pesquisa do SEBRAE, “as vendas online de bebidas e alimentos saltaram de aproximadamente R\$ 1 bilhão, em 2019, para R\$ 2,4 bilhões em 2020 e R\$ 2,8 bilhões em 2021” (SEBRAE, 2022), fato que mostra a elevada valorização econômica desse setor no mercado online.

## **2 PROBLEMA**

Ir até uma loja física para procurar os produtos pode exigir do cliente muito tempo de seu dia, caso o produto esteja indisponível esse tempo será desperdiçado, dessa forma, para resolver tal problema, o projeto terá um sistema de reservas de produtos, onde, o cliente só precisa acessar o site, procurar pelo produto desejado e reservá-lo.

Um outro ponto do protótipo é sua interface, que vai ter contato direto com o cliente, sendo assim ela possuíra uma fácil usabilidade, boa formatação, será responsiva para que seja funcional e esteticamente agradável para trazer uma boa experiência para o usuário.

Hoje, a satisfação do cliente é totalmente levada em consideração quando se trata de negócios, portanto levar praticidade ao cliente é um ponto indispensável para que o lucro desejado seja obtido.

Como mencionado, trata-se de um protótipo, uma base de criação que, futuramente, precisaria de melhoria e adição de funcionalidades.

### **3 DESENVOLVIMENTO**

Para organizar a base de dados, será utilizado um sistema de gerenciamento de banco de dados (SGBD) chamado MySQL, onde serão armazenados todos os dados dos produtos. O mesmo SGBD, será utilizado para armazenar os dados necessários dos clientes no momento do cadastro. O algoritmo da base de dados será baseado em um acumulador "i ++" ou "i--" para inserir, retirar e reservar produtos. A base de dados também será importante para informar o cliente, através da interface gráfica do site, sobre a quantidade de produtos disponíveis.

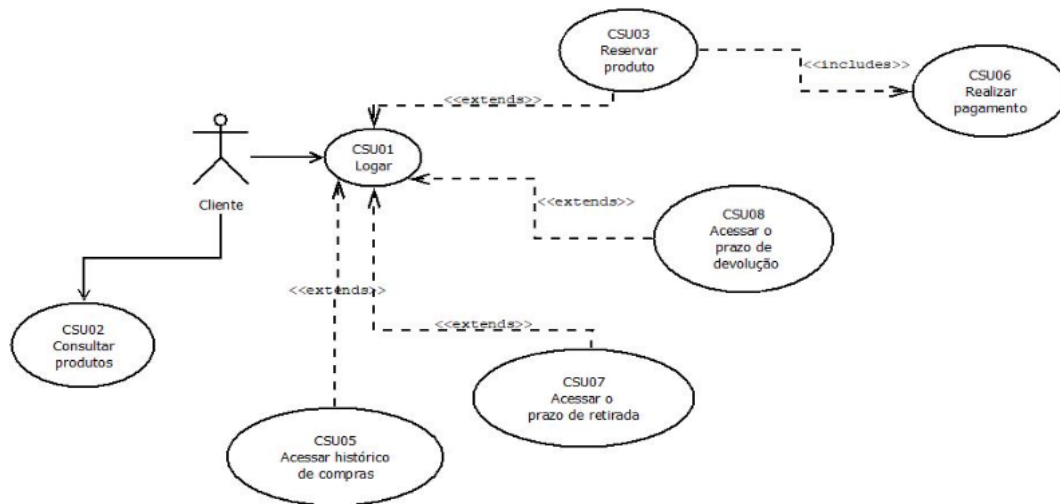
Para a criação da interface gráfica será utilizado o hypertext markup language (html), Cascading Style Sheets (css) e a linguagem de programação JavaScript, além do Hypertext Preprocessor (php). Para facilitar a criação da interface será utilizado o bootstrap.

#### 4 BACKLOG DO PRODUTO

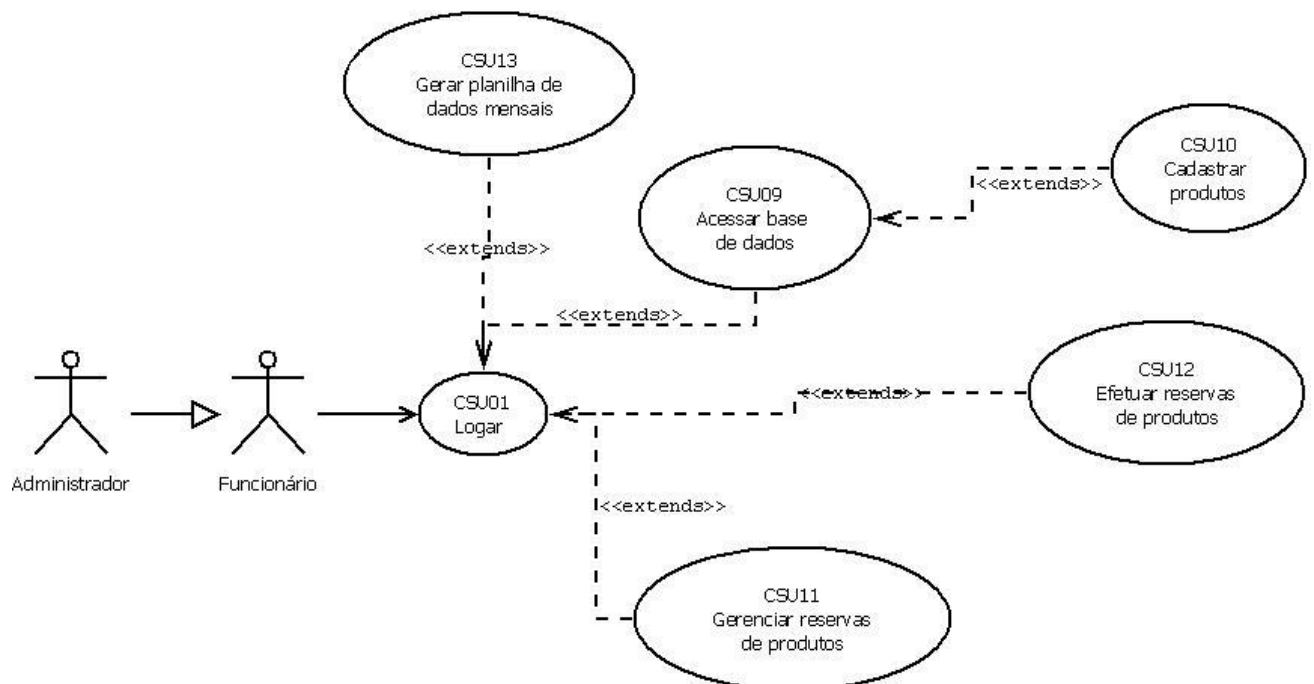
<b>TODOS OS USUÁRIOS</b>
Logar no sistema.
<b>CLIENTE</b>
Acessar produtos disponíveis.
Realizar reservas de produtos.
Acessar o prazo máximo de retirada do produto.
Acessar o prazo de devolução do produto.
<b>ADMINISTRADOR</b>
Acesso/permisões a base de dados do estoque.
Cadastrar produtos.
Gerenciar planilhas de dados mensais.
Efetuar reservas de produtos.
Gerenciar reservas de produtos.

## 5 DIAGRAMA DE CASOS DE USO

Sessão Cliente:

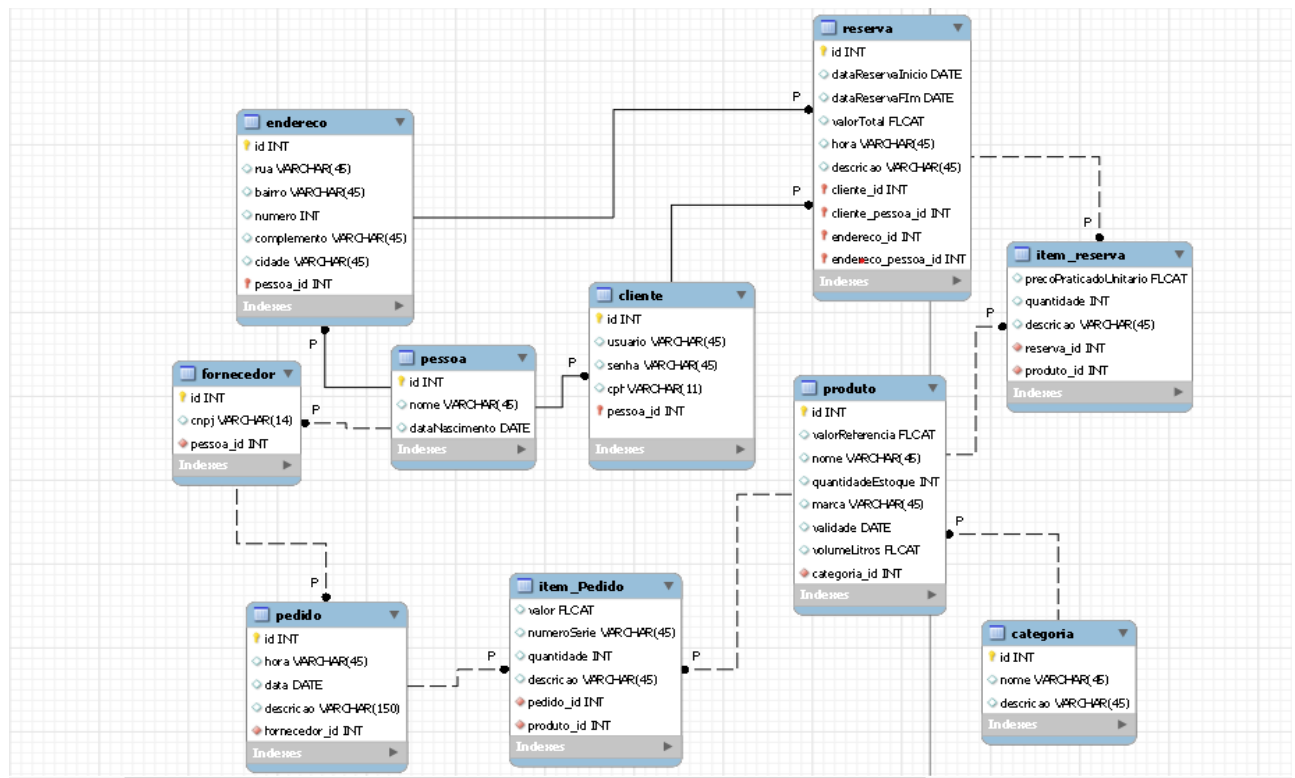


Sessão Administrador:



## 6 BANCO DE DADOS

Modelagem Lógica normalizada:



Dicionário de dados:

TABELAS	DESCRIÇÃO
endereço	Armazena os dados específicos do endereço da pessoa.
pessoa	É uma entidade que se especializa em fornecedor e cliente, serve para armazenar os dados comuns de ambos. Recebe a chave estrangeira da entidade “endereço” especificando o endereço de cada pessoa.
fornecedor	O fornecedor pertence a essa especialização pois pode ser uma pessoa, a entidade vai armazenar os seus dados. Recebe a chave estrangeira da entidade “pessoa” especificando qual pessoa jurídica é o fornecedor.



cliente	O cliente pertence a essa especialização pois é uma pessoa, a entidade vai armazenar seus dados importantes para a loja. Recebe a chave estrangeira da entidade “pessoa” especificando qual pessoa é o cliente.
reserva	Essa entidade armazena os dados da reserva realizada pelo cliente. Recebe a chave estrangeira da entidade “cliente” especificando de qual cliente é a reserva realizada.
item_reserva	É uma entidade fraca convertida em tabela que vai armazenar os dados de cada item da reserva do cliente. Recebe uma chave estrangeira de “reserva”, especificando a qual reserva pertence, e uma chave estrangeira de produto, especificando quais produtos foram reservados.
produto	Armazena as informações dos produtos. Recebe a chave estrangeira da entidade “categoria” especificando a qual categoria pertence o produto específico.
categoria	É uma entidade que vai classificar cada produto da entidade “produto”.
pedido	Armazena os dados dos pedidos dos fornecedores. Recebe a chave estrangeira da entidade “fornecedor” especificando a que fornecedor pertence aquele pedido.
item_pedido	É uma entidade fraca convertida em tabela que vai armazenar os dados de cada item dos pedidos. Recebe uma chave estrangeira de “pedido”, especificando a qual pedido pertence, e uma chave estrangeira de “produto”, especificando quais produtos foram pedidos.

## 7 REFERÊNCIAS

JORGE, Joana Sofia Ezequiel. **A influência do Marketing Sensorial em Mobile Commerce nas compras online de Fast Fashion**. 2022. Tese de Doutorado.

Almarashdeh, I., Jaradat, G., Abuhamdah, A., Alsmadi, M., Alazzam, M.B., Alkhasawneh, R., & Awawdeh, I. (2019). **The Difference Between Shopping Online Using Mobile Apps And Website Shopping: A Case Study of Service Convenience**, *International Journal of Computer Informations Systems and Industrial Management Applications*, vol. 11, pp. 151-160.

CHIUSOLI, Cláudio Luiz et al. COMPORTAMENTO DAS COMPRAS PELA INTERNET DURANTE PERÍODO DA PANDEMIA. **Facit Business and Technology Journal**, v. 1, n. 37, 2022.

SEBRAE (Brasil). **Cinco motivos para investir na venda online de alimentos e bebidas: um brinde à inovação: desde 2020, e-commerce de alimentos e bebidas cresceu 213%; para 2022, projeção é de nova alta no faturamento.** Um brinde à inovação: desde 2020, e-commerce de alimentos e bebidas cresceu 213%; para 2022, projeção é de nova alta no faturamento. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/cinco-motivos-para-investir-na-venda-online-de-alimentos-e-bebidas,0795c5fa0a590810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 31 maio 2022.